

moda?alavra

V. 18 N. 44 - 2025
E-ISSN: 1982-615x

D O S S I Ê
Diversidade, Inclusão e
Interseccionalidade na
Moda

SUMÁRIO

Expediente _____ **04**

Editorial _____ **06**

Editorial _____ 13

Aliana Barbosa Aires, Josenilde Silva Souza

De qual gênero é sua roupa? Representações sociais e atribuição de estereótipos de gênero ao vestuário _____ **20**

What is the gender of your clothes? Social representations and the attribution of gender stereotypes _____ 42

Frederico Rafael Gomes de Sousa, Luana Elayne Cunha de Souza

Erika Hilton na revista Ela: uma proposta interseccional entre moda, gênero e política _____ **64**

Erika Hilton in Ela magazine: an intersectional proposal between fashion, gender and politics _____ 92

Luiz Carlos Rodrigues Fernandes, Verônica Soares da Costa

Recomendações para o desenvolvimento de projeto de sutiã para mulheres climatéricas _____ **120**

Recommendations to bra design project development for climacteric women _____ 150

Cássia Matveichuk Chernev, Iara Sousa Castro

Uma reflexão sobre a constituição de drag queens em interlocução com as personificações do Japão _____ **180**

A reflection on the constitution of drag queens in dialogue with the personifications of Japan _____ 206

Maria Paula Hampshire, Christine Greiner

Reflexões para uma moda em perspectivas afrodiaspórica e decolonial _____ **233**

Reflections on fashion by afro-diasporic and decolonial perspectives _____ 259

Greg Alexandre Malaquias, Alexandra Eliza Vieira Alencar

Onde estão as mulheres de corpo gordo na tabela de medidas da revista Manequim? _____ **285**

Where are the plus-size women in Manequim magazine's measurement chart? _____ 311

Évora Juliene França Ferreira, Renata Fratton Noronha



Capa - Editorial IDGAF |
Octa Mag 2018

Edição Gráfica - Táisse
Marcos de Souza | Ana
Carolina Martins Prado

Foto da Capa - Tainá
Bernard

Expediente

Editora chefe

Daniela Novelli, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Florianópolis, SC, Brasil.

Editora de seção Variata

Amanda Queiroz Campos, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Florianópolis, SC, Brasil.

Conselho editorial

Alberto da Silva, Sorbonne, Paris IV, França.

Amanda Queiroz Campos, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Florianópolis, SC, Brasil.

Ana Cristina Luz Broega, Universidade do Minho (UMINHO), Braga, Portugal.

Ana Patricia Fumero Vargas, Universidad de Costa Rica, Costa Rica.

Carolyn Mair, <http://psychology.fashion>, Reino Unido.

Charles Ricardo Leite da Silva, Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE, Brasil.

Claudia Fernández-Silva, Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), Colômbia.

Emanuela Mora, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, Itália.

Evelise Anicet Ruthschilling, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil.

Giovanni Maria Conti, Politecnico di Milano (PoliMi), Itália.

Giulia Ceriani, Università di Siena (UNISI), Itália.

Helder Carvalho, Universidade do Minho (UMINHO), Portugal.

Icléia Silveira, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Florianópolis, SC, Brasil.

Isabella Pezzini, Università di Roma, Sapienza, Itália.

Laura Zambrini, Universidad de Buenos Aires (UBA) e Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Argentina.

Maria Celeste de Fatima Sanches, Universidade Estadual de Londrina (UEL), Londrina, PR, Espanha.

Nelson Gomes, Universidade de Lisboa (ULISBOA), Portugal.

Pedro Hellín, Universidad de Murcia - Espanha, Espanha.

Regina Aparecida Sanches, Universidade de São Paulo (USP), SP, Brasil.

Rossana Gaddi, Politecnico di Milano, Itália.

Sandra Regina Rech, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Florianópolis, SC, Brasil.

Suzana Barreto Martins, Universidade Estadual de Londrina. Londrina, PR, Brasil.

Toby Miller, University of California (UCR), Estados Unidos da América do Norte.

William Afonso Cantú, Instituto Politécnico de Leiria (IPLeiria), Portugal.

Avaliadoras *ad hoc* 2025 - Dossiê

Dr^a. Aliana Barbosa Aires, Universidade Federal do Piauí (UFPI), Teresina, PI, Brasil

Dr^a. Josenilde Silva Souza, Centro Universitário Belas Artes, São Paulo, SP, Brasil.

Produção editorial

Ana Carolina Martins Prado, Pesquisadora Voluntária, PR, Brasil.

Eduardo Brasil Rodrigues, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), SC, Brasil.

Jailson Oliveira Sousa, Pesquisador Voluntário, Universidade Federal do Piauí (UFPI), PI, Brasil.

Maria Eduarda Corrêa dos Santos, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), SC, Brasil.

Miruna Raimudi de Gois, Pesquisadora Voluntária, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC), SC, Brasil.

Táisse Marcos de Souza, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), SC, Brasil.

Editorial V. 18 N. 44 - 2025

Dr^a. Aliana Barbosa Aires

Doutora, Universidade Federal do Piauí (UFPI)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8514-856X> | Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9302014019035784>

Dr^a. Josenilde Silva Souza

Doutora, Centro Universitário Belas Artes de São Paulo

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6177-3854> | Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3802917769378305>

EDIÇÃO DOSSIÊ – JANEIRO / 2025

DOSSIÊ - Diversidade, Inclusão e Interseccionalidade na Moda **Vestindo Outras Histórias: Uma revolução silenciosa na moda**

O dossiê “Diversidade, inclusão e interseccionalidade na moda” traz reflexões e considerações acerca da possibilidade de mais diversidade e inclusão na indústria da moda. Tradicionalmente um espaço elitista e homogêneo, na última década a moda esboça sua abertura para a pluralidade de vozes e experiências que compõem o nosso mundo, impulsionada por uma necessidade crescente de refletir a diversidade da sociedade contemporânea.

A inclusão de políticas voltadas para D&I (Diversidade e Inclusão) ganhou destaque no cenário organizacional da atualidade, com a implementação de várias ações de marketing voltadas para atender públicos diversos, os quais se encontravam até então à margem do consumo massivo. Entre eles, pessoas na terceira idade, LGBTQIAPN+, transexuais, deficientes físicos, gordos, pretos etc (Aires, 2019).

O campo acadêmico observou atentamente este movimento mais diversificado da indústria, e passou a investigá-lo. Esses estudos pioneiros apoiaram-se, num primeiro momento, em teorias feministas (Hooks, 2000; Davis, 1989), antropológicas e sociais (Bourdieu, 1979; Foucault, 1978), além de embasarem-se nos estudos culturais (Kaiser, 2012) e de gênero (Buttler, 1990), e ao longo do tempo, outras abordagens mais interdisciplinares foram sendo adicionadas, como os estudos do consumo (Roche, 2007; Featherstone, 1991), corpo e imagem, *Fat studies*, *Fashion studies* (Crane, 2006), *Media studies*, e especialmente, perspectivas decoloniais e afrodiaspóricas.

Neste contexto, observamos a emergência de campanhas publicitárias de marcas de moda com modelos de estéticas corporais distintas do corpo padrão ocidental recorrentemente veiculado: branco, jovem, magro e caucasiano (Hoff, 2016), e a comercialização de artigos e/ou linhas de produtos

com design ergonômico, pensados especialmente para atender a necessidades de públicos específicos.

No entanto, é preciso tomar cuidado ao celebrar um possível cenário *fashion* mais inclusivo, pois muitas marcas caem na armadilha do *diversity washing* (Carreira & Torquato, 2020), que se trata de um movimento de inclusão falso, em que a diversidade é apresentada de maneira superficial, sem um compromisso genuíno com mudanças internas e estruturais. Por isso, é importante distinguir diversidade de inclusão. Enquanto a diversidade na moda está relacionada à representação de diferentes etnias, faixas etárias, gêneros e tamanhos, a inclusão é um processo mais amplo que abrange todas as formas de identidade, permitindo que cada indivíduo se sinta valorizado.

Atualmente poucas marcas de moda conseguem realizar ações amplas e integradas, abrangendo seu público interno e externo, voltadas para inclusão de fato. O que identificamos, em geral, são ações publicitárias pontuais que representam públicos diversos, ou seja, trazem diversidade, mas não inclusão, o que só seria possível com a adoção de medidas abrangentes, que perpassassem todos os departamentos da empresa, indo desde a contratação de pessoal identificado como pertencente a grupos da diversidade e a instalação de banheiros agênero, dentre outras.

Desse modo, podemos avaliar que o movimento que estamos assistindo na atualidade trata-se de uma representação da diversidade limitada ao nível imagético, o que é um inegável avanço, mas não significa uma inclusão efetiva no âmbito social, cultural e mercadológico. Uma organização inclusiva adota medidas para o desenvolvimento de uma cultura inclusiva, o que sugere trabalhar com a Diversidade como um valor. Assim, para que a moda se torne verdadeiramente inclusiva, é crucial que as empresas não apenas ampliem suas práticas de contratação, mas que também reavaliem seus processos criativos e de produção, incorporando a diversidade em todos os níveis.

O conceito de interseccionalidade (Carbado, 2013), que surge para reconhecer a sobreposição de diferentes catego-

rias sociais e como elas interagem entre si, é fundamental nesse contexto. Algumas marcas começam a compreender que a experiência de uma pessoa não pode ser reduzida a uma única característica e reconhecer essas nuances é essencial para criar uma moda que realmente represente a todos, assim campanhas de moda que celebram a interseccionalidade estão ganhando destaque e ressoando profundamente com o público.

Quando a moda atua em colaboração com projetos sociais, empoderando comunidades historicamente marginalizadas, quando promove empregos e oportunidades dentro da indústria para indivíduos de diversas origens socioeconômicas, e quando modelos de diferentes tamanhos e identidades de gênero são apresentados nas passarelas e em campanhas publicitárias, concedemos voz a sujeitos invisibilizados e possibilidade para construção de novas narrativas, que transformam os sentidos cristalizados culturalmente, refletindo uma sociedade mais inclusiva e justa.

Essa visibilidade cria um senso de pertencimento para aqueles que frequentemente se sentem excluídos num cenário de intensificação do fenômeno do consumo, em que nossa identidade se configura no e pelo consumo, conforme atestam Hall (1997), Canclini (1998) Garcia-Canclini (2010) e Baudrillard (2007). Assim, a moda é uns principais espaços de construção e expressão da identidade do sujeito contemporâneo, materializando os valores que ele deseja “externar” por meio de sua aparência.

O primeiro artigo do dossiê “De qual gênero é sua roupa? Representações sociais e atribuição de estereótipos de gênero ao vestuário”, de autoria de Frederico Rafael Gomes de Sousa (Universidade de Fortaleza) e Luana Elayne Cunha de Souza (Centro Universitário de Brasília), buscou compreender as representações sociais acerca da atribuição de gênero ao vestuário. Para isso, aplicou um Teste de Associação Livre de Palavras (TALP) a 256 pessoas, com os termos indutores “roupa masculina” e “roupa feminina”. Os resultados do estudo reforçam o quanto a moda reflete e refrata os comportamentos sociais do-

minantes, evidenciando a lógica binária de gênero que ainda orienta a atribuição de estereótipos em relação ao gênero das roupas, com indicação de modos de vestir e de se comportar para os indivíduos em sociedade. Desse modo, o artigo sugere que percursos estruturais precisarão ser superados para que a inclusão seja operacionalizada em um sistema de moda cada vez mais indissociável das práticas sociais coletivas.

No segundo artigo que compõe o dossiê “Erika Hilton na revista Ela: uma proposta interseccional entre moda, gênero e política”, Luiz Carlos Rodrigues Fernandes e Verônica Soares da Costa (Pontifícia Universidade Católica de Minas - PUC Minas) analisam a intersecção entre moda e política na figura de Erika Hilton, deputada federal pelo PSOL-SP, destacando como ela utiliza a moda para promover sua identidade de gênero e ativismo. O estudo apresenta Erika em um ensaio fotográfico com ares de editorial de moda, revelando as contradições entre o uso de marcas de luxo e suas lutas sociais, o que evidencia o caráter ambíguo da moda, que pode ser ao mesmo tempo um meio de inclusão e exclusão. O artigo leva a uma análise original da moda enquanto política performativa dos indivíduos contemporâneos, explorando a interseccionalidade como ponto de contato.

Em “Recomendações para o desenvolvimento de projeto de sutiã para mulheres climatéricas”, as autoras Cássia Matveichuk Chernev e Lara Sousa Castro (Universidade do Estado de Minas Gerais) propõem diretrizes para o desenvolvimento de um projeto de sutiã para mulheres climatéricas em contexto laboral, a partir de uma pesquisa aprofundada com 10 mulheres em período climatérico ativas no mercado de trabalho. Os resultados do estudo elucidam questões pertinentes aos sutiãs, como preferências de uso e compra pelas mulheres, contribuindo de modo significativo para designers e empresas que busquem projetar artigos voltados para necessidades desta fase específica atravessada pelas mulheres. Deste modo, promove condições para aprimoramento de projetos em desenvolvimento e/ou já existentes.

O artigo seguinte “Uma reflexão sobre a constituição das

drag queens em interlocução com as personificações do Japão”, de autoria de Maria Paula Hampshire e Christine Greiner (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC São Paulo), reconstrói historicamente as referências *Drag Queens* na história do teatro e da performance, nas discussões de gênero e nas pesquisas de moda. O objetivo das autoras é discutir sobre a constituição performática de *Drag Queens* documentadas especificamente por Cláudia Guimarães em São Paulo e de atores onnagata do teatro kabuki em interface com algumas personagens da dança butô de Kazuo Ohno, a partir de uma pesquisa bibliográfica amparada principalmente na teoria corpomídia (Katz; Greiner, 2015) e na pesquisa iconográfica. As autoras analisam de forma qualitativa singularidades de corpos fora dos padrões heteronormativos, apontando como a moda trans tem ativado questões políticas e existenciais seculares e pode ser considerada um dispositivo fabulatório para explicitar subjetividades.

No artigo “Reflexões para uma moda em perspectivas afrodiaspórica e decolonial”, os autores Greg Alexandre Malaquias e Alexandra Eliza Vieira Alencar (Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC) problematizam a moda e seu sistema enquanto produções da cultura ocidental supremacista branca capitalista, ressaltando a importância das perspectivas afrodiaspórica e decolonial para tensionar o campo da moda, sobretudo a relação entre estética, corpo, moda e processos de subjetivação. Este estudo faz uma notável revisão de literatura, que considera as contribuições dos Feminismos Negros, da Teoria Decolonial, Transfeminismo e das discussões sobre Moda e Decolonialidade, assim constitui-se em um importante material de pesquisa para estudos que propõe a valorização de subjetividades negras.

O último artigo do dossiê “Onde estão as mulheres de corpo gordo na tabela de medidas da Revista Manequim?”, de autoria de Évora Juliene França Ferreira e Renata Fratton Noronha (Universidade Feevale), explora como a representação das mulheres de corpos gordos é retratada na revista Manequim na década de 1990 e na atualidade. Para isso, fo-

ram selecionadas quatro edições da revista que apresentaram alterações nas suas tabelas de medidas, sendo duas edições correspondentes aos anos de 1991 e 1996 e duas edições do ano de 2022. O estudo em perspectiva histórica, revelou que a partir da década de 1990 houve um breve período de melhora na representatividade das mulheres com corpos gordos na revista, no entanto essa inclusão não se refletiu nas tabelas de medidas, o que demonstra uma discrepância entre o discurso e a prática, evidenciando o quanto a representatividade no campo da moda ainda é um caminho longo e permeado de obstáculos de ordem social e política.

A partir dos artigos selecionados para o dossiê foi possível compreender a moda como um campo político complexo, em que diversas subjetividades disputam pela produção de sentidos sociais e essa disputa está longe de ser pacífica e de estar plenamente realizada. No entanto, mesmo que de modo tímido e por caminhos ambíguos, novos projetos que abordam diversidade, inclusão e interseccionalidade estão ressignificando aos poucos a forma como a moda é produzida e difundida globalmente, mostrando sua potência como veículo de mudança social. Esta revolução silenciosa da moda não é apenas uma tendência passageira; é uma necessidade urgente de desconstruir padrões sociais restritivos e dar espaço para narrativas potentes que foram marginalizadas no decorrer da história.

Desejamos uma ótima leitura!

Editorial V. 18 N. 44 - 2025

Dr^a. Aliana Barbosa Aires

PhD, Universidade Federal do Piauí (UFPI)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8514-856X> | Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9302014019035784>

Dr^a. Josenilde Silva Souza

PhD, Centro Universitário Belas Artes de São Paulo

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6177-3854> | Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3802917769378305>

DOSSIER EDITION – JANUARY / 2025**DOSSIER - Diversity, Inclusion, and Intersectionality in Fashion****Wearing Other Stories: A Quiet Revolution in Fashion**

The dossier “Diversity, inclusion and intersectionality in fashion” brings reflections and considerations about the possibility of more diversity and inclusion in the fashion industry. Traditionally an elitist and homogeneous space, in the last decade fashion has sketched its openness to the plurality of voices and experiences that make up our world, driven by a growing need to reflect the diversity of contemporary society.

The inclusion of policies aimed at D&I (Diversity and Inclusion) has gained prominence in today’s organizational scenario, with the implementation of several marketing actions aimed at serving diverse audiences, which were until then on the margins of mass consumption. Among them, people in the elderly, LGBTQIAPN+, transsexuals, the physically disabled, fat, black, etc (Aires, 2019).

The academic field has closely observed this more diversified movement of the industry and has gone on to investigate it. These pioneering studies were initially based on feminist theories (Hooks, 2000; Davis, 1989), anthropological and social (Bourdieu, 1979; Foucault, 1978), in addition to being based on cultural (Kaiser, 2012) and gender (Buttler, 1990) studies, and over time, other more interdisciplinary approaches have been added, such as consumption studies (Roche, 2007; Featherstone, 1991), body and image, Fat studies, Fashion studies (Crane, 2006), Media studies, and especially, decolonial and Afrodiasporic perspectives.

In this context, we observe the emergence of fashion brands advertising campaigns with models of body aesthetics different from the standard Western body recurrently conveyed: white, young, thin and Caucasian (Hoff, 2016), and the commercialization of articles and/or product lines with ergonomic design, designed especially to meet the needs of specific audi-

ences.

However, care must be taken when celebrating a possible more inclusive fashion scene, as many brands fall into the trap of diversity washing (Carreira and Torquato, 2020), which is a false inclusion movement, in which diversity is presented in a superficial way, without a genuine commitment to internal and structural changes. Therefore, it is important to distinguish diversity from inclusion. While diversity in fashion is related to the representation of different ethnicities, age groups, genders, and sizes, inclusion is a broader process that encompasses all forms of identity, allowing everyone to feel valued.

Currently, few fashion brands can carry out broad and integrated actions, covering their internal and external audiences, aimed at inclusion in fact. What we have identified, in general, are punctual advertising actions that represent diverse audiences, that is, they bring diversity, but not inclusion, which would only be possible with the adoption of comprehensive measures, which permeate all departments of the company, ranging from the hiring of personnel identified as belonging to diversity groups and the installation of agender bathrooms, among others.

In this way, we can assess that the movement we are witnessing today is a representation of diversity limited to the imagery level, which is an undeniable advance, but does not mean effective inclusion in the social, cultural and market spheres. An inclusive organization adopts measures for the development of an inclusive culture, which suggests working with Diversity as a value. Thus, for fashion to become truly inclusive, it is crucial that companies not only expand their hiring practices, but also re-evaluate their creative and production processes, incorporating diversity at all levels.

The concept of intersectionality (Carbado, 2013), which arises to recognize the overlap of different social categories and how they interact with each other, is fundamental in this context. Some brands are beginning to understand that a person's experience cannot be reduced to a single characteristic and recognizing these nuances is essential to creating fashion that truly represents everyone, so fashion campaigns that celebrate

intersectionality are gaining prominence and resonating deeply with audiences.

When fashion works in collaboration with social projects, empowering historically marginalized communities, when it promotes jobs and opportunities within the industry for individuals from diverse socioeconomic backgrounds, and when models of different sizes and gender identities are presented on the catwalks and in advertising campaigns, we give voice to invisible subjects and the possibility to build new narratives, that transform culturally crystallized meanings, reflecting a more inclusive and just society.

This visibility creates a sense of belonging for those who often feel excluded in a scenario of intensification of the phenomenon of consumption, in which our identity is configured in and through consumption, as attested by Hall (1997), Canclini (1998), Garcia-Canclini (2010) and Baudrillard (2007). Thus, fashion is one of the main spaces for the construction and expression of the identity of the contemporary subject, materializing the values that he wishes to “externalize” through his appearance.

The first article in the dossier “What gender is your clothes? Social Representations and Attribution of Gender Stereotypes to Clothing”, authored by Frederico Rafael Gomes de Sousa and Luana Elayne Cunha de Souza, sought to understand the social representations about the attribution of gender to clothing. To do this, it applied a Free Word Association Test (TALP) to 256 people, with the inducing terms “men’s clothing” and “women’s clothing”. The results of the study reinforce how much fashion reflects and refracts the dominant social behaviors, evidencing the binary logic of gender that still guides the attribution of stereotypes in relation to the gender of clothes, with indication of ways of dressing and behaving for individuals in society. Thus, the article suggests that structural paths will need to be overcome so that inclusion is operationalized in a fashion system that is increasingly inseparable from collective social practices.

In the second article that makes up the dossier “Erika Hilton in the magazine *Ela*: an intersectional proposal between fashion, gender and politics”, Luiz Carlos Rodrigues Fernandes and

Verônica Soares da Costa analyze the intersection between fashion and politics in the figure of Erika Hilton, federal deputy for PSOL-SP, highlighting how she uses fashion to promote her gender identity and activism. The study presents Erika in a photo essay with an air of fashion editorial, revealing the contradictions between the use of luxury brands and their social struggles, which highlights the ambiguous character of fashion, which can be at the same time a means of inclusion and exclusion. The article leads to an original analysis of fashion as a performative politics of contemporary individuals, exploring intersectionality as a point of contact.

In "Recommendations for the development of a bra project for climacteric women", the authors Cássia Matveichuk Chernev and Lara Sousa Castro propose guidelines for the development of a bra project for climacteric women in the work context, based on in-depth research with 10 women in climacteric period active in the labor market. The results of the study elucidate issues pertinent to bras, such as women's wearing and buying preferences, contributing significantly to designers and companies that seek to design articles aimed at the needs of this specific phase that women are going through. In this way, it promotes conditions for the improvement of projects under development and/or already existing.

The following article "A reflection on the constitution of drag queens in dialogue with the personifications of Japan", authored by Maria Paula Hampshire and Christine Greiner, historically reconstructs the Drag Queens references in the history of theater and performance, in gender discussions and in fashion research. The objective of the authors is to discuss the performative constitution of Drag Queens specifically documented by Cláudia Guimarães in São Paulo and of onnagata actors of kabuki theater in interface with some characters of Kazuo Ohno's butoh dance, based on a bibliographic research based mainly on corpomedia theory (Katz; Greiner, 2015) and in iconographic research. The authors qualitatively analyze singularities of bodies outside heteronormative standards, pointing out how trans fashion has activated secular political and existential issues and can

be considered a fabled device to make subjectivities explicit.

In the article “Reflections for a fashion in Afrodiasporic and decolonial perspectives”, the authors Greg Alexandre Malaquias and Alexandra Eliza Vieira Alencar problematize fashion and its system as productions of Western white supremacist capitalist culture, emphasizing the importance of Afrodiasporic and decolonial perspectives to tension the field of fashion, especially the relationship between aesthetics, body, fashion, and processes of subjectivation. This study makes a remarkable literature review, which considers the contributions of Black Feminisms, Decolonial Theory, Transfeminism, and discussions on Fashion and Decoloniality, thus constituting an important research material for studies that propose the valorization of black subjectivities.

The last article in the dossier “Where are the fat body women in the measurement table of the *Manequim Magazine*?”, authored by Évora Juliene França Ferreira and Renata Fratton Noronha, explores how the representation of women with fat bodies is portrayed in the *Manequim* magazine in the 1990s and today. For this, four editions of the journal were selected that presented changes in their measurement tables, two editions corresponding to the years 1991 and 1996 and two editions from the year 2022. The study in historical perspective revealed that from the 1990s onwards there was a brief period of improvement in the representativeness of women with fat bodies in the magazine, however this inclusion was not reflected in the measurement tables, which demonstrates a discrepancy between discourse and practice, showing how much representativeness in the field of fashion is still a long way and permeated by social and political obstacles.

Based on the articles selected for the dossier, it was possible to understand fashion as a complex political field, in which various subjectivities dispute the production of social meanings and this dispute is far from being peaceful and fully realized. However, even if in a timid way and through ambiguous paths, new projects that address diversity, inclusion, and intersectionality are gradually resignifying the way fashion is produced and

disseminated globally, showing its power as a vehicle for social change. This quiet fashion revolution is not just a passing trend; It is an urgent need to deconstruct restrictive social patterns and make room for potent narratives that have been marginalized throughout history.

We wish you a great reading!

De qual gênero é sua roupa? Representações sociais e atribuição de estereótipos de gênero ao vestuário

Frederico Rafael Gomes de Sousa

Mestre, Universidade de Fortaleza / sousa.fredericorafael@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0006-0879-0934> / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5621963590717210>

Luana Elayne Cunha de Souza

Doutora Centro Universitário de Brasília / luana_elayne@hotmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9425-9598> / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4764799865914384>

Enviado: 31/07/2024 | Aceito: 29/10/2024



De qual gênero é sua roupa? Representações sociais e atribuição de estereótipos de gênero ao vestuário

RESUMO

O objetivo desse estudo foi compreender as representações sociais acerca da atribuição de gênero ao vestuário. Para isso, contou-se com uma amostra de 256 pessoas que responderam ao Teste de Associação Livre de Palavras (TALP), com os termos indutores "roupa masculina" e "roupa feminina". Os dados foram analisados por meio da Análise Prototípica, realizada no *software Iramuteq*. Os resultados indicam para as "roupa masculina" palavras que denotam mais praticidade, conforto e sobriedade, enquanto para as "roupa feminina" as palavras denotam mais variabilidade de peças, bem como foco na estética através de cores e estampas. Conclui-se que as representações sociais, bem como a atribuição de estereótipos em relação ao gênero das roupas, ainda se baseiam numa lógica binária de gênero que indica modos de vestir e de se comportar para os indivíduos.

Palavras-chave: Representações Sociais; Gênero; Estereótipos.

What is the gender of your clothes? Social Representations and the attribution of gender stereotypes to clothing

ABSTRACT

This paper's goal is to comprehend the social representations concerning the attribution of gender to clothing. To that end, a sample of 256 people answered a word association test (Teste de Associação Livre de Palavras – TALP) with stimulus words such as "roupa masculina" and "roupa feminina" (men's and women's clothes, respectively). The data have been analyzed through Prototypical Analysis, via Iramuteq software. Results indicate, for "roupa masculina", words exhibit higher practicality, comfort and sobriety. As for "roupa feminina", words denote greater clothing variability as well as a focus on aesthetic aspects through colors and prints. In conclusion, social representations, along with stereotypical attribution regarding clothing and gender, are still based on a gender binary rationale that assigns the behavioral code and the dress code to individuals.

Keywords: *Social Representations; Gender; Stereotypes.*

De qué género es tu ropa? Representaciones sociales y asignación de estereotipos de género a la ropa

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue comprender las representaciones sociales sobre la atribución de género a la ropa. Con este fin, se contó con una muestra de 256 personas que respondieron el Teste de Asociación Libre de Palabras, con los términos inductivos "ropa masculina" y "ropa femenina". Los datos se analizaron mediante Análisis Prototípico, realizados en software Iramuteq. Los resultados indican para la ropa masculina palabras que denotan más practicidad, comodidad y sobriedad, mientras que para la ropa femenina, las palabras denotan más variabilidad de las piezas, así como enfocarse en la estética a través de colores e impresiones. Se concluye que las representaciones sociales, así como la asignación de estereotipos, en relación con el género de la ropa sigue basándose en una lógica binaria del género que indica formas de vestir y comportarse para los individuos.

Palabras-clave: Representaciones Sociales; Género; Estereotipos.

1. INTRODUÇÃO

A indústria da moda se estabeleceu como uma das mais importantes do mundo. De acordo com a FashionUnited₁ (2022), estima-se que ela movimente atualmente três trilhões de dólares globalmente. Esse valor corresponde a 2% do PIB mundial. É também uma indústria que concentra uma significativa força de trabalho, contando com a presença de centenas de milhares de funcionários.

Além de seu impacto econômico, a moda também pode ser entendida enquanto forma de mudança social específica, que se revela em diferentes instâncias da vida social, extrapolando o vestuário e influenciando o comportamento, o consumo, os maneirismos e as influências estéticas vividas pelos indivíduos (Godart, 2010). Estudos de diversas áreas se propuseram a analisar esse fenômeno. Lipovetsky (2009) entende a moda enquanto “dispositivo social”. Calanca (2011) apresenta uma visão sociológica do vestuário. Kawamura (2018) sugere a modalogia como possibilidade de investigação sociológica da moda.

Ao longo da história, a roupa demarcou os diferentes papéis sociais atribuídos aos homens e às mulheres. A diferenciação de gêneros através do vestuário tem como marco inicial a Grande Renúncia do século XIX, quando os homens passaram a se vestir de maneira mais sóbria, enquanto toda a parte ornamental e decorativa do vestuário foi atribuída aos modos de vestir das mulheres. Essa mudança nos códigos do vestuário traz consigo a atribuição de um lugar simbólico e real que atribuía aos homens o espaço público, o trabalho e a independência; e às mulheres, o espaço doméstico, a submissão e a dependência (Crane, 2006; Zambrini, 2010).

A atribuição de gênero às peças de roupa é algo que continua a ser feito na contemporaneidade, demonstrando os impactos das normas de gênero nos modos de ser das pessoas. Ao entrar em grandes lojas do setor de vestuário encontra-se uma evidente divisão entre o setor de peças masculi-

nas, normalmente num espaço menor e com poucas opções de cor, de peças e de modelagens, e o de peças femininas, normalmente num espaço maior e com maior variedade de cores, peças e modelagens. Além de ditar os modos de vestir para homens e mulheres, essas normas tendem a reforçar aspectos presentes na maneira como a sociedade se organiza dentro de um binarismo de gênero (Zambrini, 2010).

Entendendo as repercussões das normas de gênero na maneira de como as pessoas se vestem, alguns questionamentos podem ser disparados: qual é a percepção das pessoas sobre "roupa masculina" e "roupa feminina"? Quais são os estereótipos de gênero são atribuídos às peças de roupa?

Dessa forma, o presente estudo possui como objetivo compreender as representações sociais acerca da atribuição de gênero ao vestuário. Esse trabalho possibilita acessar a forma como os discursos de gênero se insere no cotidiano das pessoas, influenciando em sua forma de processar as informações do ambiente, nos modos de ser e se relacionar na contemporaneidade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Indústria da Moda: O Gênero das Roupas

Segundo Kawamura (2018), para muitos autores, a moda primeiro começa com a roupa. A palavra "moda" é normalmente utilizada para se referir a roupas ou estilos de aparência, porém ela pode ser usada de diferentes maneiras e possuir diversos significados, estando presente em várias outras esferas da vida social e intelectual.

Conceituar o fenômeno da moda na contemporaneidade é um desafio que, segundo Godart (2010), pode ser entendido de duas formas. A primeira enquanto uma indústria do vestuário e do luxo, local de trabalho de profissionais da área e composta por inúmeras empresas do ramo. Essa perspectiva também considera as formas de consumo de pessoas, grupos e classes sociais que buscam definir sua identidade a

partir de seus modos de vestir.

A segunda forma de entendimento considera a moda como uma forma de mudança social específica, que se revela em diferentes instâncias da vida social, não se limita apenas ao vestuário e é um processo regular e não cumulativo. Regular porque sua produção acontece em períodos constantes e, normalmente, curtos; e não cumulativo porque as mudanças ocorridas não acrescentam algo novo às tendências passadas, elas as substituem, transformando-as em algo diferente.

Godart (2010) ressalta que essas duas maneiras de entender o fenômeno da moda estão interligadas, pois a indústria da moda, ao criar estilos de vestuário, está produzindo, ao mesmo tempo, mudanças regulares e não cumulativas que vão influenciar vários âmbitos da vida das pessoas além de seus modos de vestir, como comportamento, consumo, maneirismos e tendências estéticas.

Para Lipovetsky (2009) a história da moda se dá junto à compreensão das mudanças dos estilos e do andamento precipitado das transformações dos modos de vestir. A moda, então, por não possuir um conteúdo próprio que a limite a um objeto específico, se configura como um “dispositivo social” (p. 25) que possui uma duração curta e que influencia diferentes instâncias da vida cotidiana.

Kawamura (2018) apresenta a modalogia como possibilidade de investigação sociológica da moda. Nesta perspectiva a moda é compreendida como um sistema de instituições que produzem tanto o fenômeno quanto a prática da moda. Esse processo também aponta para a produção social de crenças em relação à moda, as quais se manifestam através das roupas.

A atribuição de gênero ao vestuário é um dos valores mais relevantes para o estudo da moda. Para Crane (2006) a roupa é um dos signos mais reconhecíveis de *status* social e de gênero. Através do vestuário, homens e mulheres percebem e expressam mensagens que integram papéis sociais.

Historicamente a demarcação de gênero por meio do vestuário foi concebida de maneira diferente para mulheres

e para homens (Crane, 2006). No século XIX as roupas femininas possuíam caráter ornamental e não adicionavam praticidade para o desempenho de atividades, se configurando enquanto um tipo de controle dirigido ao corpo feminino, que possuía uma delimitação clara entre as esferas pública e privada (Zambrini, 2010; Crane, 2006).

Enquanto isso, os homens no século XIX buscavam uma imagem sóbria e conservadora. Eles também tinham possibilidades de uso de diferentes peças como calças, casacos, gravatas e chapéus, aos quais também eram atribuídos *status* social e mudavam de acordo com a moda da época (Crane, 2006). De acordo com Braga (2008), ao longo da história, os homens sempre se adornaram, mas, devido às condições da emergência capitalista em meados do século XIX, eles passaram a demonstrar prestígio por aquilo que produziam, não mais pela sua maneira de se vestir.

Desde as décadas de 1960 e 1970, movimentos subversivos vêm sendo experimentados por *designers* que propunham um deslocamento das fronteiras de gênero. Desde então termos como androginia, moda agênero, moda sem gênero e *co-ed* surgem na tentativa de democratizar a moda, tornando-a mais diversa e causando tensionamento nas normas binárias vigentes (Githapradana, 2022; Lee et al., 2020).

2.2 Representações Sociais e Atribuição de Estereótipos

De acordo com Sousa e Chaves (2023), as pessoas utilizam os conhecimentos que possuem acerca do mundo para filtrar a quantidade e a qualidade de informações que eles acessam na sociedade através de processos cognitivos e sociais. A partir disso é criado um sistema organizado de opiniões, crenças, valores e informações que mediam as relações entre as pessoas, o seu autoconceito e a interação com os objetos presentes no ambiente. Esse tipo de saber específico é denominado de Representações Sociais (RS) (Moscovici, 2017) e seu estudo se ancora na abordagem psicossocio-

lógica da Teoria das Representações Sociais (TRS).

Para a TRS, o conhecimento social integra qualquer tipo de conhecimento criado e partilhado socialmente e não se propõe a avaliar a autenticidade desses saberes, mas a entendê-los como integrantes de uma racionalidade partilhada coletivamente que cria a realidade vivida dos indivíduos. Dessa forma, entende-se que as RS são constructos sociais, produzidas de maneira interativa e, por isso, são concepções dinâmicas da sociedade (Sousa e Chaves, 2023).

As RS possibilitam que as pessoas compreendam e organizem o mundo ao seu redor (Abric, 2001), além de integrarem o processo identitário das pessoas, por possibilitarem a comparação social ocorrida nas relações entre pessoas e entre grupos. Ademais, as RS também orientam na construção de condutas e práticas sociais, bem como possibilitam a legitimação de atitudes e comportamentos em relação ao outro (Sousa e Chaves, 2023).

Uma das possibilidades de análise das RS é a partir da Teoria do Núcleo Central, que faz parte da abordagem estrutural da TRS (Abric, 2001; Sá, 1996; Wachelke e Wolter, 2011; Sousa e Chaves, 2023). Nessa abordagem, as RS são compostas por dois sistemas interdependentes: o sistema (ou núcleo) central e o sistema periférico. Esses sistemas contêm um conjunto de informações, crenças e opiniões acerca de um determinado objeto.

O sistema central possui caráter consensual, é formado por componentes estáveis e consistentes e, por isso, é resistente a mudanças. É ele que organiza e estabiliza os elementos de uma representação através de normas sociais, sendo um gerador de sentido para essa representação. Já o sistema periférico é mais flexível, negociável, dinâmico e se relaciona de maneira mais intensa com os comportamentos, regulando-os e orientando-os, além de legitimar e contextualizar os componentes do sistema central (Abric, 2001; Sá, 1996; Wachelke e Wolter, 2011; Sousa e Chaves, 2023).

Outro fenômeno da cognição social que constitui as relações intergrupais é a atribuição de estereótipos. Esses

estereótipos são como as crenças acerca de aspectos específicos de uma categoria social. Eles integram o processo de generalização e, assim como as RS, ajudam os indivíduos a organizarem simbolicamente o ambiente. Os estereótipos são as crenças atribuídas a grupos (Pérez-Nebra e Jesus, 2011; Techio, 2011).

Por meio da Teoria das Relações Intergrupais (Tajfel & Turner, 1979; Tajfel, 1982), é possível perceber os estereótipos enquanto componentes do processo de categorização de grupos sociais, possibilitando aos indivíduos que identifiquem e diferenciem pessoas que participam de diferentes grupos sociais, além de legitimar condutas entre os grupos. Assim, os estereótipos possuem a função de atribuir representações positivas ao endogrupo (grupo que o indivíduo faz parte) em relação ao exogrupo (grupo de comparação, o qual o indivíduo não integra) num contexto de conflito entre grupos.

3. METODOLOGIA

3.1 Participantes

A amostra foi composta por 256 participantes, 160 mulheres, 93 homens e 3 pessoas não-binárias ($M_{idade} = 32,12$, $DP = 8,82$). A maioria se identifica como heterossexual ($N = 164$; 64,1%), seguida por bissexual ($N = 39$; 15,2%), gay ($N = 35$; 13,7%), lésbica ($N = 12$; 4,7%) e pansexual ($N = 6$; 2,3%). A maior parte da amostra é de classe média ($N = 121$; 47,3%), identifica-se como brancos ($N = 141$; 55,1%) e possui ensino superior completo ($N = 175$; 68,4%). Em relação ao posicionamento político dos participantes, a maioria se identifica com de esquerda ($N = 120$; 46,9%), seguida por centro ($N = 91$; 35,5%), direita ($N = 27$; 10,5%), extrema esquerda ($N = 16$; 6,3%) e extrema direita ($N = 2$; 0,8%).

3.2 Instrumento

Os participantes responderam ao Teste de Associação

Livre de Palavras (TALP), em que se objetivou a identificação do campo semântico em relação à atribuição de gênero à roupa. Foram utilizados enquanto indutores os termos: “roupa masculina” e “roupa feminina”. Foi solicitado aos participantes que registrassem as cinco primeiras palavras que viessem à mente a partir dos estímulos indutores.

3.3 Procedimentos de Coleta e Aspectos Éticos

Os participantes foram convidados a colaborar em um estudo *on-line*, no mês de março de 2023. O *link* da pesquisa foi divulgado por meio das redes sociais WhatsApp e Instagram. Antes de os participantes iniciarem, foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) que informou sobre a garantia do sigilo e do direito de desistirem da pesquisa a qualquer momento, além de frisar o caráter voluntário da participação. O TCLE foi construído seguindo as recomendações das Resoluções 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde.

Depois de consentirem com a participação, os participantes relataram suas informações demográficas (idade, gênero, orientação sexual, raça, classe social, educação e posicionamento político). Em seguida os participantes responderam ao Teste de Associação Livre de Palavras (TALP) a partir de dois estímulos: “roupa masculina” e “roupa feminina”. Por fim, os participantes foram agradecidos.

Ressalta-se que o presente estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade de Fortaleza sob o número de parecer 64127822.0.0000.5052.

3.4 Análise dos Dados

Os dados gerados foram analisados com auxílio do software Iramuteq - Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires (Ratinaud, 2009).

As palavras mencionadas no TALP passaram pelo processo de lematização e foram submetidas a Análises Prototípicas, que são técnicas utilizadas para a categorização da representação social de maneira estrutural (Camargo e Justo, 2013; Wachelke e Wolter, 2011). Esse procedimento foi realizado para cada um dos estímulos indutores.

Esse tipo de análise calcula a frequência e a ordem das palavras evocadas pelos participantes e gera um quadro composto por quatro quadrantes (Figura 1): o Núcleo Central (NC) indica as palavras que foram evocadas com maior frequência e mais rapidamente; a Zona Periférica é composta pela Primeira Periferia (PP), que indica as palavras evocadas com uma alta frequência, porém tardiamente, e pela Segunda Periferia (SP), que indica as palavras evocadas com baixa frequência e tardiamente; e a Zona de Contraste (ZC), que indica as palavras que foram evocadas com baixa frequência, porém rapidamente (Camargo e Justo, 2013; Wachelke e Wolter, 2011).

Figura 1. Análise Prototípica

Frequência	Ordem de Evocação	
	Baixa	Alta
Alta	Núcleo Central (NC)	Primeira Periferia (PP)
Baixa	Zona de Contraste (ZC)	Segunda Periferia (SP)

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Teste de Associação Livre de Palavras (TALP) foi utilizado com o intuito de compreender as representações sociais dos participantes acerca da atribuição de gênero ao vestuário. Inicialmente foi solicitado aos participantes que eles listassem as cinco primeiras palavras que lhes viessem à mente quando pensavam na expressão “roupa masculina”. Foram

obtidas, ao todo, 410 evocações. Na Tabela 1, é possível visualizar os principais elementos das representações sociais sobre roupa masculina para os participantes da pesquisa.

Tabela 1. Análise Prototípica do TALP para o estímulo “roupa masculina”

Categoria		Evocação	f	OME	Evocação	f	OME
		OME < 2,94		OME > 2,94			
ROUPA MASCULINA	<i>f</i> > 6,39	Calça	64	2,0	Cueca	36	3,0
		Bermuda	52	2,7	Tênis	30	3,8
		Camisa	31	2,3	Boné	16	4,0
		Terno	20	2,8	Regata	16	3,5
		Camiseta	19	2,9	Gravata	16	3,2
		Calça <i>jeans</i>	18	1,8	Sapatênis	13	3,7
	<i>f</i> < 6,39	Azul	6	2,3	Terno	6	3,2
		Calça comprida	5	1,8	Social	6	3,5
		Conforto	5	1,4	Confortável	6	3,3
		Simple	5	2,8	Sapato social	6	4,0
		Séria	5	2,6	Blusa de botão	5	3,0
		Preto	4	2	Formal	5	3,2

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Na Tabela 1, é possível perceber que os principais elementos das representações sociais acerca da “roupa masculina” para os participantes estão fortemente associados às palavras “calça”, “bermuda”, “camisa”, “terno” e “camiseta”. Essas palavras, localizadas no primeiro quadrante da Tabela 1, constituem o Núcleo Central (NC) da representação social do fenômeno em questão para a amostra, ou seja, apresenta de forma estrutural a noção mais fortemente compartilhada pelo grupo e as palavras de mais alta frequência.

Nas Zonas Periféricas, localizadas nos segundo e quarto quadrantes da Tabela 1, surgiram palavras que ilustram a representação de roupa masculina para os participantes.

Na primeira periferia, ilustrada no segundo quadrante, localizam-se palavras de alta frequência e alta evocação, de modo que complementa o sentido do NC e o protege. Para os respondentes, as palavras listadas com maior frequência foram "cueca", "tênis", "boné" e "regata".

Na segunda periferia, correspondente ao quarto quadrante da Tabela 1, localizam-se as palavras de menor frequência e maior ordem de evocação, relacionando-se mais fortemente com as experiências individuais de cada participante. As palavras com maior frequência foram: "terno", "social" e "confortável".

A Zona de Contraste, localizada no terceiro quadrante da Tabela 1, corresponde aos elementos que foram prontamente evocados e com uma frequência abaixo da média, indicando uma possível direção de mudança na representação social. Aqui, as palavras citadas com maior frequência foram: "azul", "calça comprida" e "conforto". Nota-se que não há um contraste significativo entre as palavras das demais zonas, o que pode indicar que a representação social sobre roupa masculina se encontra estável.

Depois os participantes foram convidados a listarem as cinco primeiras palavras que lhes viessem à mente quando pensavam na expressão "roupa feminina". Foram obtidas, ao todo, 346 evocações. Na Tabela 2, é possível visualizar os principais elementos das representações sociais sobre roupa feminina para os participantes da pesquisa.

Tabela 2. Análise Prototípica do TALP para o estímulo “roupa feminina”

Categoria	Evocação	f	OME	Evocação	f	OME	
							OME < 2,82
ROUPA FEMININA	Vestido	111	1,7	Sutiã	33	2,9	
	Saia	89	2,2	Calcinha	27	2,9	
	Calça	17	2,6	Short	25	3,3	
	<i>f</i> > 9,99				Cropped	22	3,4
					Blusa	18	3,1
					Sandália	17	3,9

	Saias	9	2,2	Shorts	9	3,8	
	Colorida	7	2,1	Flores	8	3,4	
	Camisa	6	2,8	Decote	8	3,5	
	<i>f</i> < 9,99	Estampada	5	1,8	Camiseta	7	3,3
		Cropped	5	2,8	Bolsa	6	4,2
		Diversidade	4	2,8	Sapatilha	6	4,7

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Na Tabela 2 são apresentados os elementos principais da representação social de “roupa feminina” para os participantes. Verificou-se que estes elementos estão fortemente associados às palavras “vestido”, “saia” e “calça”, formando, assim, o Núcleo Central da representação.

Nas Zonas Periféricas, localizadas nos segundo e quarto quadrantes da Tabela 2, surgiram palavras que ilustram a representação da roupa feminina para os respondentes. Na primeira periferia, no segundo quadrante, localizam-se as palavras “sutiã”, “calcinha”, “short” e “cropped”, como sendo as com maior evocação. Em relação à segunda periferia, correspondente ao quarto quadrante da Tabela 2, as palavras com maior frequência foram: “shorts”, “flores” e “decote”.

Na Zona de Contraste, localizada no terceiro quadrante da Tabela 2, as palavras com maior frequência foram: “saias”, “coloridas” e “camisa”. Nota-se que não há um contraste sig-

nificativo entre as palavras das demais zonas, o que pode indicar que a representação social sobre roupa feminina se encontra estável.

Nota-se que há diferenças nas evocações referentes aos tipos de roupa relacionada a cada gênero, sendo as roupas masculinas representadas por peças que proporcionam mais conforto e mobilidade, além de serem mais sóbrias do que as femininas. Em suma, é perceptível a atribuição de estereótipos de gênero às peças de roupa pelos participantes da pesquisa. Esse resultado reforça a ideia de Crane (2006) da roupa enquanto um dos símbolos mais perceptíveis de gênero e *status* social. Para a autora, as roupas integram o processo da criação de identidades sociais e se constituem como uma forma de afirmação e produção de comportamento.

As diferenças na forma de encarar roupas “masculina” e “feminina” pelos participantes da pesquisa parecem compor um processo de análise herdado do século XIX, quando a roupa passou a integrar o processo de diferenciação entre os gêneros masculino e feminino (Kawamura, 2018; Crane, 2006) e a ocupar um lugar privilegiado, dentro de uma lógica binária, no processo de demarcação e delimitação das fronteiras de gênero (Zambrini, 2010;2016).

Os resultados da pesquisa vão ao encontro do apresentado por Hyde (2005, 2019) de que, em termos de traços, habilidades, interesses e comportamentos, homens e mulheres não se enquadram em duas categorias completamente distintas. Isso porque individualmente homens e mulheres podem expressar uma mistura de atributos e comportamentos tidos como “masculinos” e femininos”. Já Lennon (2017) apresentou resultados de que o uso de itens específicos, culturalmente, informa o sexo biológico. Como exemplo, o autor denota a designação de gênero dos corpos de bebês lidos como masculinos ou femininos através do uso das cores azul e rosa.

Morgenroth e Ryan (2020) apontam para a hipótese de que o binarismo de gênero/sexo é criado e reforçado através da performatividade de gênero/sexo atrelado ao sujeito (ho-

mem/mulher), traje (corpo e aparência) e roteiro (comportamentos, trejeitos e preferências). Essa expectativa pode ser percebida através das respostas da pesquisa, nas quais esteve presente o reconhecimento de que a roupa pode reforçar os estereótipos de gênero, bem como o quanto esses criam a expectativa sobre o que cada gênero pode ou não vestir. A roupa pode ser compreendida aqui como item de expressão da identidade ao mesmo tempo que assume um caráter de instrumento de adequação social.

Akdemir (2018a) concorda que o modo de se vestir varia de acordo com o grupo social ocupado pelo sujeito e que as roupas carregam signos visíveis de expressão e identificação através de cores, modelagens, tecidos e elementos visuais. A comunicação por meio do vestuário evidencia normas que são partilhadas pelos membros de um grupo e pode se transformar em signos identificáveis para aqueles que não fazem parte desse grupo. Esse fenômeno pode ser compreendido, como sugere Tajfel (1982), como parte do processo de categorização social em que o exogrupo tende a ser analisado enquanto um grupo homogêneo, ou seja, composto por integrantes parecidos entre si. Porém, essa análise é baseada na generalização, que possibilita uma visão estereotipada dos grupos em questão.

Dutra (2002) afirma que a moda, historicamente, não é vista como atributo masculino, sendo atribuída a futilidade e capricho relacionados às mulheres. As respostas da pesquisa trazem à tona essa realidade na atribuição de mais elementos de moda na "roupa feminina" como cores, estampas e variedade de peças. Em paralelo a isso, às roupas masculinas são atribuídas mais sobriedade e pouca variedade de cor e peças.

Ao escrever sobre a crítica que algumas feministas fazem a essa lógica binária de que a moda ocupa mais mulheres do que homens, Kawamura (2018) afirma que a moda pode ser entendida como um mecanismo de controle dos corpos femininos que reduz os horizontes sociais, culturais e intelectuais das mulheres. Elas passam a usar seu tempo e dinheiro com a beleza, e isso se torna uma opressão, gerando uma

“falsa consciência” daquilo que elas passam a acreditar que é uma prioridade: as roupas e a aparência.

Akdemir (2018b) assinala que a moda possui um importante papel na desconstrução de estereótipos de gênero e que, atualmente, percebe-se o quanto as maneiras de vestir têm se atualizado: apresentando roupas masculinas “feminilizadas” e roupas femininas “masculinizadas”, concordando com tendências como a moda agênero (Lee *et al.*, 2020) e *co-ed* (Githapradana, 2022). Os resultados encontrados na pesquisa mostram que esse discurso de uma moda mais diversa e subversiva às normas de gênero parece estar distante da realidade dos participantes que ainda possuem uma lente binária em seu processo de análise e atribuição de estereótipos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O vestuário faz parte do cotidiano das pessoas e, além de possuir uma função objetiva de proteção do corpo, assume funções sociais que extrapolam o simples ato de se cobrir. Desde dispositivo social até símbolo, dos mais notáveis, de *status* social e de gênero, as roupas comunicam algo sobre aqueles que as vestem.

A moda, ao longo do tempo, tendeu a reforçar os estereótipos de gênero por meio da divisão do que se compreende como roupa masculina e roupa feminina. Esse processo tem como base uma lógica binária de gênero que permeia todas as instâncias da vida social das pessoas, as quais passam a encarar o mundo por essa lente.

Os participantes da pesquisa tenderam a corroborar com essa lógica binária em sua leitura do processo de generificação do vestuário. A partir do uso do TALP, foi possível se aproximar das representações sociais dos participantes acerca do que seria “roupa masculina” e “roupa feminina” para eles. Às “roupas masculinas” foram atribuídas palavras que indicam praticidade, sobriedade e conforto, enquanto para as “roupas femininas” foram atribuídas palavras que indicam

uma variedade maior de peças e com foco na estética presente no sortimento de cores e estampas.

Notou-se que as palavras presentes no Núcleo Central parecem estar protegidas para ambos os indutores, significando uma estabilidade nas representações sociais apontadas pelos participantes. Esse dado reforça a ideia do quanto a lógica binária ainda opera na forma como as pessoas entendem e consomem produtos de moda. Mesmo reconhecendo uma tendência subversiva do gênero em alguns movimentos dentro da moda – moda agênero, moda sem gênero e *co-ed* – essa realidade ainda parece estar distante da realidade da maioria das pessoas.

Esse estudo possibilitou um olhar para o desenvolvimento de estudos futuros na área de moda, estudos de gênero e RS que possam considerar realidades específicas de consumo, interseccionalidade com alguns marcadores sociais, como sexualidade, raça e geração, e os impactos das RS na criação e produção de produtos de moda. Algumas limitações foram percebidas ao longo dessa pesquisa, como a forma de acessar os interlocutores via redes sociais, que limita o acesso de pessoas que não estejam presentes nesse contexto.

Não obstante essa pesquisa traz importantes contribuições tanto científicas, na produção de conhecimento nas áreas da Moda e da Psicologia Social, quanto sociais, na demonstração para a sociedade do quanto a roupa é um dos elementos centrais dentro das relações humanas.

Notas de fim de texto

¹ FashionUnited é uma plataforma independente de levantamento e compartilhamento de dados referentes à indústria da moda internacional.

REFERÊNCIAS

ABRIC, J C. **Prácticas sociales y representaciones**. México: Coyoacán, 2001.

AKDEMIR, Nihan. Visible Expression of Social Identity: the clothing and fashion. **Gaziantep University Journal Of Social**

Sciences, [S.L.], v. 17, n. 4, p. 1371-1379, 2018a. <http://dx.doi.org/10.21547/jss.411181>. Disponível em: <https://dergipark.org.tr/en/pub/jss/issue/39349/411181>. Acesso em: 22 mar. 2024.

AKDEMIR, Nihan. Deconstruction of Gender Stereotypes Through Fashion. **European Journal Of Social Science Education And Research**, S.L, v. 5, n. 2, p. 185-190, 2018b. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/326662785_Deconstruction_of_Gender_Stereotypes_Through_Fashion. Acesso em: 22 mar. 2024.

BRAGA, João. **História da moda**: uma narrativa. 6. ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2008.

CAMARGO, Brígido V.; JUSTO, Ana M.. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia**, [S.L.], v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013. <http://dx.doi.org/10.9788/tp2013.2-16>. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1413-389X2013000200016&script=sci_abstract&tlng=en. Acesso em: 25 mar. 2024.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Senac, 2011.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. 2. ed. São Paulo: Senac, 2006.

DUTRA, J. L. "Onde você comprou esta roupa tem para homem?": a construção de masculinidades nos mercados alternativos de moda. In: GOLDENBERG, Mirian (org.). **Nú e vestido**: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 359-411.

GITHAPRADANA, Dewa Made Weda. Aesthetics and Symbolic Meaning of Androgynous and CO-ED Style Trends in Men's Fashion. **Humaniora**, [S.L.], v. 13, n. 1, p. 23-32, 15 fev. 2022. Universitas Bina Nusantara. <http://dx.doi.org/10.21512/humaniora.v13i1.7378>. Disponível em: <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/7378>. Acesso em: 15 de abril de 2023.

GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. São Paulo: Senac, 2010.

HYDE, Janet Shibley. The gender similarities hypothesis. **American Psychologist**, [S.L.], v. 60, n. 6, p. 581-592, 2005. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066x.60.6.581>. Disponível em: <https://www.apa.org/pubs/journals/releases/amp-606581.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2024.

HYDE, Janet Shibley; BIGLER, Rebecca S.; JOEL, Daphna; TATE, Charlotte Chucky; VAN ANDERS, Sari M.. The future of sex and gender in psychology: five challenges to the gender binary. **American Psychologist**, [S.L.], v. 74, n. 2, p. 171-193, 2019. <http://dx.doi.org/10.1037/amp0000307>. Disponível em: <https://psycnet>.

apa.org/record/2018-32185-001. Acesso em: 22 mar. 2024.

KAWAMURA, Y. **Fashion-ology**: an introduction to fashion studies. 2. ed. Londres: Bloomsbury Academic, 2018.

LEE, Hoe Ryung; KIM, Jongsun; HA, Jisoo. 'Neo-Crosssexual' fashion in contemporary men's suits. **Fashion And Textiles**, [S.L.], v. 7, n. 1, p. 1-28, 2020. <http://dx.doi.org/10.1186/s40691-019-0192-2>. Disponível em: <https://fashionandtextiles.springeropen.com/articles/10.1186/s40691-019-0192-2>. Acesso em 16 de abril de 2023.

LENNON, Sharron J.; ADOMAITIS, Alyssa Dana; KOO, Jayoung; JOHNSON, Kim K. P. Dress and sex: a review of empirical research involving human participants and published in refereed journals. **Fashion And Textiles**, [S.L.], v. 4, n. 1, p. 1-21, 2017. <http://dx.doi.org/10.1186/s40691-017-0101-5>. Disponível em: <https://fashionandtextiles.springeropen.com/articles/10.1186/s40691-017-0101-5>. Acesso em: 23 mar. 2024.

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

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Petrópolis: Vozes, 2017.

PÉREZ-NEBRA, Amalia Raquel; JESUS, Jaqueline Gomes de. Preconceito, Estereótipo e Discriminação. In: TORRES, Cláudio Vaz; NEIVA, Elaine Rabelo (org.). **Psicologia social**: principais temas e vertentes. Porto Alegre: Artmed, 2011. Cap. 10. p. 219-237.

SÁ, Celso Pereira de. **Núcleo central das representações sociais**. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

MORGENROTH, Thekla; RYAN, Michelle K.. The Effects of Gender Trouble: an integrative theoretical framework of the perpetuation and disruption of the gender/sex binary. **Perspectives On Psychological Science**, [S.L.], v. 16, n. 6, p. 1113-1142, 2020. <http://dx.doi.org/10.1177/1745691620902442>. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32375012/>. Acesso em: 23 mar. 2024.

RATINAUD, P. **Iramuteq**: interface de r pour les analyses multidimensionnelles de textes et de questionnaires, 2009. Disponível em: www.iramuteq.org. Acesso em: 15 mar. 2024.

SOUSA, Yuri Sá Oliveira; CHAVES, Antonio Marcos. Representações Sociais. In: TORRES, Ana Raquel Rosas et al (org.). **Psicologia Social**: temas e teorias. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2023. Cap. 8. p. 277-306.

TAJFEL, H. Social Psychology of Intergroup Relations. **Annual Review Of Psychology**, [S.L.], v. 33, n. 1, p. 1-39, 1982. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.ps.33.1.1>

doi.org/10.1146/annurev.ps.33.020182.000245. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/1982-12052-001>. Acesso em: 18 mar. 2024.

TAJFEL, H; TURNER, J. An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In: AUSTIN, W G; WORCHEL, S (ed.). **The Social Psychology of Intergroup Relations**. Monterey: Brooks/Cole, 1979. p. 33-47.

TECHIO, E. M. . Estereótipos Sociais como Preditores das Relações intergrupais. In: TECHIO, Elza Maria; LIMA, Marcus Eugênio Oliveira. (Org.). **Cultura e Produção das Diferenças: estereótipos e Preconceito no Brasil, Espanha e Portugal**. Brasília: Technopolitik, 2011, p. 21-75.

WACHELKE, João; WOLTER, Rafael. Critérios de construção e relato da análise prototípica para representações sociais. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, [S.L.], v. 27, n. 4, p. 521-526, 2011. <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-37722011000400017>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ptp/a/bdqVHwLbSD8gyWcZwrJHqGr/?lang=pt>. Acesso em: 22 mar. 2024.

ZAMBRINI, Laura. Modos de vestir e identidades de género: reflexiones sobre las marcas culturales sobre el cuerpo. **Revista de Estudios de Género Nomadías**, S. L., n. 11, 2010. Disponível em: <https://nomadias.uchile.cl/index.php/NO/article/view/15158>. Acesso em: 20 de março de 2023.

ZAMBRINI, Laura. Olhares sobre moda e design a partir de uma perspectiva de gênero. **dObras – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 9, n. 19, p. 53–61, 2016. DOI: 10.26563/dobras.v9i19.452. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/452>. Acesso em: 20 de março de 2023.

What is the gender of your clothes? Social representations and the attribution of gender stereotypes to clothing

Frederico Rafael Gomes de Sousa

Master's, Universidade de Fortaleza / sousa.fredericorafael@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0009-0006-0879-0934> / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5621963590717210>

Luana Elayne Cunha de Souza

PHD, Centro Universitário de Brasília / luana_elayne@hotmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9425-9598> / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4764799865914384>

Submitted: 31/07/2024 | Accepted: 29/10/2024



What is the gender of your clothes? Social representations and the attribution of gender stereotypes to clothing

ABSTRACT

This paper's goal is to comprehend the social representations concerning the attribution of gender to clothing. To that end, a sample of 256 people answered a word association test (Free Word Association Test – FWAT) with stimulus words such as "roupa masculina" and "roupa feminina" (men's and women's clothes, respectively). The data have been analyzed through Prototypical Analysis, via Iramuteq software. Results indicate for "roupa masculina" words exhibiting higher practicality, comfort and sobriety. As for "roupa feminina", words denote greater clothing variability as well as a focus on aesthetic aspects through colors and prints. In conclusion, social representations, along with stereotypical attribution regarding clothing and gender, are still based on a gender binary rationale that assigns the behavioral code and the dress code to individuals.

Keywords: Social Representations; Gender; Stereotypes.

De qual gênero é sua roupa? Representações sociais e atribuição de estereótipos de gênero ao vestuário

RESUMO

O objetivo desse estudo foi compreender as representações sociais acerca da atribuição de gênero ao vestuário. Para isso, contou-se com uma amostra de 256 pessoas que responderam ao Teste de Associação Livre de Palavras (TALP), com os termos indutores "roupa masculina" e "roupa feminina". Os dados foram analisados por meio da Análise Prototípica, realizada no *software Iramuteq*. Os resultados indicam para "roupa masculina" palavras que denotam mais praticidade, conforto e sobriedade, enquanto para "roupa feminina" palavras que denotam mais variabilidade de peças, bem como foco na estética por meio de cores e estampas. Conclui-se que as representações sociais, bem como a atribuição de estereótipos em relação ao gênero das roupas, ainda se baseiam numa lógica binária de gênero, indicadora de modos de vestir e de se comportar para os indivíduos.

Palavras-chave: Representações Sociais; Gênero; Estereótipos.

De qué género es tu ropa? Representaciones sociales y asignación de estereotipos de género a la ropa

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue comprender las representaciones sociales sobre la atribución de género a la ropa. Con este fin, se contó con una muestra de 256 personas que respondieron el Teste de Asociación Libre de Palabras, con los términos inductivos "ropa masculina" y "ropa femenina". Los datos se analizaron mediante Análisis Prototípico, realizados en software Iramuteq. Los resultados indican para la "ropa masculina" palabras que denotan más practicidad, comodidad y sobriedad, mientras que para la "ropa femenina" palabras que denotan más variabilidad de las piezas, así como enfocarse en la estética a través de colores e impresiones. Se concluye que las representaciones sociales, así como la asignación de estereotipos, en relación con el género de la ropa sigue basándose en una lógica binaria del género que indica formas de vestir y comportarse para los individuos.

Palabras-clave: Representaciones Sociales; Género; Estereotipos.

1. INTRODUCTION

The fashion industry has established itself as one of the most important industries in the world in economic terms, amassing a significant workforce. According to data from FashionUnited (2016), an independent platform for collecting and sharing data on the international fashion industry, it is estimated that the industry currently generates three trillion dollars globally – a value that corresponds to 2% of the world's GDP.

In addition to its economic impact, fashion can also be understood as a form of specific social change, which can be seen in different instances of social life, moving beyond just clothing and being able to influence behavior, consumption, mannerisms and aesthetic influences experienced by individuals (Godart, 2010). Studies from various areas have proposed to analyze this phenomenon: Lipovetsky (2009) understands fashion as a "social device"; Calanca (2011) presents a sociological view of clothing; and Kawamura (2018) suggests fashionology as a possibility for sociological investigation of fashion.

Throughout history, clothing has marked the different social roles attributed to men and women. The differentiation of genders through clothing began with the Great Male Renunciation of the 19th century, when men began to dress more seriously, while all the ornamental and decorative aspects of clothing were attributed to female ways of dressing. This change in clothing codes brought with it the attribution of a symbolic and real place, which attributed to men the public space, work and independence; and, to women, the domestic space, submission and dependence (Crane, 2006; Zambrini, 2010).

The attribution of gender to clothing items is something that continues in contemporary times, demonstrating the impacts of gender norms on people's ways of being. When entering large clothing stores, one finds a clear division be-

tween the men's clothing section, usually in a smaller space with few options in terms of colors, pieces and styles, and the women's clothing section, usually in a larger space with a greater variety of colors, pieces and styles. In addition to dictating the ways in which men and women should dress, these norms tend to reinforce aspects present in the way society is organized within a gender binary (Zambrini, 2010).

Understanding the repercussions of gender norms on the way people dress, some questions can be raised: what is the individual's perception of "masculine clothing" and "feminine clothing"? What are the gender stereotypes attributed to clothing items?

Thus, the present study aims to understand the social representations in regard to the attribution of gender to clothing. This work makes it possible to access the ways in which gender discourses are inserted into people's daily lives, influencing ways of processing information from the environment, of being and of relating in contemporary times.

The theoretical framework addresses, through bibliographic research, the relationship between the fashion industry and the gender of clothing, as well as social representations and the attribution of stereotypes. Additionally, based on applied research, the Free Word Association Test (FWAT) was used as a data collection instrument, with the inducing terms "masculine clothing" and "feminine clothing", applied to a sample of 256 people, whose data were analyzed using Prototypical Analysis, carried out in the Iramuteq software.

2. THEORETICAL FRAMEWORK

2.1 The Fashion Industry and the Gender of Clothing

According to Kawamura (2018), for many authors, fashion first begins with clothing. The word "fashion" is normally used to refer to clothing or styles of appearance, but it can be used in different ways and have different meanings, being present in several other spheres of social and intellectual life.

Conceptualizing the phenomenon of fashion in contem-

porary times is a challenge that, according to Godart (2010), can be understood in two ways. The first as a clothing and luxury industry, a workplace for professionals in the area and composed of numerous companies in the sector. This perspective also considers the forms of consumption of people, groups and social classes that seek to define their identity based on their ways of dressing. The second considers fashion as a specific form of social change, which is revealed in different instances of social life, it is not limited to clothing and is a regular and non-cumulative process – regular because its production occurs in constant and usually short periods; and non-cumulative because the changes that occur do not add anything new to past trends, they replace them, transforming them into something different.

Godart (2010) also emphasizes that these two ways of understanding the phenomenon of fashion are interconnected, since the fashion industry, when creating clothing styles, is producing, at the same time, regular and non-cumulative changes that will influence various areas of people's lives beyond their ways of dressing, these include behavior, consumption, mannerisms and aesthetic trends.

For Lipovetsky (2009), the history of fashion occurs together with the understanding of changes in styles and the rapid pace of transformations in ways of dressing. Therefore, because fashion does not have its own content that limits it to a specific object, it is configured as a "social device" (Lipovetsky, 2009, p. 25), which has a short duration and influences different areas of everyday life.

Kawamura (2018) presents fashionology as a possibility for sociological investigation of fashion. From this perspective, fashion is understood as a system of institutions that produce both the phenomenon and the practice of fashion. This process also points to the social production of beliefs in relation to fashion, which are manifested through clothing.

This research highlights that the attribution of gender to clothing is one of the most relevant values for the study of fashion. For Crane (2006), clothing is one of the most recog-

nizable signs of social status and gender. Through clothing, men and women perceive and express messages that integrate social roles.

Historically, the demarcation of gender through clothing has been conceived differently for women and men (Crane, 2006). In the 19th century, women's clothing was ornamental and did not add practicality to the range of activities, configuring itself as a type of control directed at the female body, which had a clear delimitation between the public and private spheres (Zambrini, 2010; Crane, 2006).

Meanwhile, men sought a serious and conservative image in the 19th century. They also had the possibility of wearing different pieces, such as pants, coats, ties and hats, to which social status was also attributed and which changed according to the fashion of the time (Crane, 2006). According to Braga (2008), throughout history, men have always adorned themselves, but due to the conditions of capitalism's emergence in the mid-19th century, they began to demonstrate prestige not through the way they dressed but by what they produced.

Since the 1960s and 1970s, subversive movements have been experimented with by designers who proposed a shift in gender boundaries. Since then, terms such as androgynous, agender, genderless and co-ed fashion have emerged in an attempt to democratize fashion, making it more diverse and causing tension in the current binary norms (Githapradana, 2022; Lee et al., 2020).

2.2 Social Representations and Stereotype Attribution

According to Sousa and Chaves (2023), people use the knowledge they have about the world to filter the quantity and quality of information accessed in society through cognitive and social processes. From this, an organized system of opinions, beliefs, values, and information is created. This system mediates the relationships between peo-

ple, their self-concept, and their interaction with objects present in the environment. This type of specific knowledge is called Social Representations (SR) (Moscovici, 2017) and its study is anchored in the psychosociological approach of the Theory of Social Representations (TSR).

For TSR, social knowledge consists of any type of knowledge created and shared socially, not to evaluate the authenticity of this knowledge, but to understand it as part of a collectively shared rationality, which in turn creates the lived reality of individuals. Thus, it is understood that SRs are social constructs, produced in an interactive manner and, therefore, are dynamic conceptions of society (Sousa; Chaves, 2023).

SRs enable people to understand and organize the world around them (Abric, 2001), in addition to integrating people's identity processes, by enabling social comparison that occurs in relationships between people and groups. Furthermore, SRs also guide the construction of social conduct and practices, as well as enabling the legitimization of attitudes and behaviors in relation to others (Sousa; Chaves, 2023).

One of the possibilities for analyzing SRs arises from the Central Nucleus Theory, which is part of the structural approach of the TSR (Abric, 2001; Sá, 1996; Wachelke; Wolter, 2011; Sousa; Chaves, 2023). In this approach, SRs are composed of two interdependent systems: the central (or core) system and the peripheral system. Such systems contain a set of information, beliefs, and opinions about a given object.

The central system has a consensual nature, being formed by stable and consistent components and, therefore, becomes resistant to changes. It is the system that organizes and stabilizes the elements of a representation through social norms, and is therefore a generator of meaning for this representation. The peripheral system, on the other hand, is more flexible, negotiable, dynamic, and relates more intensely to behaviors, regulating and guiding them, in addition to legitimizing and contextualizing the components of the central system (Abric, 2001; Sá, 1996; Wachelke; Wolter, 2011; Sousa; Chaves, 2023).

Another phenomenon of social cognition that constitutes intergroup relations is the attribution of stereotypes. These stereotypes are like beliefs about specific aspects of a social category and are attributed to groups. They are part of the generalization process and, like SR, help individuals to symbolically organize the environment (Pérez-Nebra; Jesus, 2011; Techio, 2011).

Through the Theory of Intergroup Relations (Tajfel; Turner, 1979; Tajfel, 1982), it is possible to perceive stereotypes as components of the process of categorizing social groups, enabling individuals to identify and differentiate people who participate in different social groups, in addition to legitimizing behaviors between groups. Thus, stereotypes have the function of attributing positive representations to the endogroup (group to which the individual belongs) in relation to the exogroup (comparison group, to which the individual does not belong) in a context of conflict between groups.

3. METHODOLOGY

Through applied research, the Free Word Association Test (FWAT) was used as a data collection instrument, using the inducing terms "masculine clothing" and "feminine clothing", with 256 respondents. The data were analyzed through Prototypic Analysis, performed using the Iramuteq software.

3.1 Participants

The sample consisted of 256 participants (respondents), being: 160 women, 93 men and 3 non-binary people ($M_{age} = 32.12$, $SD = 8.82$). The majority identified as heterosexual ($N = 164$; 64.1%), followed by bisexual ($N = 39$; 15.2%), gay ($N = 35$; 13.7%), lesbian ($N = 12$; 4.7%) and pansexual ($N = 6$; 2.3%). The majority of the sample was middle class ($N = 121$; 47.3%), identified as white ($N = 141$; 55.1%), and had completed higher education ($N = 175$; 68.4%). Regard-

ing the political positioning of the participants, the majority identified as left-wing (N = 120; 46.9%), followed by center (N = 91; 35.5%), right-wing (N = 27; 10.5%), far left (N = 16; 6.3%), and far right (N = 2; 0.8%).

3.2 Instrument

Participants responded to the Free Word Association Test (FWAT), which aimed to identify the semantic field in relation to the attribution of gender to clothing. The terms “masculine clothing” and “feminine clothing” were used as inducers. Participants were asked to record the first five words that came to mind from the inducing stimuli.

3.3 Collection Procedures and Ethical Aspects

Participants were invited to collaborate in an online study in March 2023. The link to the survey was shared on the social media platforms WhatsApp and Instagram. Before the participants began, they were presented with the Free and Informed Consent Form (FICF), which informed them about the guarantee of confidentiality and the right to withdraw from the research at any time, in addition to emphasizing the voluntary nature of participation. The FICF was created following the recommendations of Resolutions 466/12 and 510/16 of the National Health Council.

After consenting to participate, participants reported their demographic information (age, gender, sexual orientation, race, social class, education, and political position). Participants then responded to the Free Word Association Test (FWAT) based on two stimuli: “masculine clothing” and “feminine clothing”. Finally, participants were thanked for their participation.

It should be noted that the present study was approved by the Human Research Ethics Committee of the University of Fortaleza under reference number 64127822.0.0000.5052.

3.4 Data Analysis

The data generated were analyzed using the Iramuteq software - R Interface for Multidimensional Textual Analysis and Questionnaires (Ratinaud, 2009). The words mentioned in the FWAT were lemmatized and subjected to Prototypic Analysis, which are techniques used to categorize social representation in a structural manner (Camargo; Justo, 2013; Wachelke; Wolter, 2011). This procedure was performed for each of the inducing stimuli.

This type of analysis calculates the frequency and order of the words evoked by the participants and generates a table composed of four quadrants (Figure 1): the Central Nucleus (CN) indicates the words that were evoked most frequently and most quickly; the Peripheral Zone is composed of the First Periphery (FP), which indicates words evoked with high frequency, but not immediately, and the Second Periphery (SP), which indicates words evoked with low frequency and not immediately; and the Contrast Zone (ZC), which indicates words that were evoked with low frequency, but quickly (Camargo; Justo, 2013; Wachelke; Wolter, 2011).

Figure 1. Prototypical Analysis

		Evocation order	
		Low	High
Frequency	High	Central Nucleus (CN)	First Periphery (FP)
	Low	Contrast Zone (CZ)	Second Periphery (SP)

Source: Prepared by the authors (2024).

4. RESULTS AND DISCUSSION

The Free Word Association Test (FWAT) was used to understand the participants’ social representations regarding the attribution of gender to clothing. Initially, the participants

were asked to list the first five words that came to mind when they thought of the phrase “masculine clothing”. A total of 410 responses were obtained. Table 1 shows the main elements of the social representations about masculine clothing for the research participants.

Table 1. Prototypical Analysis of the FWAT for the stimulus “masculine clothing”

Category	Evocation	f	OME	Evocation	f	OME	
	OME < 2.94			OME > 2.94			
MASCULINE CLOTHING	Trousers	64	2.0	Underwear	36	3.0	
	Shorts	52	2.7	Sneakers	30	3.8	
	Shirt	31	2.3	Cap	16	4.0	
	<i>F > 6.39</i> Suit	20	2.8	Vest	16	3.5	
	T-shirt	19	2.9	Tie	16	3.2	
	Jeans	18	1.8	Sports shoe	13	3.7	

	Blue	6	2.3	Suit	6	3.2	
	Long pants	5	1.8	Social	6	3.5	
	Comfort	5	1.4	Comfort	6	3.3	
	<i>F < 6.39</i> Simple	5	2.8	Dress shoes	6	4.0	
	Serious	5	2.6	Buttoned shirt	5	3.0	
	Black	4	2	Formal	5	3.2	

Source: Prepared by the authors (2024).

In Table 1, it is possible to see that the main elements of the social representations about “masculine clothing” for the participants are strongly associated with the words “pants”, “shorts”, “shirt”, “suit” and “t-shirt”. These words, located in the first quadrant of Table 1, constitute the Central Nucleus (CN) of the social representation of the phenomenon in question for the sample, that is, they structurally present the

notion most strongly shared by the group and the words with the highest frequency.

In the Peripheral Zones, located in the second and fourth quadrants of Table 1, other words emerged that illustrate the representation of masculine clothing for the participants. In the first periphery, illustrated in the second quadrant, words with high frequency and high evocation are located, so that they complement the meaning of the CN and protect it. For the respondents, the words listed with the highest frequency were "underwear", "sneakers", "cap" and "vest".

In the second periphery, corresponding to the fourth quadrant of Table 1, are the words with the lowest frequency and highest order of evocation, more strongly related to the individual experiences of each participant. The words with the highest frequency were: "suit", "social" and "comfortable".

The Contrast Zone, located in the third quadrant of Table 1, corresponds to the elements that were readily evoked and with a below average frequency, indicating a possible change of direction in the social representation. Here, the words cited most frequently were: "blue", "long pants" and "comfort". It is noted that there is no significant contrast between the words in the other zones, which may indicate that the social representation of masculine clothing is stable.

The participants were then asked to list the first five words that came to mind when they thought of the expression "feminine clothing". A total of 346 responses were obtained. Table 2 shows the main elements of the social representations of feminine clothing for the research participants.

Table 2. Prototypical Analysis of the FWAT for the stimulus "feminine clothing"

Category	Evocation	f	OME	Evocation	f	OME	
	OME < 2.82			OME > 2.82			
FEMININE CLOTHING	Dress	111	1.7	Bra	33	2.9	
	Skirt	89	2.2	Panties	27	2.9	
	Pants	17	2.6	Shorts	25	3.3	
	<i>F</i> > 9.99				Cropped	22	3.4
					Blouse	18	3.1
					Sandal	17	3.9
		Skirts	9	2.2	Shorts	9	3.8
		Colorful	7	2.1	Flowers	8	3.4
		Shirt	6	2.8	Neckline	8	3.5
	<i>F</i> < 9.99	Patterned	5	1.8	T-shirt	7	3.3
Cropped		5	2.8	Bag	6	4.2	
Diversity		4	2.8	Shoes	6	4.7	

Source: Prepared by the authors (2024).

Table 2 presents the main elements of the social representation of "feminine clothing" for the participants. It was found that these elements are strongly associated with the words "dress", "skirt" and "pants", thus forming the Central Core of the representation.

In the Peripheral Zones, located in the second and fourth quadrants of Table 2, words emerged that illustrate the representation of feminine clothing for the respondents. In the first periphery, in the second quadrant, the words "bra", "panties", "shorts" and "cropped" are located, since they are the most evoked. In relation to the second periphery, corresponding to the fourth quadrant of Table 2, the words with the highest frequency were: "shorts", "flowers" and "neckline".

In the Contrast Zone, located in the third quadrant of Table 2, the most frequent words were: "skirts", "colorful"

and "shirt". It is noted that there is no significant contrast between the words in the other zones, which may indicate that the social representation of feminine clothing is stable.

It is noted that there are differences in the evocations referring to the types of clothing related to each gender, with masculine clothing being represented by pieces that provide more comfort and mobility, in addition to being more serious than feminine clothing. In short, the attribution of gender stereotypes to the pieces of clothing by the research participants is noticeable. This result reinforces the idea of clothing as one of the most perceptible symbols of gender and social status, as stated by Crane (2006), since for the author, clothing is part of the process of creating social identities and constitutes a form of affirmation and production of behavior.

The differences in the way the research participants viewed "masculine" and "feminine" clothing seem to be part of an analysis process inherited from the 19th century, when clothing became part of the process of differentiation between the male and female genders (Kawamura, 2018; Crane, 2006) and occupied a privileged place, within a binary logic, in the process of demarcation and delimitation of gender boundaries (Zambrini, 2010; 2016).

The research results are in line with what was presented by Hyde (2005, 2019), based on the idea that, in terms of traits, skills, interests and behaviors, men and women do not fit into two completely distinct categories. This is because, individually, men and women can express a mix of attributes and behaviors considered "masculine" and "feminine". Lennon et al. (2017) presented results that the use of specific items culturally informs biological sex; as an example, the author denotes the gender designation of babies' bodies read as male or female through the use of the colors blue and pink.

Morgenroth and Ryan (2020) point to the hypothesis that the gender/sex binary is created and reinforced through gender/sex performativity, linked to the subject (man/woman), the costume (body and appearance), and the script (behaviors, mannerisms and preferences). This expectation can

be perceived by the survey responses, in which there was recognition that clothing can reinforce gender stereotypes, as well as how much these create expectations about what each gender can or cannot wear. Thus, clothing can be understood here as an item of expression of identity, while also assuming the character of an instrument of social adaptation.

Akdemir (2018a) agrees that the way of dressing varies according to the social group occupied by the subject and that clothes carry visible signs of expression and identification through colors, models, fabrics and visual elements. Communication through clothing highlights norms that are shared by the members of a group and can become identifiable signs for those who are not part of that group. As suggested by Tajfel (1982) this phenomenon can be understood as part of the process of social categorization – in which the outgroup tends to be analyzed as a homogeneous group, that is, composed of members who are similar to each other. However, this analysis is based on generalization, which allows for a stereotypical view of the groups in question.

Dutra (2002) states that historically fashion is not seen as a masculine attribute, being attributed to frivolities and whims related to women. The survey responses bring this reality to light in the attribution of more fashion elements to “feminine clothing”, such as colors, prints and variety of items. At the same time, masculine clothing is attributed to being more serious and having a limited variety of colors and items.

Writing about the criticism that some feminists make of this binary logic that fashion distracts more women than men, Kawamura (2018) states that fashion can be understood as a mechanism for controlling female bodies that reduces women’s social, cultural, and intellectual horizons. They start to spend their time and money on beauty, and this becomes oppressive, generating a “false consciousness” of what they start to believe is a priority: clothes and appearance.

Akdemir (2018b) points out that fashion plays an important role in deconstructing gender stereotypes and that,

currently, we can see how much the ways of dressing have been updated: presenting “feminized” masculine clothing and “masculinized” feminine clothing, in line with trends such as agender (Lee et al., 2020) and co-ed fashion (Githapradana, 2022). The results found in the research show that this discourse of a more diverse and subversive fashion to the norms of gender seems to be far from the reality of the participants whose processes of analysis and attribution of stereotypes is viewed through a binary lens.

5. FINAL CONSIDERATIONS

Clothing is part of people’s daily lives and, in addition to having an objective function of protecting the body, it assumes social functions that go beyond the simple act of covering oneself. From being a social device to a symbol, the most notable of which is a symbol of social status and gender, clothing communicates something about those who wear it.

Over time, fashion has tended to reinforce gender stereotypes by dividing what is understood as masculine clothing and feminine clothing. This process is based on a binary logic of gender that permeates all instances of the social lives of people who begin to see the world through this lens.

The research participants tended to corroborate this binary logic in their reading of the process of gendering clothing. Using the FWAT, it was possible to get closer to the participants’ social representations of what could be “masculine clothing” and “feminine clothing” for them. “Masculine clothing” was assigned words that indicate practicality, seriousness and comfort, while “feminine clothing” was assigned words that indicate a greater variety of items and a focus on the aesthetics present in the assortment of colors and patterns.

It was noted that the words present in the Central Nucleus seem to be protected for both inducers, meaning stability in the social representations indicated by the participants. This data reinforces the idea of how much binary logic still operates in the way people understand and consume fashion

products. Although there is the recognition of a subversive trend of gender in some movements within fashion – agender fashion, genderless fashion and co-ed fashion – this reality still seems to be far from the reality of most people.

This study made it possible to look at the development of future studies in the area of fashion, gender studies and SR that can consider specific realities of consumption, intersectionality with certain social markers, such as sexuality, race and generation, and the impacts of SR on the creation and production of fashion products. Some limitations were noted throughout this research, such as the method of accessing interlocutors via social networks, which limits access to people who are not present in this context.

Nevertheless, this research presents important contributions, one being scientific, in the production of knowledge in the areas of Fashion and Social Psychology, and the other social, by demonstrating to society how much clothing is one of the central elements within human relationships.

ACKNOWLEDGMENTS

We are grateful to the Ceará Foundation for Support of Scientific and Technological Development (Funcap), the agency that financed this work.

REFERENCES

ABRIC, J C. ***Prácticas sociales y representaciones***. México: Coyoacán, 2001.

AKDEMIR, Nihan. *Visible Expression of Social Identity: the clothing and fashion*. ***Gaziantep University Journal Of Social Sciences***, [S.L.], v. 17, n. 4, p. 1371-1379, 2018a. <http://dx.doi.org/10.21547/jss.411181>. Disponível em: <https://dergipark.org.tr/en/pub/jss/issue/39349/411181>. Acesso em: 22 mar. 2024.

AKDEMIR, Nihan. *Deconstruction of Gender Stereotypes Through Fashion*. ***European Journal Of Social Science Education And***

Research, S.L, v. 5, n. 2, p. 185-190, 2018b. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/326662785_Deconstruction_of_Gender_Stereotypes_Through_Fashion. Acesso em: 22 mar. 2024.

BRAGA, João. **História da moda**: uma narrativa. 6. ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2008.

CAMARGO, Brígido V.; JUSTO, Ana M.. IRAMUTEQ: um *software* gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia**, [S.L.], v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013. <http://dx.doi.org/10.9788/tp2013.2-16>. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1413-389X2013000200016&script=sci_abstract&tlng=en. Acesso em: 25 mar. 2024.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Senac, 2011.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. 2. ed. São Paulo: Senac, 2006.

DUTRA, J. L. "Onde você comprou esta roupa tem para homem?": a construção de masculinidades nos mercados alternativos de moda. *In*: GOLDENBERG, Mirian (org.). **Nú e vestido**: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 359-411.

FASHIONUNITED. **Global fashion industry statistics – International apparel**. 2016. Disponível em: <https://fashionunited.com/news/global-fashion-industry-statistics/2016042011023>. Acesso em: 15 de abril de 2023.

GITHAPRADANA, Dewa Made Weda. *Aesthetics and Symbolic Meaning of Androgynous and CO-ED Style Trends in Men's Fashion*. **Humaniora**, [S.L.], v. 13, n. 1, p. 23-32, 15 fev. 2022. Universitas Bina Nusantara. <http://dx.doi.org/10.21512/humaniora.v13i1.7378>. Disponível em: <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/7378>. Acesso em: 15 de abril de 2023.

GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. São Paulo: Senac, 2010.

HYDE, Janet Shibley. *The gender similarities hypothesis*. **American Psychologist**, [S.L.], v. 60, n. 6, p. 581-592, 2005. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066x.60.6.581>. Disponível em: <https://www.apa.org/pubs/journals/releases/amp-606581.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2024.

HYDE, Janet Shibley; BIGLER, Rebecca S.; JOEL, Daphna; TATE, Charlotte Chucky; VAN ANDERS, Sari M.. *The future of sex and gender in psychology: five challenges to the gender binary*. **American Psychologist**, [S.L.], v. 74, n. 2, p. 171-193, 2019. <http://dx.doi.org/10.1037/amp0000307>. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/2018-32185-001>. Acesso em: 22 mar. 2024.

KAWAMURA, Y. **Fashion-ology: an introduction to fashion studies**. 2. ed. Londres: Bloomsbury Academic, 2018.

LEE, Hoe Ryung; KIM, Jongsun; HA, Jisoo. 'Neo-Crosssexual' fashion in contemporary men's suits. **Fashion And Textiles**, [S.L.], v. 7, n. 1, p. 1-28, 2020. <http://dx.doi.org/10.1186/s40691-019-0192-2>. Disponível em: <https://fashionandtextiles.springeropen.com/articles/10.1186/s40691-019-0192-2>. Acesso em 16 de abril de 2023.

LENNON, Sharron J.; ADOMAITIS, Alyssa Dana; KOO, Jayoung; JOHNSON, Kim K. P. Dress and sex: a review of empirical research involving human participants and published in refereed journals. **Fashion And Textiles**, [S.L.], v. 4, n. 1, p. 1-21, 2017. <http://dx.doi.org/10.1186/s40691-017-0101-5>. Disponível em: <https://fashionandtextiles.springeropen.com/articles/10.1186/s40691-017-0101-5>. Acesso em: 23 mar. 2024.

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

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2017.

PÉREZ-NEBRA, Amalia Raquel; JESUS, Jaqueline Gomes de. Preconceito, Estereótipo e Discriminação. In: TORRES, Cláudio Vaz; NEIVA, Elaine Rabelo (org.). **Psicologia social: principais temas e vertentes**. Porto Alegre: Artmed, 2011. Cap. 10. p. 219-237.

SÁ, Celso Pereira de. **Núcleo central das representações sociais**. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

MORGENROTH, Thekla; RYAN, Michelle K.. *The Effects of Gender Trouble: an integrative theoretical framework of the perpetuation and disruption of the gender/sex binary*. **Perspectives On Psychological Science**, [S.L.], v. 16, n. 6, p. 1113-1142, 2020. <http://dx.doi.org/10.1177/1745691620902442>. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32375012/>. Acesso em: 23 mar. 2024.

RATINAUD, P. **Iramuteq: interface de r pour les analyses multidimensionnelles de textes et de questionnaires**, 2009. Disponível em: www.iramuteq.org. Acesso em: 15 mar. 2024.

SOUSA, Yuri Sá Oliveira; CHAVES, Antonio Marcos. Representações Sociais. In: TORRES, Ana Raquel Rosas et al (org.). **Psicologia Social: temas e teorias**. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2023. Cap. 8. p. 277-306.

TAJFEL, H. Social Psychology of Intergroup Relations. **Annual Review Of Psychology**, [S.L.], v. 33, n. 1, p. 1-39, 1982. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.ps.33.020182.000245>. Disponível em:

<https://psycnet.apa.org/record/1982-12052-001>. Acesso em: 18 mar. 2024.

TAJFEL, H; TURNER, J. *An Integrative Theory of Intergroup Conflict*. In: AUSTIN, W G; WORCHEL, S (ed.). **The Social Psychology of Intergroup Relations**. Monterey: Brooks/Cole, 1979. p. 33-47.

TECHIO, E. M.. Estereótipos Sociais como Preditores das Relações intergrupais. In: TECHIO, Elza Maria; LIMA, Marcus Eugênio Oliveira. (Org.). **Cultura e Produção das Diferenças: estereótipos e Preconceito no Brasil, Espanha e Portugal**. Brasília: Technopolitik, 2011, p. 21-75.

WACHELKE, João; WOLTER, Rafael. Critérios de construção e relato da análise prototípica para representações sociais. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, [S.L.], v. 27, n. 4, p. 521-526, 2011. <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-37722011000400017>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ptp/a/bdqVHwLbSD8gyWcZwrJHqGr/?lang=pt>. Acesso em: 22 mar. 2024.

ZAMBRINI, Laura. Modos de vestir e identidades de género: reflexiones sobre las marcas culturales sobre el cuerpo. **Revista de Estudios de Género Nomadías**, S. L., n. 11, 2010. Disponível em: <https://nomadias.uchile.cl/index.php/NO/article/view/15158>. Acesso em: 20 de março de 2023.

ZAMBRINI, Laura. Olhares sobre moda e design a partir de uma perspectiva de gênero. **dObras – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 9, n. 19, p. 53–61, 2016. DOI: 10.26563/dobras.v9i19.452. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/452>. Acesso em: 20 de março de 2023.

Erika Hilton na revista Ela: uma proposta interseccional entre moda, gênero e política

Luiz Carlos Rodrigues Fernandes

Mestrando, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas) /
luizcarlos.fernandes305@gmail.com
Orcid: 0009-0000-7901-7494 / <http://lattes.cnpq.br/4943700055685897>

Verônica Soares da Costa

Doutora, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas) /
veronicacosta@pucminas.br
Orcid: 0000-0002-1324-0535 / <http://lattes.cnpq.br/0736324254088408>

Enviado: 31/07/2024 | Aceito: 29/10/2024



Erika Hilton na revista *Ela*: uma proposta interseccional entre moda, gênero e política

RESUMO

O artigo analisa a intersecção entre moda e política na figura de Erika Hilton, deputada federal pelo PSOL-SP, destacando como ela utiliza a moda para promover sua identidade de gênero e seu ativismo. O estudo de caso, baseado em uma entrevista à revista *Ela* d'O Globo pelo Dia Internacional das Mulheres, explora pautas de inclusão e diversidade ao mesmo tempo em que apresenta Erika em um ensaio fotográfico com ares de editorial de moda. A pesquisa se classifica como básica, qualitativa e descritiva, utilizando pesquisa bibliográfica e abordagem da roleta interseccional, juntamente com os quadros de sentidos de Ervin Goffman. Os resultados revelam as contradições entre o uso de marcas de luxo e as lutas sociais, evidenciando como a moda pode ser um meio de inclusão, mas também perpetuar exclusões.

Palavras-chave: Moda, Gênero e Política; Roleta interseccional; Erika Hilton.

Erika Hilton in Ela magazine: an intersectional proposal between fashion, gender and politics

ABSTRACT

The article analyzes the intersection between fashion and politics through the figure of Erika Hilton, a federal deputy for PSOL-SP, highlighting how she uses fashion to promote her gender identity and activism. The case study, based on an interview with Ela magazine from O Globo for International Women's Day, explores issues of inclusion and diversity while presenting Erika in a photo shoot with a fashion editorial feel. The research is classified as basic, qualitative and descriptive, using bibliographic research and the intersectional roulette approach, together with Ervin Goffman's frameworks of meanings. The results reveal the contradictions between the use of luxury brands and social struggles, showing how fashion can be a means of inclusion but also perpetuate exclusions.

Keywords: *Fashion, Gender and Politics; Intersectional Roulette; Erika Hilton.*

Erika Hilton en la revista Ela: una propuesta interseccional entre moda, género y política

RESUMEN

El artículo analiza la intersección entre la moda y la política a través de la figura de Erika Hilton, diputada federal por el PSOL-SP, destacando cómo utiliza la moda para promover su identidad de género y su activismo. El estudio de caso, basado en una entrevista para la revista Ela de O Globo por el Día Internacional de la Mujer, explora temas de inclusión y diversidad, al mismo tiempo que presenta a Erika en una sesión fotográfica con un estilo editorial de moda. La investigación se clasifica en básica, cualitativa y descriptiva, utilizando la investigación bibliográfica y el enfoque de la ruleta interseccional, junto con los marcos de significados de Ervin Goffman. Los resultados revelan las contradicciones entre el uso de marcas de lujo y las luchas sociales, evidenciando cómo la moda puede ser un medio de inclusión, pero también perpetuar exclusiones.

Palabras-clave: Moda, Género y Política; Ruleta interseccional; Erika Hilton.

1. INTRODUÇÃO

Tendo sido lançado como um caderno do jornal *O Globo* em janeiro de 1964, o caderno *Ela*, voltado para o público feminino, nasce como um manual de como deve ser a mulher daquela época: “[...] o caderno de estilo de vida do GLOBO, que se anunciava como um espaço livre para discussão dos assuntos que interessavam à mulher, da moda ao comportamento, da sociedade à criação dos filhos” (Acervo, *O Globo*, 2014).

Em sua primeira edição, o caderno citava grandes personalidades do público feminino como Jacqueline Kennedy, Grace Kelly e Brigitte Bardot – mulheres que eram consideradas ícones da moda e modelos sociais a serem seguidos. A edição de lançamento ainda trazia uma carta do empresário Roberto Marinho, dono do Grupo Globo, que dava indícios de qual mulheres a revista visava contemplar, a “mulher moderna”: “[...] afinal de contas, o mundo moderno é bem menos masculino e muito mais feminino do que parece” (Dalboni, 2023).

Posteriormente, em 2017, *O Globo* decide atualizar o manual destinado às mulheres e lança a revista em substituição ao caderno, que passa então a acompanhar as edições de domingo do jornal. O gesto faz da revista um produto que “[...] dará mais espaço às mulheres e à sua visão de mundo, com reportagens que traduzem o estilo de vida e o espírito das cariocas” (Acervo, *O Globo*, 2023).

O presente estudo tem por objetivo analisar a intersecção entre moda e política na figura de Erika Hilton, deputada federal pelo PSOL-SP, destacando como ela utiliza a moda para promover sua identidade de gênero e seu ativismo. Tem-se como *corpus* de análise uma entrevista concedida por Hilton em 2024 à revista *Ela* (antigo caderno), *d’O Globo*, pelo Dia Internacional das Mulheres, onde Erika Hilton fala dos problemas enfrentados por todas as mulheres e desafios da atuação parlamentar, ao mesmo tempo em que ilustra as páginas da entrevista posando para um editorial no qual se

destacam roupas e acessórios de grandes marcas de luxo e grifes internacionais.

Em sua atuação como parlamentar, Hilton pauta assuntos de cunho político e legislativo por meio de suas roupas, vestimentas, artefatos e performances no universo da moda e da beleza, assim como utiliza sua presença em revistas de moda para articular uma nova narrativa sobre identidade de gênero e ativismo político. Ao examinar como Erika utiliza a moda como aparato de comunicação política e expressão de identidade, este trabalho contribui para uma compreensão mais ampla das interações entre moda e política sob as lentes da interseccionalidade – importante ferramenta metodológica que permite expor injustiças representacionais e discursivas, propondo ferramentas de equidade, conforme Carrera (2020).

O artigo está organizado nas seguintes seções: na primeira, aborda-se na fundamentação teórica um olhar interseccional para a moda; na segunda, apresenta-se a metodologia, alinhada à perspectiva de Goffman (2012) para análise dos enquadramentos em que Erika é posicionada pelas escolhas editoriais da revista; na sequência, discute-se a partir da análise. Por fim, aponta-se conclusões a partir do estudo desenvolvido, e indica-se caminhos possíveis para pesquisas futuras.

2. UM OLHAR INTERSECCIONAL SOBRE A MODA

A interseccionalidade é uma teoria e também um operador metodológico que ganha força na virada da última década do século XX, tendo sido cunhada a partir articulação de feministas negras latinas, a exemplo de Lélia Gonzalez, que, nas décadas de 1970 e 1980, já tinha um pensamento bem amadurecido a respeito das diferenças e exclusões a que são submetidas mulheres negras na sociedade. Posteriormente sistematizado pela jurista norte-americana Kimberlé Crenshaw (1989), o conceito de interseccionalidade pode ser

entendido como eixo metodológico que consiste em fazer visível o processo nocivo de fraturas nas identidades sociais, conforme também aponta Carrera (2020).

Crenshaw (2002) compreende que as realidades sociais são construídas por sistemas de discriminação que interagem entre si de maneiras distintas, indicando que experiências e oportunidades de mulheres se dão de forma diferente na sociedade. Também segundo Collins e Bilge (2020, p. 17):

[...] as relações interseccionais de poder influenciam as relações sociais em sociedades marcadas pela diversidade, bem como as experiências individuais na vida cotidiana.

As autoras também propõem a interseccionalidade enquanto ferramenta analítica, que considera que as categorias gênero, raça, classe social, orientação sexual, etnia, entre outras, são interconectadas e moldam-se mutuamente. Para elas, a interseccionalidade é uma forma de entender e explicar a complexidade do mundo, das pessoas e das experiências humanas (Collins e Bilge, 2020). Assim, enquanto eixo teórico e metodológico, o pensamento interseccional ajuda-nos a entender como múltiplas formas de opressão se combinam e afetam de maneira complexa a vida de indivíduos subalternizados, criando realidades e desafios únicos para cada indivíduo.

É a partir deste olhar que se dirige ao tema de interesse do estudo: as relações entre moda, jornalismo, gênero e política. Nas definições de Belmiro e Miranda (2019), os editoriais de moda são o que diferenciam as revistas de moda de outras especialidades editoriais do jornalismo de revistas, tendo como função divulgar marcas e personalidades com certa influência social a partir de um conjunto de elementos, o que, segundo as autoras, torna o editorial de moda um dos mais poderosos instrumentos de comunicação, fazendo das revistas coletâneas visuais:

[...] A fotografia de moda é utilizada nos editoriais como uma forma propícia à sugestão de sentimentos e emoções, ao contrário de outros ramos da fotografia (Belmiro; Miranda, 2019, p. 8).

Já Mendonça (2010) complementa que os editoriais de moda em revistas femininas ou masculinas norteiam direções e apontam possibilidades para “vestir bem”. O filósofo Georg Simmel (2008) aborda as complexidades da moda definindo-a como um fenômeno social e cultural, fazendo do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo. Ao imaginarmos editoriais de moda e capas de revistas, em especial as revistas femininas, é esperado um certo padrão de mulher que venha a ser representado - na maioria das vezes, padrões que atendam aos quesitos de beleza já estabelecidos, historicamente, em uma sociedade heterocisnormativa.

No Brasil, mulheres neste padrão são, tradicionalmente, brancas, magras ou com certo padrão de corpo, que representam as classes mais abastadas e as regiões mais favorecidas do país, como o Sudeste. Quando mulheres que fogem a este padrão se apresentam nas capas de revistas de moda ou em seu interior, são associadas, historicamente, a tendências divergentes, subalternas, dissidentes ou exóticas.

No caso de Erika Hilton, mulher negra, transexual e parlamentar, estampa a capa de uma revista nacional, *Ela d'O Globo*, em homenagem ao Dia Internacional das Mulheres - fato que, por si só, já provoca um deslocamento dos padrões esperados para a data, especialmente na mídia comercial hegemônica. Estas questões serão retomadas posteriormente. Vale reforçar aqui que a moda, por ser um fenômeno que atravessa todos na sociedade, segundo Simmel (2008), é um produto da divisão de classes, servindo como elemento de diferenciação e, simultaneamente, de imitação, em um ciclo retroalimentado pelo próprio sistema - as revistas inclusas. Assim, estar na capa e no interior de uma revista é parte importante de um movimento maior do jogo político de diferenciação/visibilidade e também de reconhecimento a partir

da moda.

Erika, por ser uma parlamentar com voz ativa em plataformas de mídias sociais e forte influência, faz uso dessas estruturas, difundindo seus ideais políticos juntamente a elementos da moda, permitindo assim uma difusão mais rápida da sua comunicação por meio da moda e seus aparatos. De novo, para Simmel (2008), a maneira como a sociedade se expressa e se concebe está em contínua remodelação através da moda, que é composta por camadas superiores e inferiores, camadas essas que Erika se propõe a aproximar a partir do editorial, conforme será visto a seguir.

Gomes (2010), influenciado pelos estudos de Simmel, visa identificar o relevante papel que a revista tem como aparato midiático no mundo da moda. Sugerindo o entendimento da revista de moda como um manual que dita tendências, o autor defende que “[...] o estudo da comunicação de moda apresenta-se como uma necessidade moderna para a compreensão do indivíduo e do seu estilo de vida” (Gomes, 2010, p. 12). O autor orienta, ainda, que há uma problemática no sistema da moda e que ela é mais do que design e estilismo:

Pois funciona como um reflexo da nossa sociedade, da mentalidade, das normas e valores, e do sentido estético num determinado momento da nossa história e cultura. Desta forma, o papel dos meios de comunicação ganha importância como forma de disseminação da informação e dos padrões da moda (Gomes, 2010, p. 11).

No caso da edição em análise, ressalta-se que a figura de Erika Hilton promove discussões em torno do próprio conceito de “mulher” e de como parlamentares são enquadradas nas revistas, circulando por ambiências onde o vestir tende a mimetizar modos de apresentação do masculino para fortalecer a associação com a credibilidade e outros valores morais. Nesse sentido, Cotta e Farage (2021) questionam as estruturas engessadas que determinam o que devem ou não vestir as mulheres, especialmente nos espaços de poder.

As autoras investigam a relação da mulher com a roupa de trabalho e o que há por trás das escolhas diárias que fazem diante do espelho. Elas alertam, assim como Simmel (2008) já havia proposto, que as roupas, desde o início, têm como uma de suas funções diferenciar: "Vestir-se é político. Nada do que vestimos é aleatório, neutro ou puramente pragmático. Por meio da moda conseguimos compreender, explicar e até mesmo transformar a sociedade" (Cotta; Farage, 2021, p. 87). Na obra, as autoras fazem um levantamento histórico da origem das escolhas das roupas destinadas ao guarda-roupa feminino, e o estudo serve para formação de repertório que visa romper com lógicas já estabelecidas de padrões impostos para aprisionar mulheres.

Desta forma, nota-se que os estudos sobre a moda já apontam caminhos possíveis para um olhar interseccional, indicando a necessidade de superação de uma visada moderna sobre a moda, sem se limitar a dimensões binárias de masculino/feminino, delicado/grotesco, magro/gordo, feio/bonito, hetero/homo, propondo leituras mais aprofundadas e complexificadoras dos enquadramentos (Goffman, 2012) das revistas de moda.

Para operacionalizar esse olhar, as contribuições de Erving Goffman (2012) são acionadas: o autor refere-se à forma como as interações sociais são estruturadas e interpretadas pelos indivíduos com base em contextos culturais e sociais específicos. Para Goffman (2012), a noção de enquadramento diz respeito a uma situação na qual se encontram indivíduos em interação, e é possível responder à questão: "o que está acontecendo aqui?". Assim, a pergunta motivadora é: "o que está acontecendo quando uma mulher trans/travesti e deputada federal ocupa a capa de uma revista de moda em homenagem ao dia das mulheres?".

3. METODOLOGIA

O estudo de caso aqui apresentado consiste em uma análise de caráter qualitativo da entrevista de Erika Hilton

à revista (antigo caderno) *Ela d'O Globo*, sob as lentes da interseccionalidade, método que consiste em fazer visível o processo nocivo de fraturas nas identidades sociais, conforme Carrera (2020). A autora propõe a “roleta interseccional”, admitindo que a observância das matrizes de opressão que atravessam os corpos e os sujeitos é fundamental para a compreensão dos efeitos comunicacionais por eles engendrados, propondo um olhar que vá além das diferenças que constituem os indivíduos, direcionando esse olhar para como essas diferenças são estabelecidas (Carrera, 2020, p. 1). Com a metáfora fictícia da roleta, a autora ilustra como esses marcadores não atuam de forma isolada, mas de maneira simultânea e interdependente, moldando oportunidades, opressões e privilégios vivenciados pelas pessoas. A ideia é que a roleta gira e, ao girar, dependendo de onde ela para, diferentes combinações de identidades e experiências surgem, evidenciando a complexidade das intersecções e marcadores sociais.

Ainda conforme Carrera (2021, p. 6), “[...] os espaços midiáticos, assim como os ambientes interacionais e de conversação, são lugares emblemáticos para o debate sobre matrizes de opressão e dinâmicas discriminatórias”. Assim, a revista de moda pode ser entendida como local onde dinâmicas de poder se revelam, padrões são reforçados, tendo a capacidade de amplificar vozes ou até mesmo reforçar estereótipos prejudiciais a determinados grupos.

A análise volta-se para a entrevista e editorial de Erika, com o intuito de identificar como a deputada amplia seu discurso, discute pautas relacionadas à inclusão e diversidade ao mesmo tempo em que aciona elementos e linguagens da moda no editorial. Busca-se ainda identificar, a partir dos quadros de sentidos de Goffman (2012), como Erika é enquadrada na revista.

Na análise de Goffman (2012), a metáfora teatral, na qual a vida social pode ser entendida como uma peça, mostra-se de grande valia para análise de indivíduos que exercem cargos políticos. Nessa perspectiva, o autor traz diferentes

conceitos que podem ser aplicados a essa análise, como os de “palco”, “fachada” e “cenário”. No caso de Erika Hilton, investiga-se como esses quadros de sentidos são apresentados na entrevista disponível na revista *Ela d'O Globo*, sob um olhar interseccional.

Procura-se identificar em quais quadros simbólicos Erika é enquadrada a partir de Goffman (2012). Fundamentadas nas interações face a face e nos conceitos deste autor, entende-se o quanto as interações não são simples ou espontâneas, pois são complexas na medida em que, na frente dos outros, os indivíduos representam papéis sociais já pré-estabelecidos e buscam administrar sua auto apresentação aos demais, criando duas formas de expressão: a que se transmite e a que emite (Goffman, 2012). França e Simões (2012), em estudos sobre a obra de Goffman, complementam que, ao representar papéis, ou personagens, os indivíduos são atores, e as interações são pequenas peças teatrais, encenadas em diferentes palcos:

Os papéis são definidos socialmente (os indivíduos se investem dos papéis construídos pela sociedade), e na administração de seu desempenho frente à plateia, há inclusive uma distinção entre a “fachada” (aquilo que queremos dar a ver, a frente do palco) e o “fundo” (aspectos aos quais não queremos dar visibilidade em dadas situações) (França; Simões, 2012, p. 105).

A partir das concepções de Goffman (2012), pode-se considerar a revista para a qual Erika deu entrevista e participou do editorial como o “palco” dessa interação simbólica. Para o autor, esse espaço é onde acontece a realização da peça dramática. Assim, pode-se definir como “palco” a revista (antigo caderno) *Ela d'O Globo*, mídia que estaria servindo de ator social. Para Carvalho (2023), pensar o jornalismo como ator social “[...] permite colocar em cena dimensões culturais, econômicas, ideológicas, comportamentais e outras

variáveis indispensáveis” (Carvalho, 2023, p.26) – dimensões nas quais Erika Hilton é enquadrada, e espaço no qual apresenta-se como mulher, travesti, deputada e ativista dos direitos LGBTPQIAPN+, utilizando a moda como um meio condutor para comunicação política e expressão de sua identidade e ideais políticos.

Ainda para Goffman (2012), a interação é sobre como os indivíduos influenciam mutuamente suas ações quando estão em presença física imediata. Aplicando essa perspectiva à análise de Erika Hilton na revista *Ela d'O Globo*, pode-se explorar como essas interações se manifestam no contexto do editorial de moda e na entrevista. Goffman (2012, p. 34) conceitua “quadros” como “[...] definições de uma situação que são elaboradas de acordo com os princípios de organização que governam acontecimentos, pelo menos os sociais e nosso objetivo nele”. Ou seja, compreende-se como quadros nessa situação o conjunto de elementos que permitem aos indivíduos envolvidos na situação interpretar e responder a determinadas situações ali presentes.

Para França e Simões (2012) o interesse de Goffman se dirige para o aspecto maquinado e manobrado das relações interpessoais, argumentando que a interação social é um jogo de encenação, e os atores envolvidos são jogadores que na maioria das vezes querem ganhar. Olhar para a entrevista de Erika com as lentes da interseccionalidade, juntamente ao quadro de sentidos proposto por Goffman (2012), é uma oportunidade de observar como relações se organizam em esferas de atores sociais como as revistas, ator esse que sempre está envolvido em jogos de poder e disputas de sentidos, conforme Carvalho (2023).

Ao se colocar para o público nesses espaços, Erika também “quer ganhar” o jogo político, midiático e da diferenciação pela moda. Pode-se então refletir e compreender como avenidas identitárias se cruzam, fazendo com que a figura de Erika Hilton, uma mulher, trans/travesti, negra, deputada federal, seja capa em uma revista de moda, em posição de destaque, no Dia das Mulheres.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Sendo a primeira mulher transexual a ocupar liderança da bancada do PSOL na Câmara dos Deputados, cargo a que chegou no ano de 2024, Erika aborda na entrevista aspectos dessa conquista e também de sua infância, vida pessoal, bem como o namoro com o fotógrafo Daniel Zeza. A deputada menciona diferentes formas de opressão e discriminação que ela enfrenta como mulher negra e transexual que atua na política, fala sobre ambições políticas, tratando da dificuldade de atuar na Câmara, privilegiando destacar a luta conjunta entre mulheres, mas tomando as mulheres em um sentido universal. Como alerta Carrera (2020), a constituição do sujeito subalternizado, atravessado por diversas avenidas de opressão, faz-nos entender que, na mulheridade, existem categorias, tais como raça, cor, identidade, entre outras, que não podem ser esquecidas na luta por direitos. Dessa forma, a universalização da categoria mulher pode ser lida tanto quando uma fragilidade do discurso de Erika, quanto como uma tentativa de diálogo com um público heterogêneo, diante de uma data em que as mulheres são acionadas por suas lutas coletivas.

Nas divisões de poderes, tanto das revistas, quanto na moda, não é comum vermos o foco em pessoas de pele preta e transexuais, seja pela desumanização desses corpos ou pelas políticas de exclusão que os colocam em subcategorias o que, segundo Preciado (2022), os torna corpos abjetos, passíveis de violências, que são vistos de certa maneira como "monstros" por fazerem a travessia (da transgeneridade) e subverterem as noções da binariedade: "Aquele cuja face, corpo e práticas ainda não podem ser considerados verdadeiros em um regime de conhecimento e poder determinados" (Preciado, 2022, p. 297).

Vale ressaltar que o Brasil é o país entre as nações que fazem essa contagem que mais assassina transexuais no mundo pelo 14º ano consecutivo, de acordo com relatório da ANTRA. Erika, sendo uma mulher negra e transexual, a estampar capa

e páginas de uma revista dominical da mídia empresarial, faz surgir fissuras em torno de quais operadores são acionados para que determinados corpos possam ou não ocupar esse espaço. É interessante identificar como os atravessamentos são pautados na figura de Erika, e como a moda dialoga ou não com suas pautas de trabalho. No editorial que acompanha a matéria, são apresentados diversos objetos e roupas que são de alto valor aquisitivo e de grande exclusividade, a exemplos de colar e brincos Swarovski utilizados na capa da revista e as roupas de marcas de luxo que compõem o *style* de Erika. Ao olhar para esses atravessamentos com a lente interseccional, podemos identificar contradições nessa interseção entre moda e política na comunicação de Erika. No editorial e na entrevista, Erika usa peças de luxo, a exemplo da fotografia composta por um *look* totalmente vermelho no qual a deputada usa roupas da grife italiana Dolce & Gabbana (Figura 1).

Figura 1: Erika Hilton veste Dolce & Gabbana, em Editorial para a revista *Ela*



Fonte: Reprodução / Revista *Ela* (2024).

Nota-se marcadores fundamentais à análise, tais como gênero, sexualidade e classe, a partir das fotos do editorial. Fundada por Domenico Dolce e Stefano Gabbana, ambos abertamente homens gays, a grife Dolce & Gabbana apresenta-se com uma imagem associada à sensualidade e ao glamour, voltada para o público de elite. A dupla que comanda a grife já se envolveu em inúmeras controvérsias por campanhas publicitárias consideradas racistas e por falas preconceituosas. Um exemplo notório é a campanha de 2018¹ na China, em que a marca foi acusada de perpetuar estereótipos racistas. A reação foi de grande repúdio, com muitos consumidores boicotando a marca e o cancelamento de um desfile que iria ser sediado no país.

Assim como a grife Dolce & Gabbana, utilizada como exemplo para expor as dualidades que se fazem presentes no fato de Erika Hilton defender pautas no sentido oposto às polêmicas da marca, pode-se afirmar que essas marcas se alinham às demais casas de moda (Mugler, Prada, Mounf Off, Area, Salvatore Ferragamo, Fendi e joalheria Swarovski) utilizadas no editorial (Figuras 2 e 3).

Figura 2: Erika Hilton de vestido Area na Farfetch, luvas Mounf Off, joias Swarovski



Fonte: Reprodução / Revista *Ela* (2024).

Figura 3: Erika veste Salvatore Ferragamo, sutiã Intimissimi, botas e brincos Fendi



Fonte: Reprodução / Revista *Ela* (2024).

Fazem parte da mesma hegemonia, a moda estrangeira e de luxo, que, por definição, é exclusiva e inacessível para a maioria. São produtos destinados a um público de elite específico e que, na maioria das vezes, determinam quais corpos estão aptos a usarem tais peças, o que nos leva pensar sobre quem realmente tem acesso a essa moda em evidência e para qual público este produto midiático está sendo destinado. Segundo Simmel (2008), isso constitui a essência da moda, em que só uma pequena parte tem acesso, enquanto a totalidade se encontra a caminho dela.

É necessário salientar a importância da roupa como pilar para a comunicação de grupos e para os respectivos traços identitários. Assim, pode-se compreender que, mesmo que a moda e seus elementos se façam presentes e sirvam de condutores na expressão de Erika na entrevista e na política, a escolha pelos trajes do editorial que, necessariamente, não passam por uma escolha da deputada, mas por toda uma equipe de produção, provoca deslocamentos tanto em rela-

ção ao que se espera do vestuário de uma parlamentar (como terninhos e *tailleur*), quanto do eixo de classe que se vincula às pautas defendidas por Erika.

Para Simmel (2008, p.25), a moda pode agir muitas vezes como um “produto da divisão de classes e comportar-se como muitas outras configurações, sobretudo como a honra, cuja dupla função é formar um círculo social fechado e, ao mesmo tempo isolá-lo dos outros”. Assim, entende-se que a moda e os artefatos presentes servem como um elemento de autenticidade e valorização da posição da deputada, colocando-a em um local de destaque, podendo agir como um produto dualístico de união ou diferenciação, conforme imagem construída (Figuras 2 e 3).

Nas concepções de Goffman (2012), pode-se conceituar o “palco” onde Erika Hilton se encontra: sua escolha de vestuário não se alinha exatamente com os locais da política que vem ocupando como parlamentar (terninhos, roupas masculinas), mas fortalece sua imagem como um sujeito político de outra ordem, que deseja trazer uma nova percepção sobre a existências de corpos travestis na sociedade e na política brasileira. Esse palco metafórico ganha materialidade na revista no sentido de que é um espaço social, cultural e de disputa de poderes onde a imagem e mensagem da deputada são projetadas e interpretadas pelo público, sinalizando para a forma como Erika quer ser lida nesse espaço que, durante muito tempo, foi somente destinado a mulheres que compartilham da cisgeneridade normativa: há sensualidade, transparência, pele a mostra, cabelos ao vento, joias e *glamour*.

Erika Hilton, sendo uma mulher negra e travesti, traz, em particular, marcadores identitários que desafiam as normas tradicionais da sociedade, especialmente dentro do contexto midiático, político e da moda, que historicamente, tem privilegiado mulheres cisgêneras e brancas.

Deduz-se que a presença de Erika nesse espaço serve como uma “representação interseccional” trazendo um novo olhar sobre representações de gênero que vão para além do corpo cis. Erika é um novo ator em um palco cisheteronor-

mativo, que ocupa esse espaço com as dualidades e contradições passíveis dos espaços da moda e do jornalismo. Nesse sentido, e citando novamente Carrera (2020), na comunicação podem ser reveladas estruturas e políticas que expõem as avenidas de opressão:

A construção cultural e os sentidos marginalizantes que circulam sobre estes sujeitos. Esses sentidos, inclusive, transcendem o campo midiático e operam no âmbito das relações sociais, até mesmo acadêmicas, que também costumam compor objetos de estudo em comunicação (Carrera, 2020, p. 6).

Tais construções culturais excluem mulheres trans e travestis de várias esferas da sociedade, desde o convívio familiar, evasão escolar, à baixa representação na política. Erika, juntamente com a deputada Duda Salabert (PDT-MG), são exemplos dessa exclusão sistêmica: ambas são as primeiras e até então únicas mulheres trans/travesti como parlamentares no Congresso Nacional em toda história do Brasil. Portanto, a presença e os quadros em que Erika é colocada nos oferecem oportunidades para que novas histórias sejam contadas ao mesmo tempo que nos revela que, para que essas histórias sejam contadas, ainda é preciso fazer parte de determinados quadros, que, por vezes, podem revelar opressões e violências, ao mesmo tempo em que também podem perpetuar a manutenção de outros que excluem e apagam.

Conforme Goffman (2012), a “fachada” pode ser entendida como os elementos utilizados pelas pessoas durante a interação. O autor defende que a fachada é composta por dois elementos, a sua fachada pessoal, que são suas expressões, aparência, tom de voz, formas de falar, e o cenário que acompanha essa fachada. O cenário pode ser definido como os elementos físicos e simbólicos que compõem a cena (Goffman, 2012).

Na revista, identifica-se como a fachada pessoal de Erika e o cenário se manifestam. A deputada faz uso de roupas de grife, poses de modelo, maquiagem, cabelo bem produzido e

acessórios de luxo como parte de sua fachada pessoal, enfatizando a forma como quer ser lida socialmente. Entende-se que esses elementos são escolhidos para comunicarem não apenas seu estilo pessoal, mas também sua identidade interseccional como mulher trans, negra e deputada (Figura 4).

Figura 4: Capa da revista *Ela* 2024, Erika usa colar e brincos da joalheria *Swarovski*



Fonte: Revista *Ela*, 2024.

As escolhas de moda de Erika em sua comunicação têm como função passar seus valores, identidade política e uma nova percepção sobre corpos que não se enquadram nos “padrões” em um local majoritariamente masculino e heteronormativo como a política.

Além disso, o cenário onde essa fachada é projetada funciona como um palco, cuja definição já trouxemos acima, e que pode operar como um mecanismo que amplifica e molda sua imagem diante da sociedade. A revista, com seus elementos visuais e editoriais, incluindo as fotografias, capa (Figura 5), design e narrativas textuais, pode ajudar a construir e transmitir a imagem de Erika para o público. Na capa, por exemplo, a imagem de luxo em destaque é contraposta com os dizeres “Uma só luta”, uma tentativa de unir mulheres ao mesmo tempo em que sinaliza uma diferenciação pela moda.

Ao se voltar o olhar para o conteúdo textual da entrevista, é possível observar que pautas como a de pessoas em situação de rua, meio ambiente, combate à fome e união entre as mulheres são apresentadas, como no trecho: “Quem é mãe solo na periferia sabe como as chuvas causam crises absurdas” (Vanini, 2024), em que Erika exemplifica como o feminino pode ser plural a depender da classe social, local onde reside e cor da pele. Ao trazer à tona tais marcadores identitários em um espaço midiático, que desempenha um papel na divisão e manutenção de poderes como são o caso das revistas, camadas de violências podem surgir, como define Carrera (2020, p. 6):

Os espaços midiáticos, assim como os ambientes interacionais e de conversação, constantemente colocados sob os holofotes das pesquisas em Comunicação, são lugares emblemáticos para o debate sobre matrizes de opressão e dinâmicas discriminatórias.

Além disso, a moda, no contexto da política e da mídia, pode ser utilizada como uma ferramenta de comunicação visual que transmite mensagens sobre identidade, poder e status. No caso da deputada, ao posar para um editorial usando tais grifes, em imagens associadas ao luxo e ao poder pelo status de classe, pode-se não apenas reforçar sua posição de prestígio, mas também subverter estereótipos já estabelecidos de quem pode ou não ter acesso a esses espaços, a depender da leitura interseccional que se faz. Isso nos

permite inferir que há uma tentativa de utilizar a moda como uma forma de inclusão simbólica, permitindo que a deputada reivindique um espaço de poder tradicionalmente negado a grupos marginalizados, ao qual faz parte, mobilizando a revista como palco para suas pautas, propondo possíveis novos enquadramentos neste espaço.

Em todos os temas abordados na entrevista, a deputada observa a mulher como figura central, já que são as mais afetadas. Erika ressalta a abrangência das opressões e desigualdades que afetam as mulheres como um todo, especialmente aquelas em situações de vulnerabilidade. Segundo a parlamentar, o feminino é plural, mas há um ponto em comum entre todas as mulheres, independente de classe ou gênero, a violência, como no trecho em que diz: "Todas as mulheres são afetadas pelo ódio, pelo não direito de ocupar espaços dignos. E isso é o que nos une. Devíamos ter a clareza disso e deixar as diferenças de lado" (Vanini, 2024).

No entanto, ao se observar a composição da equipe, desde jornalista, fotógrafo, assistente, maquiador, etc., na edição que traz Erika Hilton como capa, observa-se que a parlamentar era a única mulher envolvida em todo processo de produção da revista e que, mesmo que alguns dos homens presentes compartilhem a homossexualidade como marcador identitário, a cisgeneridade prevalece, o que reflete não só na moda, mas em um problema estrutural. Em levantamento feito pelo portal de notícias G1² em 2024, com aproximadamente 300 empresas no país, com 1,5 milhão de trabalhadores, a parcela de colaboradores da comunidade LGBTQIAPN+ num geral ocupam apenas 4,5% dos postos de trabalho nas empresas. O estudo ainda revela que para pessoas trans, a situação é ainda pior, os números não chegam nem a 0,5%, o que corresponde a (0,38%) do total de funcionários.

Assim, fazendo surgir fissuras que nos levam a questionar que, mesmo que tenhamos uma deputada negra e travesti em uma capa de revista dominical, acessível para determinado público a depender da classe social, ainda existe um longo caminho a ser percorrido, sobretudo a quais corpos o

jornalismo visa evidenciar em uma capa de revista de moda. Percebe-se que o jornalismo e o *modus operandi* presentes na mídia seguem as mesmas especificidades, seguindo normas patriarcais e sexistas, também colocando sob Erika um olhar que a objetifica. Carvalho (2023) orienta que, ao falarmos do jornalismo como um ator social é preciso atentar-se a uma tendência ingênua ao seu trato:

Há uma tendência ingênua no trato com a noção de atores sociais, qual seja, a de considerar que estamos diante de agentes homogeneizados por lutas comuns a favor dos direitos humanos, da liberdade e de outras premissas igualitárias, prejudicando a percepção de clivagens, contradições, jogos de poder e disputas de sentido no interior de grupos que, a princípio, lutariam por uma mesma causa (Carvalho, 2023, p. 36).

A entrevista, sob as lentes da interseccionalidade, revela dualismos entre o que aparece em texto e o que apresenta o editorial, fazendo com que mesmo que a moda presente seja um instrumento de inclusão de Erika neste universo, pode também ressaltar camadas de exclusão de classe, diferenciação pelo luxo e manutenção de estruturas que perpetuam práticas excludentes a depender do gênero, raça, sexualidade ou/e status social. Isso faz com que a moda presente no editorial possa criar uma imagem de exclusividade e elitismo que não se alinham completamente com as lutas por igualdade social defendidas por Erika, fazendo com que haja contradições em sua figura apresentada na revista. A um público menos acostumado com sua figura, tais contradições podem justamente servir para fomentar críticas com base em incoerências que se manifestam na revista, mas não necessariamente impedem que Erika faça um trabalho parlamentar alinhado com seus valores.

Ainda assim, são esses dualismos que fazem com que a figura de Erika nesse espaço seja de grande valia e ganhos para a sociedade, fazendo com que ao se falar de mulheres,

e sobretudo mulheres em capas de revistas, se consiga enxergar novas possibilidades de existência e identidade. Cotta e Farage (2021), em uma das várias questões debatidas em sua obra, discutem o porquê de a relação da mulher com a roupa de trabalho ser tão complicada, e sempre retorna de alguma forma ao debate: “partimos da premissa de que o trinômio mulher-roupa-trabalho nunca é um assunto apenas do universo da moda, mas do âmbito político de fato” (Cotta; Farage, 2021, p. 11).

Portanto, a presença na revista *Ela* pela ocasião do Dia das Mulheres também é uma forma de superar barreiras a que mulheres trans são submetidas. Ao se ter uma personalidade como Erika Hilton, com todos seus marcadores identitários e sociais, em um espaço tido como cisnormativo e branco, estampando a capa de uma revista que desde o seu surgimento propunha um certo jeito de ser mulher, têm-se uma potência em meio à contradição. Erika, ao reivindicar uma luta conjunta entre as mulheres, tomando “mulher” no sentido de variadas identidades possíveis, e ao enquadrar-se nos aparatos proposto pela revista, como uma “diva *pop*”, abre horizontes e cria novas possibilidades no imaginário social e político. A partir da revista, ao se imaginar uma identidade travesti, não se associa essa existência apenas a violências e estereótipos negativos, o que remete novamente às noções de Goffman (2012) – que, ao mencionar o público, fala da capacidade dos espectadores de absorver o que é emitido pelo “autor” por meio do “palco”:

[...] a extraordinária capacidade dos espectadores de se deixar absorver numa transcrição que se afasta radical e sistematicamente de um original imaginável. Produz-se uma correção automática e sistemática e parece ocorrer sem que os autores percebam conscientemente as convenções de transformação que empregaram (Goffman, 2012, p. 188).

Essas convenções e transformações propostas pelo autor são justamente o que a deputada propõe. Portanto, a presença de Erika nesse espaço configura-se como um rico ma-

terial de análise e de novas formas de compreender o mundo como espaço em que novas narrativas sobre pessoas trans e travestis emergem e mobilizam atores sociais diversos, como o jornalismo e a moda.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude dos resultados aqui apresentados, conclui-se que, ao estampar a capa uma edição de uma revista voltada para o público feminino em uma data como o Dia Internacional das Mulheres, falar sobre sua trajetória, desafios e discriminações enfrentadas como mulher, Erika sinaliza para a diversidade de identidades existentes, e traz à tona problemas vividos por todas as mulheres, independente da identidade com que se identificam.

No entanto, nos liames entre moda e política propostos, observou-se certa distância entre as escolhas de objetos e artefatos da moda e as pautas propostas na matéria. Cabe notar que não se trata de fazer um julgamento de valor em relação aos usos de marcas de luxo por uma parlamentar negra, travesti, transexual. O que se aponta é que se pode considerar que as escolhas estéticas e de estilo de Erika conversam com a forma como ela quer ser vista e interpretada na sociedade. Essa intersecção entre moda e política apresentada por Erika Hilton influencia a forma como a deputada é enquadrada, exerce seu mandato e apresenta-se em revistas.

À vista disso, foi possível observar como a moda opera com dualidades: ao mesmo tempo em que pode servir de condutora para revelar opressões enfrentadas por determinados grupos, proporciona inclusão em espaços que tradicionalmente podem excluir e proporcionar diferenciações. Erika Hilton, ao utilizar a moda como forma de se comunicar através de revistas, não apenas reafirma sua identidade enquanto uma mulher pertencente a esse espaço, mas também promove uma visão mais inclusiva, ampla e diversificada da política e da sociedade.

AGRADECIMENTOS

Agradecimento à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo apoio financeiro e pela concessão da bolsa de estudos, que foi fundamental para a realização deste trabalho.

NOTAS DE FIM DE TEXTO

1 A marca postou um vídeo de uma modelo tentando comer comida italiana com hashi, o post sofreu com comentários negativos e foi tirado do ar em menos de 24 horas. Disponível em: <https://fw.uol.com.br/noticias/moda/dolce-gabbana-cancela-desfile-em-xangai-apos-ser-acusada-de-racismo>. Acesso em: 17 jul. 2024.

2 Estudo revela que apenas 0,38% dos postos de trabalho no Brasil são ocupados por pessoas trans. Disponível em: <https://g1.globo.com/globo-news/jornal-das-dez/noticia/2024/05/15/estudo-revela-que-038percent-dos-postos-de-trabalho-no-pais-sao-ocupados-por-pessoas-trans.ghtml>. Acesso em 20, out. 2024.

REFERÊNCIAS

BENEVIDES, Bruna G.; NOGUEIRA, Sayonara Naider Bonfim. **Dossiê dos assassinatos contra travestis e transexuais brasileiras em 2019**. São Paulo: Expressão Popular, ANTRA, IBTE, 2020. Disponível em: <https://antrabrasil.files.wordpress.com/2020/01/dossic3aa-dos-assassinatos-e-da-violc3aancia-contra-pessoas-trans-em-2019.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2024.

CARRERA, F. **Roleta interseccional**: proposta metodológica para análises em Comunicação. *E Compós*, [S. l.], v. 24, 2021. DOI:10.30962/ec.2198. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2198>. Acesso em: 18 abr. 2024.

CARVALHO, Carlos Alberto de. **O jornalismo, ator social, colonizado e colonizador**. Curitiba: CRV, 2023. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1A3YGM-C3K8bhB2Hgs4n9oKjZKen73OqpW/view?pli=1><https://drive.google.com/file/d/1A3YGM-C3K8bhB2Hgs4n9oKjZKen73OqpW/view?pli=1>. Acesso em: 20 jul. 2024.

COLLINS, P. H.; BILGES, S. **Interseccionalidade**. Tradução Rene Souza. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2020.

COTTA, M.; FARAGE, T. **Mulher, roupa, trabalho: como se veste a desigualdade de gênero**. 1. ed. São Paulo: Paralela, 2021.

CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista Estudos Feministas**, 2002.

DALBONI, Melina. Ela celebra 60 anos refletindo desejos e ambições da mulher moderna ao longo das décadas. **O Globo**, 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/noticia/2023/12/11/ela-celebra-60-anos-refletindo-desejos-e-ambicoes-da-mulher-moderna-ao-longo-das-decadas.ghtml> . Acesso em: 22 jul. 2024.

FABRIS, Ligia; GIUSTI, Victor; SAAB, Beatriz. Desinformação, conservadorismo e narrativas transfóbicas orientam projetos de lei com conteúdo antitrans entre 2019 e 2023. **FGV ECMI**, 2023. Disponível em: <https://midiademocracia.fgv.br/node/103>. Acesso em: 26 jul. 2024.

GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise/ Erving Goffman; prefácio de Bennet M. Berger; tradução de Gentil A. Tilton**. Petrópolis: Vozes, 2012.

GOMES, Nelson, Pinheiro. **O marketing da aparência: Comunicação e imagem nas publicações periódicas de moda**. 2010. Dissertação (Mestrado em Ciências da Cultura) – Universidade de Lisboa Faculdade de Letras, Lisboa, 2010. Disponível em: https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/1935/1/ulfl072331_tm.pdf. Acesso em: 29 jul. 2024.

MENDONÇA, Carla Maria Camargos. **Um olhar sobre as mulheres de papel: Tirania e prazer nas revistas Vogue**. 2010. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/FAFI-8U5J6E/1/tesecarlacomp.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2024

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; GUIMARÃES, Simões, Paula. **Enquadramento. Diferentes operacionalizações analíticas de um conceito**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 27, núm. 79, jun. 2012, pp. 187-201.

O GLOBO. **No dia 4 de janeiro de 1964, nascia Ela, o caderno mais charmoso do Globo**. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/no-dia-4-de-janeiro-de-1964-nascia-ela-caderno-mais-charmoso-do-globo-11208952>. Acesso em: 22 jul. 2024.

PRECIADO, Paul B. **Eu sou o monstro que vos fala: Relatório para uma academia de psicanalistas**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2022.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda**. Lisboa: Edições Texto e Grafia, 2008.

SOUZA, Valdete Vazzoler de; CUSTÓDIO, José de Arimathéia Cor-

deiro. **Fotografia: meio e linguagem dentro da moda.** Discursos Fotográficos, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 231–251, 2005. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1474>. Acesso em: 26 jul. 2024.

VANINI, Eduardo. **Erika Hilton fala sobre namoro e fama:** “Tentamos manter momentos de intimidade, mas não dura muito”. O Globo, 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/gente/noticia/2024/03/03/erika-hilton-fala-sobre-namoro-e-fama-tentamos-manter-momentos-de-intimidade-mas-nao-dura-muito.ghtml>. Acesso em: 20 jul. 2024.

Erika Hilton in Ela magazine: an intersectional proposal between fashion, gender and politics

Luiz Carlos Rodrigues Fernandes

Master's student, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas) /
luizcarlos.fernandes305@gmail.com
Orcid: 0009-0000-7901-7494 / <http://lattes.cnpq.br/4943700055685897>

Verônica Soares da Costa

PhD, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas) /
veronicacosta@pucminas.br
Orcid: 0000-0002-1324-0535 / <http://lattes.cnpq.br/0736324254088408>

Submitted: 31/07/2024 | Accepted: 29/10/2024



Erika Hilton in *Ela* magazine: an intersectional proposal between fashion, gender and politics

ABSTRACT

The article analyzes the intersection between fashion and politics in the figure of Erika Hilton, federal deputy for PSOL-SP, highlighting how she uses fashion to promote her gender identity and activism. The case study, based on an interview with *O Globo's Ela* magazine on International Women's Day, explores inclusion and diversity while presenting Erika in a fashion editorial photo shoot. The research is classified as qualitative and descriptive, using bibliographical research and the intersectional roulette approach, together with Ervin Goffman's frames of meaning. The results reveal the contradictions between the use of luxury brands and social struggles, showing how fashion can be a means of inclusion, but also perpetuate exclusions.

Keywords: Fashion; Gender and Politics; Intersectional Roulette; Erika Hilton.

Erika Hilton na revista Ela: uma proposta interseccional entre moda, gênero e política

RESUMO

O artigo analisa a intersecção entre moda e política na figura de Erika Hilton, deputada federal pelo PSOL-SP, destacando como ela utiliza a moda para promover sua identidade de gênero e seu ativismo. O estudo de caso, baseado em uma entrevista à revista Ela d'O Globo pelo Dia Internacional das Mulheres, explora pautas de inclusão e diversidade ao mesmo tempo em que apresenta Erika em um ensaio fotográfico com ares de editorial de moda. A pesquisa se classifica como básica, qualitativa e descritiva, utilizando pesquisa bibliográfica e abordagem da roleta interseccional, juntamente com os quadros de sentidos de Ervin Goffman. Os resultados revelam as contradições entre o uso de marcas de luxo e as lutas sociais, evidenciando como a moda pode ser um meio de inclusão, mas também perpetuar exclusões.

Palavras-chave: *Moda, Gênero e Política; Roleta interseccional; Erika Hilton.*

Erika Hilton en la revista Ela: una propuesta interseccional entre moda, género y política

RESUMEN

El artículo analiza la intersección entre la moda y la política a través de la figura de Erika Hilton, diputada federal por el PSOL-SP, destacando cómo utiliza la moda para promover su identidad de género y su activismo. El estudio de caso, basado en una entrevista para la revista Ela de O Globo por el Día Internacional de la Mujer, explora temas de inclusión y diversidad, al mismo tiempo que presenta a Erika en una sesión fotográfica con un estilo editorial de moda. La investigación se clasifica en básica, cualitativa y descriptiva, utilizando la investigación bibliográfica y el enfoque de la ruleta interseccional, junto con los marcos de significados de Ervin Goffman. Los resultados revelan las contradicciones entre el uso de marcas de lujo y las luchas sociales, evidenciando cómo la moda puede ser un medio de inclusión, pero también perpetuar exclusiones.

Palabras-clave: Moda, Género y Política; Ruleta interseccional; Erika Hilton.

1 INTRODUCTION

Launched as a section of the newspaper *O Globo* in January 1964, the *Ela* section was created as a manual of how women should behave at the time, presenting “[...] GLOBO’s lifestyle section, which advertised itself as a free space to discuss issues that interested women, from fashion to behavior, from society to raising children” (Acervo, *O Globo*, 2014).

In its first issue, the section quoted great female personalities such as Jacqueline Kennedy, Grace Kelly and Brigitte Bardot - women who were considered fashion icons and social role models. The launch issue also featured a letter from businessman Roberto Marinho, owner of the Globo Group, which hinted at which women the magazine aimed to contemplate, the “modern woman”: “[...] after all, the modern world is much less masculine and much more feminine than it seems” (Dalboni, 2023).

Later, in 2017, *O Globo* decided to update the manual aimed at women and launched the magazine to replace the section, which would then accompany the newspaper’s Sunday editions. The move makes the magazine a product that “[...] will give more space to women and their vision of the world, with reports that reflect the lifestyle and spirit of caricocas” (Acervo, *O Globo*, 2023).

This study aims to analyze the intersection between fashion and politics in the figure of Erika Hilton, federal deputy for PSOL-SP, highlighting how she uses fashion to promote her gender identity and her activism. *The corpus of analysis* is an interview given by Hilton in 2024 to *O Globo’s Ela* magazine (formerly Caderno), on International Women’s Day, in which Erika Hilton talks about the problems faced by all women and the challenges of parliamentary action, while at the same time illustrating the pages of the interview posing for an editorial in which clothes and accessories from major luxury brands and international labels stand out.

In her work as a parliamentarian, Hilton addresses polit-

ical and legislative issues through her clothing, artifacts and performances in the world of fashion and beauty, as well as using her presence in fashion magazines to articulate a new narrative about gender identity and political activism. By examining how Erika uses fashion as an apparatus for political communication and identity expression, this work contributes to a broader understanding of the interactions between fashion and politics through the lens of intersectionality - an important methodological tool that allows representational and discursive injustices to be exposed, proposing tools for equity, according to Carrera (2020).

The article is organized into the following sections: the first deals with the theoretical basis of an intersectional approach to fashion; the second presents the methodology, aligned with Goffman's (2012) perspective for analyzing the frameworks in which Erika is positioned by the magazine's editorial choices; the next section discusses the analysis. Finally, conclusions are drawn from the study and possible outcomes for future research are indicated.

2. AN INTERSECTIONAL LOOK AT FASHION

Intersectionality is a theory and a methodological operator that gained strength at the turn of the last decade of the 20th century. It was coined from the articulation of black Latin feminists, such as Lélia Gonzalez, who, in the 1970s and 1980s, already had a very mature mindset about the differences and exclusions to which black women are subjected in society. Later systematized by the American jurist Kimberlé Crenshaw (1989), the concept of intersectionality can be understood as a methodological axis that consists of making visible the harmful process of fractures in social identities, as Carrera (2020) also points out.

Crenshaw (2002) understands that social realities are constructed by systems of discrimination that interact with each other in different ways, indicating that women's expe-

riences and opportunities occur differently in society. Also, according to Collins and Bilge (2020, p. 17):

[...] intersectional power relations influence social relations in societies marked by diversity, as well as individual experiences in everyday life.

The authors also propose intersectionality as an analytical tool, which considers that the categories of gender, race, social class, sexual orientation and ethnicity, among others, are interconnected and shape each other. For them, intersectionality is a way of understanding and explaining the complexity of the world, people and human experiences (Collins and Bilge, 2020). Thus, as a theoretical and methodological axis, intersectional thinking helps us to understand how multiple forms of oppression combine and affect the lives of subalternized individuals in complex ways, creating unique realities and challenges for everyone.

It is from this perspective that we turn to the subject of interest in this study: the relationship between fashion, journalism, gender and politics. According to Belmiro and Miranda (2019), fashion editorials are what differentiate fashion magazines from other editorial specialties in magazine journalism. Their function is to publicize brands and personalities with a certain social influence based on a set of elements, which, according to the authors, makes fashion editorials one of the most powerful communication tools, making magazines visual collections:

[Fashion photography is used in editorials as a way of suggesting feelings and emotions, unlike other branches of photography (Belmiro; Miranda, 2019, p. 8).

Mendonça (2010) adds that fashion editorials in women's and men's magazines guide directions and point out possibilities for "dressing well". The philosopher Georg Simmel (2008) discusses the complexities of fashion, defining it as a social and cultural phenomenon, making the behavior of each

individual a simple example. When we imagine fashion editorials and magazine covers, especially women's magazines, we expect a certain standard of woman to be represented - most of the time, standards that meet the beauty requirements already established, historically, in a heterocisnormative society.

In Brazil, women of this standard have traditionally been white, slim or with a certain body shape, representing the wealthier classes and more favored regions of the country, such as the Southeast. When women who do not meet this standard appear on the covers of fashion magazines or inside them, they are historically associated with divergent, subaltern, dissident or exotic tendencies.

In the case of Erika Hilton, a black woman, transsexual and parliamentarian, as she graces the cover of a national magazine, *Ela d'O Globo*, in honor of International Women's Day - the fact itself causes a shift in the standards expected for the celebration date, especially in the hegemonic commercial media. These issues will be revisited later. For now, as according to Simmel (2008), it is important to understand that fashion is a product of class division, serving as an element of differentiation and, at the same time, imitation, in a cycle that is fed back by the system itself - including magazines. Thus, being on the cover and inside a magazine is an important part of a larger movement in the political game of differentiation/visibility and of recognition based on fashion.

Erika, as a parliamentarian with an active voice on social media platforms and a strong influence, makes use of these structures, spreading her political ideals together with elements of fashion, thus allowing her communication to be spread more quickly through fashion and its apparatus. Again, for Simmel (2008), the way in which society expresses and conceives itself is continually being reshaped through fashion, which is made up of upper and lower layers, layers that Erika proposes to bring closer together through her editorial, as will be seen below.

Gomes (2010), influenced by Simmel's studies, aims to

identify the relevant role that the magazine plays as a media apparatus in the world of fashion. Suggesting that the fashion magazine should be understood as a manual that dictates trends, the author argues that “[...] the study of fashion communication presents itself as a modern necessity for understanding the individual and their lifestyle” (Gomes, 2010, p. 12). The author also points out that there is a problem in the fashion system and that it is more than design and styling:

It functions as a reflection of our society, mentality, norms and values, and aesthetic sense at a given moment in our history and culture. In this way, the role of the media gains importance as a way of disseminating information and fashion standards (Gomes, 2010, p. 11).

In the case of the issue under analysis, it should be noted that the figure of Erika Hilton promotes discussions around the very concept of “woman” and how parliamentarians are framed in magazines, circulating in environments where dress tends to mimic masculine modes of presentation to strengthen the association with credibility and other moral values. In this sense, Cotta and Farage (2021) question the rigid structures that determine what women should and shouldn’t wear, especially in spaces of power.

The authors investigate women’s relationship with their work clothes and what lies behind the daily choices they make in front of the mirror. They point out, as Simmel (2008) had already proposed, that clothing, from the outset, has one of its functions to differentiate: “Dressing is political. Nothing we wear is random, neutral or purely pragmatic. Through fashion we can understand, explain and even transform society” (Cotta; Farage, 2021. p. 87). In the book, the authors make a historical survey of the origin of clothing choices for women’s closets, and the study serves to form a repertoire that aims to break with the established logic of standards imposed to imprison women.

In this way, we can see that fashion studies are already pointing to possible ways of looking at things intersectionally,

indicating the need to overcome a modern view of fashion, without limiting ourselves to the binary dimensions of male/female, delicate/grotesque, thin/fat, ugly/beautiful, hetero/homo, and proposing more in-depth and complex readings of the framings (Goffman, 2012) of fashion magazines.

To operationalize this view, the contributions of Erving Goffman (2012) are used: the author refers to the way in which social interactions are structured and interpreted by individuals based on specific cultural and social contexts. For Goffman (2012), the notion of framing refers to a situation in which individuals are interacting, and it is possible to answer the question: "what is happening here?". Thus, the motivating question is: "what is happening when a trans woman and federal deputy occupies the cover of a fashion magazine in honor of Women's Day?".

3. METHODOLOGY

The case study presented here consists of a qualitative analysis of Erika Hilton's interview with *O Globo's Ela* magazine (formerly *Caderno*), through the lens of intersectionality, a method which consists of making visible the harmful process of fractures in social identities, according to Carrera (2020). The author proposes "intersectional roulette", admitting that observing the matrices of oppression that run through bodies and subjects is fundamental to understanding the communicational effects they engender, proposing a look that goes beyond the differences that make up individuals, directing this look at how these differences are established (Carrera, 2020, p. 1). With the fictional metaphor of a roulette wheel, the author illustrates how these markers do not act in isolation, but simultaneously and interdependently, shaping the opportunities, oppressions and privileges experienced by people. The idea is that the roulette wheel spins and, as it spins, depending on where it stops, different combinations of identities and experiences emerge, highlighting the complexity of

intersections and social markers.

According to Carrera (2021, p. 6), “[...] media spaces, as well as interactional and conversational environments, are emblematic places for debate on oppressive matrices and discriminatory dynamics”. Thus, fashion magazines can be understood as a place where power dynamics are revealed, standards are reinforced, and they have the capacity to amplify voices or even reinforce stereotypes that are harmful to certain groups.

The analysis turns to Erika’s interview and editorial, with the aim of identifying how the congresswoman broadens her discourse, discusses issues related to inclusion and diversity while at the same time using fashion elements and languages in the editorial. It also seeks to identify, based on Goffman’s (2012) frames of meaning, how Erika is framed in the magazine.

In Goffman’s (2012) analysis, the theatrical metaphor, in which social life can be understood as a play, is of great value for analyzing individuals who hold political office. From this perspective, the author brings up different concepts that can be applied to this analysis, such as “stage”, “façade” and “scenery”. In the case of Erika Hilton, we investigate how these frames of meaning are presented in the interview available in *O Globo’s Ela* magazine, from an intersectional perspective.

The aim is to identify which symbolic frameworks Erika falls into, based on Goffman (2012). Based on face-to-face interactions and the concepts of this author, we understand how interactions are not simple or spontaneous, as they are complex to the extent that, in front of others, individuals represent pre-established social roles and try to manage their self-presentation to others, creating two forms of expression: that which is transmitted and that which is emitted (Goffman, 2012). França and Simões (2012), in their studies of Goffman’s work, add that, when playing roles, or characters, individuals are actors, and interactions are small plays, staged on different stages:

Roles are defined socially (individuals invest themselves in roles constructed by society), and in managing their performance in front of an audience, there is even a distinction between the “façade” (what we want to show, the front of the stage) and the “background” (aspects that we don’t want to show in certain situations) (França; Simões, 2012, p. 105).

Based on Goffman’s (2012) conceptions, we can consider the magazine for which Erika gave the interview and took part in the editorial as the “stage” for this symbolic interaction. For the author, this space is where the dramatic play takes place. Thus, one could define the magazine *Ela* of *O Globo* as the “stage”, the media that would be serving as a social actor. For Carvalho (2023), thinking of journalism as a social actor “[...] allows cultural, economic, ideological, behavioral and other indispensable variables to be brought into play” (Carvalho, 2023, p.26) - dimensions in which Erika Hilton is framed, and the space in which she presents herself as a transwoman, travesti¹, congresswoman, and LGBTPQIAPN+ rights activist, using fashion as a conduit for political communication and expression of her identity and political ideals.

For Goffman (2012), interaction is about how individuals mutually influence their actions when they are in immediate physical presence. Applying this perspective to the analysis of Erika Hilton in *O Globo’s Ela* magazine, we can explore how these interactions manifest themselves in the context of the fashion editorial and the interview. Goffman (2012, p. 34) conceptualizes “frames” as “[...] definitions of a situation that are elaborated according to the principles of organization that govern events, at least social ones and our purpose in them”. In other words, frames in this situation are understood as the set of elements that allow the individuals involved in the situation to interpret and respond to certain situations present there.

For França and Simões (2012), Goffman’s interest is di-

rected towards the machinated and maneuvered aspect of interpersonal relationships, arguing that social interaction is a staged game, and the actors involved are players who most of the time want to win. Looking at Erika's interview through the lens of intersectionality, together with the framework of meanings proposed by Goffman (2012), is an opportunity to observe how relationships are organized in the spheres of social actors such as magazines, which are always involved in power games and disputes over meanings, according to Carvalho (2023).

By presenting herself to the public in these spaces, Erika also "wants to win" the political, media and fashion differentiation game. We can then reflect on and understand how identity avenues intersect, making the figure of Erika Hilton, a black trans congresswoman, travesti, be on the cover of a fashion magazine, in a prominent position, on Women's Day.

4. RESULTS AND DISCUSSION

As the first transgender woman to lead the PSOL caucus in the Chamber of Deputies, a position she reached in 2024, Erika discusses aspects of this achievement in the interview, as well as her childhood, personal life and her relationship with photographer Daniel Zeza. The congresswoman mentions different forms of oppression and discrimination she faces as a black and transgender woman in politics, talks about her political ambitions and the difficulties of serving in the House of Representatives, emphasizing the joint struggle between women, but taking women in a universal sense. As Carrera (2020) warns, the constitution of the subalternized subject, crossed by various avenues of oppression, makes us understand that, in womanhood, there are categories such as race, color, identity, among others, that cannot be forgotten in the struggle for rights. In this way, the universalization of the category woman can be read both as a weakness in Erika's discourse and as an attempt to dialogue with a heteroge-

neous audience, on a date when women are being activated by their collective struggles.

In the divisions of power, both in magazines and in fashion, it is not common to see a focus on people with black skin and transgender subjects, either because of the dehumanization of these bodies or because of the policies of exclusion that place them in subcategories which, according to Preciado (2022), make them abject bodies, susceptible to violence, who are seen in a certain way as “monsters” for crossing over (transgenderism) and subverting the notions of binarity: “One whose face, body and practices cannot yet be considered true in a regime of determined knowledge and power” (Preciado, 2022, p. 297).

It is worth noting that Brazil is the country among the nations that make this count that has the highest transgender death rates in the world for the 14th consecutive year, according to a report by ANTRA. Erika, as a black transgender woman on the cover and pages of a Sunday magazine in the corporate media, causes fissures when appearing on the cover. It’s interesting to see how Erika’s figure is guided by these crossings, and how fashion does or doesn’t interact with her work.

In the editorial accompanying the article, various objects and clothes are presented that are of high value and exclusivity, such as the Swarovski necklace and earrings used on the cover of the magazine and the clothes from luxury brands that make up Erika’s *style*. Looking at these intersections through an intersectional lens, we can identify contradictions in this intersection between fashion and politics in Erika’s communication. In the editorial and in the interview, Erika wears luxury pieces, such as the photograph consisting of an all-red *look in* which she wears clothes by the Italian brand Dolce & Gabbana (Figure 1).

Figure 1: Erika Hilton wearing Dolce & Gabbana in an editorial for *Ela* magazine



Source: Reproduction / *Ela* magazine (2024).

Fundamental markers for analysis, such as gender, sexuality and class, can be seen in the editorial photos. Founded by Domenico Dolce and Stefano Gabbana, both openly gay men, the Dolce & Gabbana label presents itself with an image associated with sensuality and glamor, aimed at an elite public. The duo who run the label have been involved in numerous controversies for advertising campaigns considered racist and for prejudiced statements. One notorious example is the 2018 campaign in China, in which the brand was accused of perpetuating racist stereotypes. The reaction was one of great repudiation, with many consumers boycotting the brand and the cancellation of a fashion show that was to be held in the country.

As well as Dolce & Gabbana, used as an example to expose the dualities that are present in the fact that Erika Hilton defends agendas in the opposite direction to the brand's con-

troversies, it can be said that these brands are aligned with other fashion houses (Mugler, Prada, Mounf Off, Area, Salvatore Ferragamo, Fendi and Swarovski) used in the editorial (Figures 2 and 3).

Figure 2: Erika Hilton in Area dress at Farfetch, Mounf Off gloves, Swarovski jewelry



Source: Reproduction / *Ela* magazine (2024).

Figure 3: Erika wears Salvatore Ferragamo, Intimissimi bra, Fendi boots and earrings



Source: Reproduction / *Ela* magazine (2024).

They are part of the same hegemony, foreign and luxury fashion, which, by definition, is exclusive and inaccessible to the majority. These products are aimed at a specific elite audience and, most of the time, they determine which bodies are able to wear these garments, which leads us to think about who really access to this fashion in evidence and which audience has this media product is aimed at. According to Simmel (2008), this is the essence of fashion, in which only a small part has access, while the whole is on its way.

It's important to emphasize the importance of clothing as a pillar for communicating groups and their respective identity traits. Thus, it can be understood that, even though fashion and its elements are present and serve as conduits for Erika's expression in the interview and in politics, the choice of outfits for the editorial, which are not necessarily chosen by the congresswoman, but by an entire production team,

causes shifts both in relation to what is expected of a parliamentarian's clothing (such as suits and *tailleur*) and the class axis that is linked to the agendas defended by Erika.

For Simmel (2008, p.25), fashion can often act as a "product of class division and behave like many other configurations, above all like honor, whose dual function is to form a closed social circle and at the same time isolate it from others". Thus, it is understood that fashion and the artifacts present serve as an element of authenticity and valorization of the position of the Member, placing her in a prominent place, and can act as a dualistic product of union or differentiation, according to the image constructed (Figures 2 and 3).

Using Goffman's (2012) conceptions, we can conceptualize the "stage" where Erika Hilton finds herself: her choice of clothing is not exactly in line with the political venues she has been occupying as a parliamentarian (suits, men's clothing), but it strengthens her image as a political subject of a different order, who wants to bring a new perception about the existence of transvestite bodies in Brazilian society and politics. This metaphorical stage gains materiality in the magazine in the sense that it is a social, cultural and power struggle space where the MP's image and message are projected and interpreted by the public, signaling how Erika wants to be read in this space which, for a long time, was only intended for women who share normative cisgenderism: there is sensuality, transparency, skin on display, hair blowing in the wind, jewels and *glamour*.

Erika Hilton, being a black woman and a travesti, brings, in particular, identity markers that challenge the traditional norms of society, especially within the media, political and fashion context, which has historically privileged cisgender and white women.

It can be deduced that Erika's presence in this space serves as an "intersectional representation", bringing a new look at gender representations that go beyond the cis body. Erika is a new actor on a cisheteronormative stage, who occupies this space with the dualities and contradictions that

are possible in the spaces of fashion and journalism. In this sense, and quoting Carrera again (2020), communication can reveal structures and policies that expose avenues of oppression:

The cultural construction and marginalizing meanings that circulate about these subjects. These meanings even transcend the media field and operate in the sphere of social relations, even academic ones, which also tend to be objects of study in communication (Carrera, 2020, p. 6).

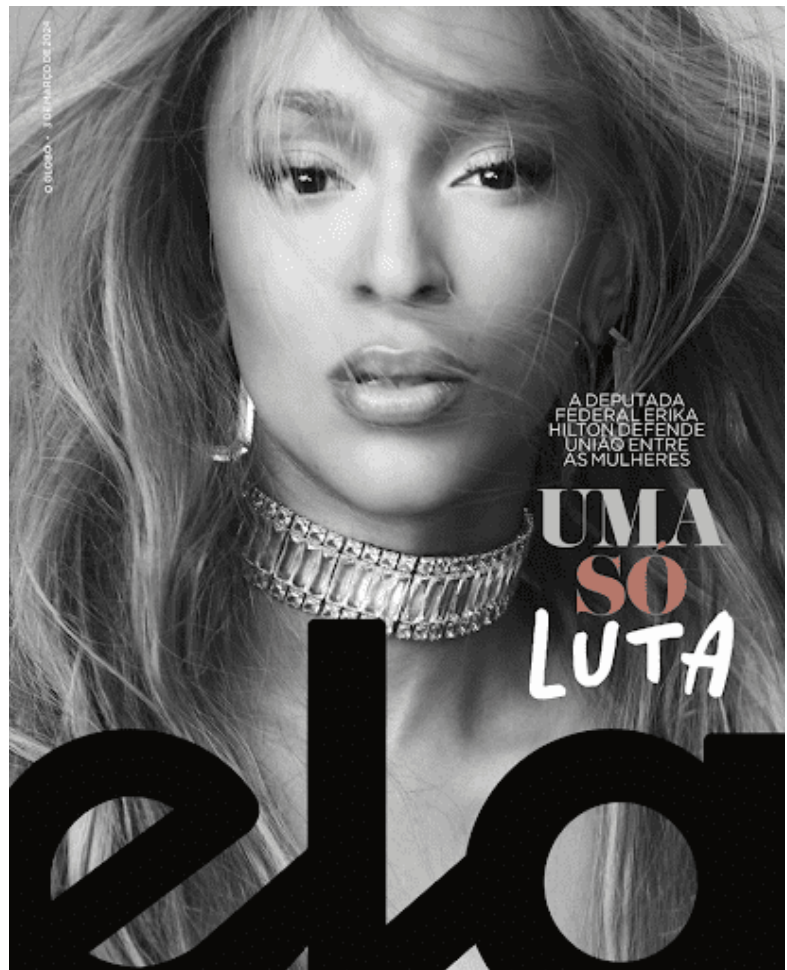
These cultural constructions exclude trans women and travestis from various spheres of society, from family life, school, work environments and representation in politics. Erika, along with Congresswoman Duda Salabert (PDT-MG), are examples of this systemic exclusion: both are the first and, so far, only trans/travesti women as parliamentarians in the National Congress in the entire history of Brazil. Therefore, the presence and frames in which Erika is placed offer us opportunities for new stories to be told, while at the same time revealing that, for these stories to be told, it is still necessary to be part of certain frames, which can sometimes reveal oppression and violence, while also perpetuating the maintenance of others that exclude and erase.

According to Goffman (2012), the "façade" can be understood as the elements used by people during interaction. The author argues that the façade is made up of two elements: your personal façade, which is your expressions, appearance, tone of voice and manner of speaking, and the setting that accompanies this façade. The setting can be defined as the physical and symbolic elements that make up the scene (Goffman, 2012).

The magazine identifies how Erika's personal façade and the setting manifest themselves. She uses designer clothes, model poses, make-up, well-produced hair and luxury accessories as part of her personal façade, emphasizing how she wants to be read socially. It is understood that these elements are chosen to communicate not only her personal style, but

also her intersectional identity as a trans black congresswoman (Figure 4).

Figure 4: Cover of *Ela* magazine 2024, Erika wears necklace and earrings by Swarovski jewelers



Source: *Ela* magazine, 2024.

Erika's fashion and communication choices have the function of conveying her values, political identity and a new perception of bodies that don't fit the "standards" in a mostly male and heteronormative place like politics.

In addition, the setting where this façade is projected functions as a stage, the definition of which we mentioned above, and which can operate as a mechanism that amplifies

and shapes its image in society. The magazine, with its visual and editorial elements, including the photographs, cover (Figure 5), design and textual narratives, can help construct and convey Erika's image to the public. On the cover, for example, the featured image of luxury is contrasted with the words "A single struggle", an attempt to unite women while signaling a differentiation through fashion.

Looking at the textual content of the interview, it is possible to see that agendas such as homelessness, the environment, the fight against hunger and unity among women are presented, as in the passage: "Anyone who is a solo mother in the periphery knows how the rains cause absurd crises" (Vanini, 2024), in which Erika exemplifies how the feminine can be plural depending on social class, where you live and the color of your skin. By bringing such identity markers to the fore in a mediatized space, which plays a role in dividing and maintaining powers as magazines do, layers of violence can emerge, as Carrera (2020, p. 6) defines:

Mediatized spaces, as well as interactional and conversational environments, constantly placed under the spotlight of Communication research, are emblematic places for the debate on matrices of oppression and discriminatory dynamics.

In addition, fashion, in the context of politics and the media, can be used as a visual communication tool that conveys messages about identity, power and status. In the case of the congresswoman, posing for an editorial wearing such brands, in images associated with luxury and power through class status, can not only reinforce her position of prestige, but also subvert established stereotypes of who can or cannot have access to these spaces, depending on the intersectional reading that is made. This allows us to infer that there is an attempt to use fashion as a form of symbolic inclusion, allowing her to claim a space of power traditionally denied to marginalized groups, to which she belongs, mobilizing the

magazine as a stage for her agendas, proposing possible new frameworks in this space.

In all the topics covered in the interview, she sees women as the central figure, since they are the most affected by social struggles. Erika emphasizes the scope of the oppressions and inequalities that affect women, especially those in situations of vulnerability. According to her, women are plural, but there is a common thread between all women, regardless of class or gender: violence, as in the passage in which she says: "All women are affected by hatred, by not having the right to occupy dignified spaces. And this is what unites us. We should be clear about this and put our differences aside" (Vanini, 2024).

However, if we look at the composition of the team, from journalist, photographer, assistant, make-up artist, etc., in the issue featuring Erika Hilton on the cover, we see that the MP was the only woman involved in the entire production process of the magazine and that, even though some of the men present share homosexuality as an identity marker, cisgenderity prevails, which reflects not only on fashion, but on a structural problemⁱⁱ.

In a survey carried out by the news portal *G1* in 2024, with approximately 300 companies in the country, with 1.5 million workers, the share of employees from the LGBTQIAPN+ community in general occupies only 4.5% of jobs in companies. The study also reveals that for trans people, the situation is even worse: the figures don't even reach 0.5%, which corresponds to (0.38%) of all employees.

As a result, there are cracks that lead us to question that, even if we have a black travesty congresswoman on the cover of a Sunday magazine, which is accessible to a certain audience depending on their social class, there is still a long way to go, especially in terms of which bodies journalism aims to highlight on the cover of a fashion magazine. Journalism and the *modus operandi* present in the media follow the same specificities, following patriarchal and sexist norms, also placing a gaze on Erika that objectifies her.

Carvalho (2023) points out that, when we talk about journalism as a social actor, we need to be aware of a naive tendency when dealing with it:

There is a naive tendency in dealing with the notion of social actors, which is to consider that we are dealing with agents homogenized by common struggles for human rights, freedom and other egalitarian premises, hindering the perception of cleavages, contradictions, power games and disputes of meaning within groups that, in principle, would fight for the same cause (Carvalho, 2023, p. 36).

The interview, through the lens of intersectionality, reveals dualisms between what appears in the text and what is presented in the editorial, meaning that even though the fashion present is an instrument for including Erika in this universe, it can also highlight layers of class exclusion, differentiation through luxury and the maintenance of structures that perpetuate exclusionary practices depending on gender, race, sexuality and/or social status. This means that the fashion featured in the editorial can create an image of exclusivity and elitism that doesn't completely align with the struggles for social equality defended by Erika, leading to contradictions in her figure presented in the magazine. To an audience less accustomed to her figure, these contradictions may serve to foment criticism based on the inconsistencies that are manifested in the magazine, but they don't necessarily prevent Erika from doing parliamentary work in line with her values.

Even so, it is these dualisms that make Erika's figure in this space of great value and gain for society, making it possible to see new possibilities for existence and identity when talking about women, and especially women on magazine covers. Cotta and Farage (2021), in one of the many issues debated in their work, discuss why women's relationship with work clothes is so complicated, and always returns in some way to the debate: "we start from the premise that the trinomial woman-clothes-work is never just a matter for

the fashion world, but for the political sphere in fact" (Cotta; Farage, 2021, p. 11).

Therefore, appearing in *Ela* magazine on Women's Day is also a way of overcoming the barriers to which trans women are subjected. Having a personality like Erika Hilton, with all her identity and social markers, in a space considered to be cisnormative and white, on the cover of a magazine that since its creation has proposed a certain way of being a woman, is power amid contradiction. Erika, by claiming a joint struggle between women, taking "woman" in the sense of various possible identities, and by fitting into the apparatus proposed by the magazine, as a "pop diva", opens horizons and creates new possibilities in the social and political imaginary. When imagining a transvestite identity through the magazine, this existence is not only associated with violence and negative stereotypes, which brings us back to the notions of Goffman (2012) - who, when mentioning the audience, talks about the spectators' ability to absorb what is emitted by the "author" through the "stage":

[...] the extraordinary capacity of spectators to allow themselves to be absorbed in a transcription that departs radically and systematically from an imaginable original. An automatic and systematic correction is produced and seems to occur without the authors consciously realizing the conventions of transformation they have employed (Goffman, 2012, p. 188).

These conventions and transformations proposed by the author are precisely what the MP proposes. Therefore, Erika's presence in this space provides rich material for analysis and new ways of understanding the world as a space in which new narratives about trans people and transvestites emerge and mobilize different social actors, such as journalism and fashion.

5. FINAL CONSIDERATIONS

In view of the results presented here, it can be concluded that by covering an issue of a magazine aimed at women on a date like International Women's Day, talking about her career, challenges and discrimination faced as a woman, Erika Hilton signals the diversity of identities that exist, and brings up problems experienced by all women, regardless of the identity with which they identify.

However, in the proposed links between fashion and politics, there was a certain distance between the choice of fashion objects and artifacts and the agendas proposed in the article. It is worth noting that this is not a value judgment in relation to the use of luxury brands by a black, transvestite or transsexual parliamentarian. Erika's aesthetic and style choices are in line with the way she wants to be seen and interpreted in society: as a diva, and as a voice that occupies the stage to bring her social themes into debate. This intersection between fashion and politics presented by Erika Hilton influences the way she is framed, exercises her mandate and presents herself in magazines.

In view of this, it was possible to observe how fashion operates with dualities: at the same time as it can serve as a conduit to reveal oppressions faced by certain groups, it provides inclusion in spaces that can traditionally exclude and provide differentiation. By using fashion as a way of communicating through magazines, Erika Hilton not only reaffirms her identity as a woman belonging to this space, but also promotes a more inclusive, broad and diverse view of politics and society.

ACKNOWLEDGEMENTS

We would like to thank the Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel (CAPES) for its financial support and for granting me a scholarship, which was fundamental to the completion of this work.

END OF TEXT NOTES

i The brand posted a video of a model trying to eat Italian food with chopsticks. The post suffered from negative comments and was taken down in less than 24 hours. Available at: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/dolce-gabbana-cancela-desfile-em-xangai-apos-ser-acusada-de-racismo>. Accessed on July 17, 2024.

ii Study reveals that only 0.38% of jobs in Brazil are held by trans people. Available at: <https://g1.globo.com/globonews/jornal-das-dez/noticia/2024/05/15/estudo-revela-que-038percent-dos-postos-de-trabalho-no-pais-sao-ocupados-por-pessoas-trans.ghtml>. Accessed on October 20, 2024.

REFERENCES

BENEVIDES, Bruna G.; NOGUEIRA, Sayonara Naider Bonfim. **Dossier of murders against Brazilian transvestites and transsexuals in 2019**. São Paulo: Expressão Popular, ANTRA, IBTE, 2020. Available at: <https://antrabrasil.files.wordpress.com/2020/01/dossic3aa-dos-assassinatos-e-da-violc3aancia-contra-pessoas-trans-em-2019.pdf>. Accessed on: April 20, 2024.

CARRERA, F. **Intersectional roulette: a methodological proposal for analysis in Communication**. E Compós, [S. l.], v. 24, 2021. DOI:10.30962/ec.2198. Available at: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2198>. Accessed on: April 18, 2024.

CARVALHO, Carlos Alberto de. **Journalism, social actor, colonized and colonizer**. Curitiba: CRV, 2023. Available at: <https://drive.google.com/file/d/1A3YGMC3K8bhB2Hgs4n9oKjZKen73OqpW/view?pli=1https://drive.google.com/file/d/1A3YGMC3K8bhB2Hgs4n9oKjZKen73OqpW/view?pli=1>. Accessed on: July 20, 2024.

COLLINS, P. H.; BILGES, S. **Intersectionality**. Translation by Rene Souza. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2020.

COTTA, M; FARAGE, T. **Mulher, roupa, trabalho: como se vestir a desigualdade de gênero**. 1. ed. São Paulo: Paralela, 2021.

CRENSHAW, Kimberlé. Document for the meeting of experts on gender aspects of racial discrimination. **Journal of Feminist Studies**, 2002.

DALBONI, Melina. She celebrates 60 years reflecting the desires and ambitions of the modern woman over the decades. **O Globo**, 2024. Available at: <https://oglobo.globo.com/ela/noticia/2023/12/11/ela-celebra-60-anos-refletindo-desejos-e-ambicoes-da-mulher-moderna-ao-longo-das-decadas.ghtml>. Accessed on: July 22, 2024.

FABRIS, Ligia; GIUSTI, Victor; SAAB, Beatriz. Disinformation, conservatism and transphobic narratives guide bills with anti-trans content between 2019 and 2023. **FGV ECMI**, 2023. Available at: <https://midiademocracia.fgv.br/node/103>. Accessed on: July 26, 2024.

GOFFMAN, Erving. **The frames of social experience: an analytical perspective** / Erving Goffman; foreword by Bennet M. Berger; translation by Gentil A. Tilton. Petrópolis: Vozes, 2012.

GOMES, Nelson, Pinheiro. **O marketing da aparência: Comunicação e imagem nas publicações periódicas de moda**. 2010. Dissertation (Master's in Cultural Sciences) - University of Lisbon Faculty of Letters, Lisbon, 2010. Available at: https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/1935/1/ulfl072331_tm.pdf. Accessed on: July 29, 2024.

MENDONÇA, Carla Maria Camargos. **A look at paper women: Tyranny and pleasure in Vogue magazines**. 2010. Thesis (Doctorate in Communication) - Federal University of Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010. Available at: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/FAFI-8U5J6E/1/tesecarlacomp.pdf>. Accessed on: July 29, 2024

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; GUIMARÃES, Simões, Paula. **Framing. Different analytical operationalizations of a concept**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 27, núm. 79, jun. 2012, pp. 187-201.

O GLOBO. **On January 4, 1964, Ela, Globo's most charming section, was born**. Available at: <https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/no-dia-4-de-janeiro-de-1964-nascia-ela-caderno-mais-charmoso-do-globo-11208952>. Accessed on: July 22, 2024.

PRECIADO, Paul B. **Eu sou o monstro que vos fala: Relatório para uma academia de psicanalistas**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2022.

SIMMEL, Georg. **Philosophy of Fashion**. Lisbon: Edições Texto e Grafia, 2008.

SOUZA, Valdete Vazzoler de; CUSTÓDIO, José de Arimathéia Cordeiro. **Photography: medium and language within fashion**. Discursos Fotográficos, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 231-251, 2005. Available at: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1474>. Accessed on: July 26, 2024.

VANINI, Eduardo. **Erika Hilton talks about dating and fame: "We try to maintain moments of intimacy, but it doesn't last long"**. O Globo, 2024. Available at: <https://oglobo.globo.com/ela/gente/>

noticia/2024/03/03/erika-hilton-fala-sobre-namoro-e-fama-tenta-
mos-manter-entos-de-intimidade-but-nao-dura-muito.ghtml . Ac-
cessed on: July 20, 2024.

Recomendações para o desenvolvimento de projeto de sutiã para mulheres climatéricas

Cássia Matveichuk Chernev

Mestre, Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) / cah_chernev@hotmail.com
Orcid: 0000-0002-4195-4586/ <http://lattes.cnpq.br/3982263211034608>

Iara Sousa Castro

Doutora, Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) / iara.castro@uemg.br
Orcid: 0000-0002-4819-7194/ <http://lattes.cnpq.br/1110830745730893>

Enviado: 31/07/2024 | Aceito: 28/10/2024



Recomendações para o desenvolvimento de projeto de sutiã para mulheres climatéricas

RESUMO

Esta investigação tem como objetivo propor recomendações para o desenvolvimento de projeto de sutiã para mulheres climatéricas em contexto laboral. A pesquisa foi realizada com 10 mulheres em período climatérico ativas no mercado de trabalho, e foram aplicados três instrumentos de coleta de dados distintos: um questionário, o teste de usabilidade presente na metodologia *OIKOS* voltado para dois modelos de sutiãs disponíveis no mercado brasileiro, e uma entrevista semiestruturada. Os resultados do questionário elucidaram as preferências de uso e compra de sutiãs pelas mulheres climatéricas, os sutiãs testados, nos modelos tradicional e triangular, tiveram boas notas na avaliação de usabilidade, e a entrevista ajudou a esclarecer algumas questões pertinentes aos sutiãs e ao teste de usabilidade. Conclui-se que ainda há espaço para que o projeto de sutiã para mulheres climatéricas seja aprimorado, tornando possível atingir o objetivo desta pesquisa, contribuindo para que o sutiã se torne uma peça mais adequada ao corpo e às atividades do público feminino no climatério.

Palavras-chave: Sutiã; Climatério; Metodologia *OIKOS*.

Recommendations to bra design project development for climacteric women

ABSTRACT

This research aims to propose recommendations for the design of a bra for climacteric women usage in the workplace. The present research was conducted with 10 women in the climacteric age who were actively working; and three different data collection tools were applied: a questionnaire, the usability test of the OIKOS methodology aimed at two types of bras available in the Brazilian market, and a semi-structured interview. The questionnaire results elucidated the climacteric women's preferences regarding the use and purchase of bras. Bras of the traditional and triangular styles were tested and received good scores in usability evaluation; the interview helped to clarify some issues pertinent to bras and usability testing. It was concluded that there is still room for the improvement of the design of climacteric women bras, making it possible to achieve the objective of this research and contributing to make the bra more suitable for the body and women's activities at climacteric age.

Keywords: Bra; Climacteric; OIKOS methodology.

Recomendaciones para desarrollar un diseño de sujetador para mujeres climatéricas

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo proponer recomendaciones para el desarrollo de un diseño de sujetador para mujeres climatéricas en un contexto laboral. La investigación se realizó con 10 mujeres climatéricas activas en el mercado laboral y se aplicaron tres instrumentos diferentes de recolección de datos: un cuestionario, el test de usabilidad presente en la metodología OIKOS dirigido a dos modelos de sujetadores disponibles en el mercado brasileño y un semi -entrevista estructurada. Los resultados del cuestionario aclararon las preferencias de uso y compra de sujetadores por parte de las mujeres climatéricas, los sujetadores probados, en los modelos tradicional y triangular, tuvieron buenas calificaciones en la evaluación de usabilidad, y la entrevista ayudó a aclarar algunas preguntas pertinentes a los sujetadores y la prueba de usabilidad. Se concluye que aún hay espacio para mejorar el diseño del sujetador para mujeres climatéricas, permitiendo alcanzar el objetivo de esta investigación, contribuyendo a que el sujetador se convierta en una pieza más adecuada al cuerpo y actividades de las mujeres climatéricas.

Palabras-clave: Sujetador; Climaterio; Metodología OIKOS.

1. INTRODUÇÃO

O climatério é uma fase biológica inevitável na vida feminina, mas cada mulher tem ou terá suas particularidades em relação aos sintomas físicos e psicológicos. Com o aumento da expectativa de vida feminina, as mulheres passaram a vivenciar um terço de suas vidas após a menopausa, estando ainda ativas econômica e sexualmente. Produtos de moda adequados aos corpos e gostos das mulheres climatéricas podem contribuir para melhorar sua qualidade de vida e autoestima. O sutiã pode ser considerado um “intermediário” entre o corpo da mulher e o vestuário, pois além de ser um artigo de moda para sustentação e proteção das partes íntimas, também é um produto que deve proporcionar bem-estar e conforto para as suas usuárias. No entanto, observou-se uma carência desses itens na indústria e no mercado da moda.

Diante desses fatos, esta pesquisa visa estudar a relação do sutiã com o corpo das mulheres climatéricas em contexto laboral. A questão levantada para esta investigação foi: “como o designer poderia contribuir no processo de desenvolvimento de projeto de sutiãs, para torná-los peças de moda mais adequadas às alterações físicas e psicológicas, assim como às atividades laborais das mulheres climatéricas?”

Como resposta, propôs-se a interação do designer com o público alvo, investigando a relação entre o corpo feminino climatérico e o sutiã em contexto laboral, por meio da metodologia *OIKOS* (2005), utilizada para avaliar ergonomicamente produtos do vestuário, detectando falhas no projeto de design. Assim, foi possível propor recomendações que contribuam na concepção do design de sutiã para melhorar a sua compatibilidade com o público feminino no climatério, oferecendo maior conforto, bem-estar e segurança enquanto realizam as suas atividades laborais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A mulher climatérica e o contexto laboral

O climatério é um fenômeno natural da fisiologia feminina, e é o período que engloba toda a fase em que os hormônios progesterona e estrogênio deixam de ser produzidos pelos ovários, tornando o ciclo menstrual irregular até a sua total suspensão, assim, a mulher perde a sua função reprodutora (Anjo, 2010). O termo “menopausa” marca a parada definitiva da menstruação, após um período de 12 meses sem sangrar (Tavares, 2022). Várias mudanças físicas e psicológicas ocorrem neste momento, como ondas de calor, ganho de peso, alterações na pele, unhas e cabelos, ressecamento vaginal, baixa libido, etc., que podem atingir diretamente a psique feminina (Taborda; Gomes, 2006). Não há uma idade pré-definida para estar no período climatérico e nem para a menopausa, porém há uma variação de 46 a 52 anos para que a menopausa ocorra naturalmente (Wender; Dall’agno, 2019).

Tavares (2022) estima que em 2025 haverá em torno de 1 bilhão de mulheres no planeta vivenciando alguma fase do climatério. “Com o passar do tempo e os avanços nas condições de vida, bem como com o progresso da medicina, a duração de vida foi aumentada” (Rocha; Rocha, 2010, p. 26). A expectativa de vida feminina passou de 48,3 para 79 anos em um intervalo de 82 anos (IBGE, 2023), e conseqüentemente, as mulheres passaram a viver um terço de suas vidas em um momento pós-menopausa.

Diante deste fato, elas também passaram a trabalhar por um período mais longo. Segundo Jack *et al.* (2016), como uma grande parte das mulheres climatéricas tornam-se sintomáticas por volta dos 45 anos, elas passam a experimentar essa fase e os seus sintomas em um momento que ainda estão economicamente ativas. Cerca de 62% das brasileiras climatéricas estão trabalhando em período integral e 18% em meio período, evidenciando que a maior parte das horas úteis do dia são passadas em ambiente laboral (Essity, 2022).

2.2 O sutiã, a ergonomia e a mulher no climatério

O sutiã é um item do vestuário que foi desenvolvido para a proteção e conforto de suas usuárias, tendo função de sustentar, cobrir, comprimir ou aumentar os seios femininos (Alves; Martins, 2018). Embora os primeiros itens de lingerie datem cinco mil anos atrás, estes se tornaram fundamentais na vestimenta feminina no século XIV. Entretanto, os espartilhos caíram em desuso com a necessidade de as mulheres assumirem postos de trabalho masculinos no campo e nas fábricas durante a Primeira Guerra Mundial (Fontanel, 1998). Assim, as novas vestimentas laborais incentivaram uma nova demanda de roupas de baixo, e em 1914, criou-se o primeiro modelo de sutiã com a estética que conhecemos até os dias atuais (Alves; Martins, 2018). A partir deste momento, o sutiã passou a ter o papel de conservar os seios de maneira discreta, e do ponto de vista sociocultural, o uso do sutiã em ambiente laboral virou um hábito ou quase obrigação (Alves, 2016).

Faz-se importante o fato de que “O sutiã caracteriza-se pela própria interface entre corpo e vestuário; e seu design deve estar comprometido em proporcionar saúde, bem-estar, conforto e satisfação das usuárias” (Miranda; Paschoarelli, 2022, p. 2). Pela relação muito íntima do sutiã com o corpo feminino, o desenvolvimento de roupas íntimas se torna um dos exemplos mais importantes da utilização da ergonomia no vestuário. Esta estuda o sistema homem-roupa-função, e se faz necessária para a que a usuária tenha segurança, conforto e facilidade ao manusear o produto, contribuindo para a evolução e solução de problemas dos projetos, atendendo às necessidades e desejos das consumidoras, elevando a sua qualidade e distinguindo o produto dos demais no mercado (Carvalho, 2011; Gomes Filho, 2018; Gonçalves; Lopes, 2007).

Um estudo realizado pela Inteligência de Mercado (IEME, 2021), apontou que 87% das pessoas que compram lingerie são mulheres, que optam por peças confortáveis e básicas. 38% possuem 45 anos ou mais, e tem maior dispo-

sição e recursos financeiros para gastar. Porém, Freiburger e Rech (2013) evidenciam que o mercado brasileiro carece de produtos que sejam “ao mesmo tempo, lascivos e sofisticados, sem vulgaridade, com um diferencial na forma e na estética, adaptado às formas do corpo de uma mulher com mais de 40 anos” (Freiburger; Rech, 2013, p. 2).

Todavia, o processo de amadurecer traz alterações físicas e emocionais significativas às mulheres, e pode influenciar a relação entre a usuária e a vestimenta, evidenciando a necessidade da elaboração de produtos mais adequados e contemporâneos para mulheres de meia-idade (Neves; Paschoarelli, 2015).

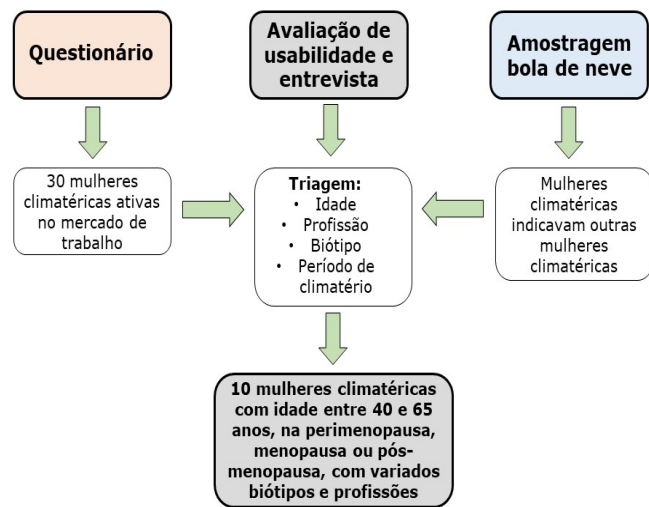
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade do Estado de Minas Gerais, aprovado em abril de 2023, processo CAAE 67016032.1.0000.5525. Ela foi organizada em três etapas (1ª: revisão bibliográfica, 2ª: condução do estudo experimental e 3ª: análise dos dados coletados) e foram utilizados três instrumentos diferentes porém complementares (questionário, avaliação de usabilidade e entrevista semiestruturada) para a coleta dos dados.

3.1 Caracterização da amostra e público alvo

A amostra desta investigação ocorreu da seguinte maneira, mostrada no fluxograma abaixo (figura 1).

Figura 1. Fluxograma da amostra da pesquisa



Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

As participantes também deveriam estar em período de perimenopausa/menopausa ou pós-menopausa, com biótipos variados (retângulo, ampolheta, triângulo e triângulo invertido) e em contextos produtivos diversos.

3.2 Primeiro instrumento – questionário

O questionário foi o primeiro instrumento aplicado, de forma on-line, por meio do *Google Forms*. Este instrumento tinha uma primeira seção para a identificação da participante, seguido de 12 perguntas que tinham como intenção explorar as preferências nas características dos materiais dos sutiãs que são usados e comprados pelo público feminino climatérico, como alças, fechos, métodos de sustentação, cores, tecidos, estampas e modelos de sutiã. Ele também permitiu que fosse possível determinar quais foram os modelos de sutiã que seriam testados pelo segundo instrumento, descrito a seguir.

3.3 Segundo instrumento – *checklist*

O segundo instrumento de coleta de dados foi o *checklist* da avaliação de usabilidade da metodologia *OIKOS*, proposto por Martins (2005), o qual propôs a integração das propriedades ergonômicas de produtos de Ávila, Sanches e Cárcamo (1993), os princípios da usabilidade de Jordan (1998) e das medições do conforto de Nicolini (1995) para a sua construção. Este instrumento permite que qualquer profissional consiga avaliar a ergonomia, usabilidade e conforto de produtos de moda e vestuário.

As propriedades ergonômicas abrangem 24 atributos, divididos em “facilidade de manejo”, com 11 critérios; “facilidade de manutenção”, com 4 critérios; “facilidade de assimilação”, com 3 critérios; e “segurança”, com 6 critérios. Os indicadores de usabilidade somam 6 itens, e os atributos para a medição de conforto 10, separados em seção única, totalizando 40 atributos. Para esta pesquisa, foram avaliados 39 itens, que poderiam receber notas em uma escala numérica de 0 a 100 pontos, sem casas decimais, na qual o valor 0 equivale à porcentagem nula do atributo, e as próximas escalas são referentes ao nível crescente de satisfação da usuária, sendo o valor 100 o total atendimento do atributo avaliado.

Para finalizar o *checklist*, é necessário quantificar o total de atributos atendidos, a média aritmética da pontuação e o percentual dos itens aprovados. O total de atributos atendidos diz respeito à quantidade de atributos que obtiveram nota máxima; já a média é calculada pela pontuação total dos atributos avaliados em uma peça e dividida pela quantidade de atributos presentes no *checklist*; e o percentual dos itens aprovados origina-se do “total de atributos atendidos” dividido pelo total dos 39 atributos, chegando-se à porcentagem de aprovação total da participante em relação à peça avaliada (Chernev, 2024).

3.4 Entrevista semiestruturada

O terceiro e último instrumento, a entrevista semiestruturada, era formada por 26 perguntas, agrupadas por tema de investigação. Ela tinha como finalidade explorar os sentimentos e a utilização do sutiã pela mulher climatérica, sua jornada de trabalho e o uso do sutiã nesse momento do dia, questões subjetivas sobre esta fase de vida, finalizando com perguntas relativas aos sutiãs testados. Acreditou-se que este instrumento tinha o potencial de revelar necessidades específicas a cada participante trabalhadora, mas também evidenciar necessidades que são comuns a todas, podendo ser generalizáveis.

Embora este instrumento tenha compilado muitas informações expressivas para esse estudo, devido à extensão e a quantidade de informações subjetivas obtidas, este artigo apresenta somente o compilado das respostas de quatro perguntas, sendo essas:

- Por quanto tempo usa sutiã durante o dia? Em quais circunstâncias?
- Há alguma percepção de desconforto na sua relação com o sutiã durante o dia a dia? Em qual momento?
- Você usa o sutiã para trabalhar? Se positivo, como você se sentiria se não usasse sutiã durante a sua jornada de trabalho?
- Qual é o seu nível de compreensão em relação aos símbolos apresentados na etiqueta sobre a manutenção do produto?

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Questionário

A primeira pergunta da seção que estava direcionada à investigação sobre as preferências de uso e compra dos

sutiãs pelo público climatérico foi sobre os aviamentos de sustentação. Das 30 mulheres, 37% preferiam bojo casquinha, 24% elástico de reforço na altura do tórax, 13% aros de sustentação, 11% bojo bolha e 7% barbatanas laterais. 8% delas preferiam sutiãs sem sustentação.

As próximas três perguntas estavam relacionadas aos aviamentos da peça como fechos, alças, argolas e reguladores. Para quinze participantes, era indiferente o lugar do fecho na peça íntima, dez assinalaram que optam por fechos traseiros e cinco na parte frontal do sutiã. Em relação as alças, 53,3% delas gostavam mais de alças largas, enquanto 26,7% alças finas. Sobre as argolas e reguladores, quatorze participantes preferiam modelos de plástico e cinco pelo metal, enquanto onze eram indiferentes em relação ao tipo de material desses aviamentos.

A quinta pergunta investigava se as mulheres climatéricas usavam sutiãs com alças de silicone e a justificativa do motivo de não utilizarem esse modelo de alça. 93,3% responderam que não faziam uso, e dentre os motivos, os mais citados foram a falta de necessidade, desconforto, alergia ou irritação na pele decorrentes do suor e peso das mamas.

A sexta pergunta referia-se aos aviamentos decorativos. Dentre as respostas, 16 mulheres optaram por rendas e outras 13 preferiam que não tivesse nenhum avião decorativo em seus sutiãs. Tiras, laços e fitas receberam juntos 6 votos.

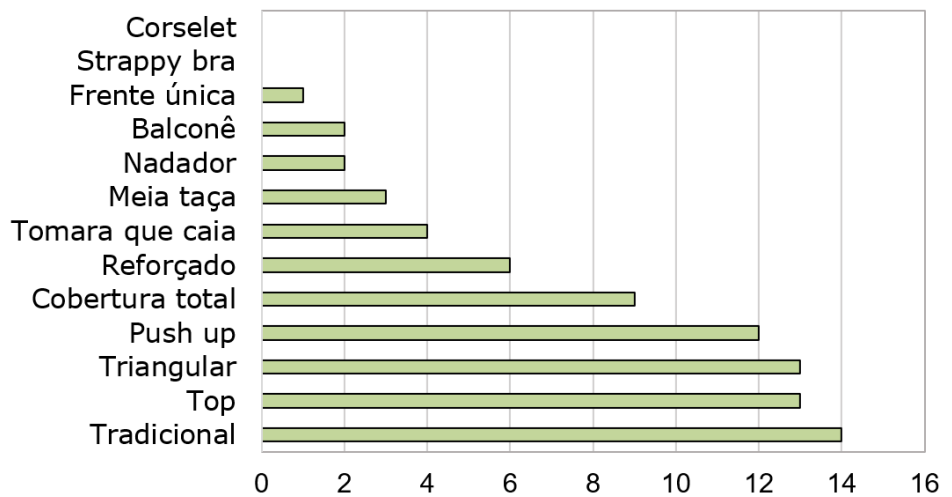
A sétima, oitava e nona pergunta eram pertinentes ao tecido do sutiã. Sobre os fios, 46,7% preferiam fios naturais, 20% sintéticos e 33,3% a combinação de fios naturais e sintéticos. Vinte e cinco das participantes usavam tecidos lisos, e cinco delas eram indiferentes sobre esse quesito. Somente 23,3% dessas mulheres faziam uso de tecidos tecnológicos.

A décima pergunta explorava a questão das cores dos sutiãs que o público climatérico compra com maior frequência. A cor com mais votos foi a tonalidade nude (66,7%), que é aquela que mais se parece com o tom de pele de cada mulher, em seguida, a cor preta (56,7%), bege (36,7%), branco

(30%), chocolate (10%) e somente 1 resposta para "outra cor", a qual não estava descrita nas opções de resposta da questão.

A última pergunta requisitava das participantes que assinalassem até três modelos de sutiã que elas mais adquiriam em suas compras. As alternativas apresentavam treze modelos de sutiã diferentes, juntamente com imagens representativas e descrição das características de cada um deles. Cada modelo recebeu a quantidade de votos indicados no gráfico 1.

Gráfico 1. Modelos de sutiã que as mulheres climatéricas mais adquiriam em suas compras



Fonte: Elaborado pelas utoras (2024).

Portanto, o questionário revelou que as mulheres climatéricas prezam por modelos com alças mais largas, poucos aviamentos e maior cobertura dos seus seios, trazendo a ideia de preferências por sutiãs mais básicos e que proporcionam conforto, convergindo com o estudo feito pela IEME (2021). Elas os escolhem baseados nas suas preferências pessoais e formato das suas mamas, se preocupando com o efeito visual que os seus seios irão passar para a roupa de cima (Chernev, 2024).

4.1.1 Sutiãs selecionados para a avaliação de usabilidade

Analisando as respostas obtidas no questionário, foi possível conhecer mais sobre as predileções do público climático em relação aos sutiãs (quadro 1).

Quadro 1. Resultados finais do questionário

Característica	Descrição da característica
Sustentação	Bojo casquinha e elástico de reforço na altura do tórax.
Fecho	Localizado na parte posterior.
Alças	Alças largas.
Argolas e reguladores	Modelos de plástico.
Aviamentos decorativos	Rendas ou nenhum aviamento decorativo.
Fios e tecidos	Tecidos naturais ou combinação de fios sintéticos e naturais, sem estampas e poucas fazem o uso de tecidos tecnológicos.
Cores	Nude, preto, bege ou branco.
Modelos	"Top", "triângular", "tradicional" e "push-up".

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

Analisando essas características, foram selecionados dois sutiãs para serem testados: o sutiã 1 (modelo triangular), representado na figura 2, era confeccionado em tecido 90% algodão e 10% elastano, com elástico de sustentação no tórax (2 cm de largura), alças largas (1,7 cm de largura), rendas decorativas e fecho traseiro. O sutiã 2 (modelo tradicional), mostrado na figura 3, tinha o tecido composto por 83% poliamida e 17% elastano, com bojo casquinha e elástico de sustentação (2 cm de largura), alças que variam de largura conforme a grade de tamanhos e fecho traseiro.

Figura 2. Sutiã 1 (modelo triangular) frente e costas



Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

Figura 3. Sutiã 2 (modelo tradicional) frente e costas



Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

4.1.2 Mulheres climatéricas selecionadas

Como é possível observar no quadro 2, foram selecionadas 6 das 24 mulheres que responderam ao questionário (participante 1, 2, 3, 4, 5 e 10), e 4 das 20 mulheres (participante 6, 7, 8 e 9) pela amostragem bola de neve.

Quadro 2. Informações sobre as participantes selecionadas

Participantes	Estilo de corpo assinalado pela participante no questionário	Estilo de corpo calculado pela <i>Body Type Calculator</i> com as medidas reais das participantes	Profissão	Período do climatério
1	Ampulheta	Ampulheta	Bancária	Pós-menopausa
2	Retângulo	Retângulo	Fisioterapeuta	Pós-menopausa
3	Ampulheta	Triângulo invertido	Auxiliar de limpeza	Pós-menopausa
4	Retângulo	Retângulo	Vendedora	Pós-menopausa
5	Triângulo	Triângulo	Bancária	Pós-menopausa
6	X	Ampulheta	Professora	Pós-menopausa
7	X	Ampulheta	Professora	Pós-menopausa
8	X	Retângulo	Auxiliar de saúde bucal	Pós-menopausa
9	X	Retângulo	Recepcionista	Perimenopausa
10	Triângulo	Ampulheta	Arquiteta	Pós-menopausa

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

4.2 Checklist da metodologia OIKOS

As tabelas 1 e 2 contém o total dos atributos atendidos no *checklist* da metodologia OIKOS, ou seja, a quantidade de atributos que receberam a nota 100 nos quesitos de ergonomia, usabilidade e conforto para o modelo de sutiã 1 (triangular), juntamente com o total dos itens atendidos x100, a média aritmética da pontuação e o percentual dos itens aprovados, das dez participantes climatéricas.

Tabela 1. Total dos atributos atendidos – sutiã 1 – participante 1 a 5

Modelo de sutiã 1 - triangular						
Participantes		1	2	3	4	5
Ergonomia (23 atributos)	Facilidade de manejo	10	11	11	8	11
	Facilidade de manutenção	2	2	3	2	2
	Facilidade de assimilação	2	2	3	2	3
	Segurança	5	5	5	4	5
	Total itens Ergonomia	19	20	22	16	21
Usabilidade (6 atributos)	Indicadores de usabilidade	4	4	6	4	6
Conforto (10 atributos)	Conforto	9	10	10	10	9
Total dos itens atendidos x100		3200	3400	3800	3000	3600
Média aritmética da pontuação		90,1	91,3	97,4	91	96,1
Percentual dos itens aprovados		82%	87,20%	97,40%	76,90%	92,30%

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

Tabela 2. Total dos atributos atendidos – sutiã 1 - participante 6 a 10

Modelo de sutiã 1 - triangular						
Participantes		6	7	8	9	10
Ergonomia (23 atributos)	Facilidade de manejo	11	11	10	9	11
	Facilidade de manutenção	2	2	2	1	2
	Facilidade de assimilação	2	2	2	2	2
	Segurança	5	5	5	5	5
	Total itens Ergonomia	20	20	19	17	20
Usabilidade (6 atributos)	Indicadores de usabilidade	4	4	3	3	4
Conforto (10 atributos)	Conforto	7	9	9	8	8
Total dos itens atendidos x100		3100	3300	3100	2800	3200
Média aritmética da pontuação		84,6	86,9	89,5	85,9	85,9
Percentual dos itens aprovados		79,50%	84,60%	79,50%	71,80%	82%

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

Embora o sutiã triangular tenha obtido notas diferentes de 100 para alguns atributos, para a maioria deles, não foi possível observar um padrão de repetição nas insatisfações apontadas pelas usuárias. Os itens que demonstraram essa reincidência de notas abaixo de 100 foram, nas propriedades ergonômicas: “as instruções contidas no produto são claras” na facilidade de manutenção, com nove notas diferentes do valor máximo; “os cuidados indicados de manutenção para a peça estão descritos claramente na etiqueta” em facilidade de assimilação, com oito notas diferentes de 100 e “tecido não inflamável”, recebendo dez notas 0.

Já nos indicadores de usabilidade, o item “clareza visual em relação às informações do produto” recebeu cinco notas menores que 100, conjuntamente com o “priorização da informação – entendimento hierárquico da informação”, que obteve oito notas diferente de 100. Nos critérios de conforto, somente o atributo “ajuste da peça no corpo – estático – corte” teve cinco notas com valores abaixo de 100.

O fato do tecido do modelo 1 não receber um beneficiamento têxtil antichamas fez as participantes darem nota 0 para este atributo, porém, nenhuma delas tinham contextos laborais os quais possuem risco de explosão ou incêndio, e ainda sim, mesmo sem esse tratamento, o algodão continua sendo a fibra têxtil mais indicada para essas profissões e ambientes. A insatisfação no atributo de conforto era relativa ao incômodo que o recorte localizado em cima do seio gerou, juntamente com a posição da renda decorativa, por questões estéticas.

A seguir, as tabelas 3 e 4 mostram o total de atributos atendidos do *checklist*, e também o total dos itens atendidos x100, a média aritmética da pontuação e o percentual dos itens aprovados, referentes ao sutiã 2 (modelo tradicional) das dez voluntárias climatéricas.

Tabela 3. Total dos atributos atendidos – sutiã 2 – participante 1 a 5

Modelo de sutiã 2 - tradicional						
Participantes		1	2	3	4	5
Ergonomia (23 atributos)	Facilidade de manejo	9	5	11	11	11
	Facilidade de manutenção	2	2	3	2	2
	Facilidade de assimilação	2	2	3	2	3
	Segurança	5	3	5	5	5
	Total itens Ergonomia	18	12	22	20	21
Usabilidade (6 atributos)	Indicadores de usabilidade	5	1	6	4	6
Conforto (10 atributos)	Conforto	9	7	10	10	10
Total dos itens atendidos x100		3200	2000	3800	3400	3700
Média aritmética da pontuação		89,5	65,9	97,4	93,1	97
Percentual dos itens aprovados		82%	51,30%	97,40%	87,20%	94,90%

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

Tabela 4. Total dos atributos atendidos – sutiã 2 – participante 6 a 10

Modelo de sutiã 2 - tradicional						
Participantes		6	7	8	9	10
Ergonomia (23 atributos)	Facilidade de manejo	11	10	11	9	11
	Facilidade de manutenção	2	2	2	2	2
	Facilidade de assimilação	2	2	2	2	2
	Segurança	5	5	5	5	5
	Total itens Ergonomia	20	19	20	18	20
Usabilidade (6 atributos)	Indicadores de usabilidade	5	5	4	4	2
Conforto (10 atributos)	Conforto	10	9	10	10	10
Total dos itens atendidos x100		3500	3300	3400	3200	3200
Média aritmética da pontuação		91	91	92,3	90,5	89
Percentual dos itens aprovados		89,70%	84,60%	87,20%	82%	82%

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

O sutiã 2 recebeu a maior quantidade de notas menores que 100 por item nos mesmos atributos que o sutiã 1. O tecido deste modelo também não recebeu nenhum benefício antichamas, porém, pela sua alta aderência à pele durante a sua combustão, não é o tipo de fibra mais indicado para trabalhadoras que atuam em ambientes com chamas, químicos ou com potencial de explosão.

O percentual de itens aprovados nos modelos triangular e tradicional mostrou que os dois sutiãs tinham características que agradavam as participantes climatéricas, e por isso, foram bem aceitos e avaliados por elas, relevando que haviam poucas inadequações para serem corrigidas. Porém, a maioria dos itens que receberam notas diferentes de 100 para os dois modelos, tanto na seção de ergonomia quanto na de usabilidade, estavam ligados à compreensão das informações pertinentes à manutenção do produto de moda pelas participantes.

O *checklist* revelou ser uma ferramenta assertiva para o entendimento mais aprofundado de como o público climatérico se relaciona com o produto, em relação à sua manipulação, à qualidade dos aviamentos e dos tecidos, à sua compatibilidade com a peça e com o conforto que ela proporciona. Assim, ao identificar as falhas no projeto de sutiã, foi possível recomendar correções, aprimorando-o e aumentando a sua compatibilidade com o seu público, propiciando até mesmo a criação de um vínculo emocional com o item de moda íntima. O aumento da sua vida útil também é uma consequência deste aperfeiçoamento, por receberem os processos de limpeza e manutenção mais assertivos, impactando diretamente em quesitos de sustentabilidade (Martins, 2019).

4.3 Entrevista semiestruturada

As informações obtidas na entrevista ajudaram a elucidar as notas dadas pelas participantes no *checklist* e a rotina de trabalho e uso do sutiã pelas mulheres climatéricas.

Como mostrado pela Essity (2022), 70% das participan-

tes climatéricas desta pesquisa trabalhavam diariamente oito horas ou mais. Embora o tempo que cada participante usa o sutiã por dia variasse, todas elas indicaram que o usavam no mínimo oito horas por dia, convergindo com a quantidade de horas laborais destas mulheres ou com momentos que estão realizando alguma atividade fora de casa. Assim, todas as participantes usavam sutiã no momento laboral, e ao serem questionadas sobre a possibilidade de não utilizarem o sutiã para trabalhar, todas atribuíram sensações ruins à essa ideia, alegando que se sentiriam constrangidas por questões estéticas como a anatomia e tamanho dos seios, e pelo pudor, por estarem em contato com outras pessoas, como afirmou Alves (2016). Isso indica que para essas mulheres, o sutiã é indispensável para situações sociais, principalmente para a atividade laboral.

Nenhuma mulher desta pesquisa associou sentimentos ruins ao uso do sutiã durante o seu dia a dia, sob a condição de eles apresentarem características que agradavam as suas preferências pessoais e estarem bem adaptados aos seus corpos, convergindo com as afirmações de Miranda e Paschoarelli (2022), Carvalho (2011), Gomes Filho (2018) e Gonçalves e Lopes (2007), enfatizando a necessidade de estudos e adequações ergonômicas nos sutiãs para a total satisfação e conforto das usuárias.

Ao serem questionadas sobre a simbologia de manutenção presente nas etiquetas, somente duas mulheres conheciam o significado e a importância da simbologia. As demais participantes declararam que não tinham uma boa compreensão dos símbolos e que conseguiam deduzir o significado de um ou dois pictogramas por meio dos seus desenhos representativos, intuitivamente. Um deles era o desenho de uma mão em cima de uma bacia, o qual acreditavam ser um indicativo de lavagem à mão, e o outro era o de passadoria, simbolizado por um ferro, com ou sem um X em cima, indicando se o modelo poderia ou não ser passado a ferro. Ou seja, as participantes só conseguiram interpretar os pictogramas que eram representados por símbolos que demonstravam coisas

que as usuárias conseguiram identificar em seu repertório pessoal, provavelmente pela vivência e experiência da mulher com os aparelhos e afazeres domésticos, como afirmou Formiga (2011).

Em virtude dessas informações, para as oito participantes que alegaram não consultar a etiqueta para entender como deveria ser feito a manutenção de suas peças corretamente, foi questionado como elas procediam. Todas responderam que executavam a lavagem de maneira empírica, como haviam aprendido ao longo dos anos com suas mães ou parentes, e que na maioria das vezes, não olhavam a etiqueta com interesse de obter essas informações.

5. RECOMENDAÇÕES

Ainda que a ideia de conforto seja subjetiva à cada usuária (Gomes Filho, 2010), é possível pontuar características que geram conforto em seus sutiãs, que foram percebidas em comum para essas mulheres em diversas profissões, na intenção de satisfazer as necessidades físicas e psicológicas destas usuárias. Elas estão ligadas às qualidades técnicas e ergonômicas, como modelos que estão no tamanho adequado e que se adaptam totalmente aos seus corpos; à eficiência que exercem a sua função (proteger e modelar os seios); às propriedades físicas dos tecidos e aviamentos (sensações táteis); e à valorização das questões estéticas, que são os aspectos visuais do produto. As informações advindas desta pesquisa foram interpretadas pelas pesquisadoras, tornando possível a elaboração das diretrizes que estão expostas a seguir no Quadro 3:

Quadro 3. Recomendações para o projeto de sutiã para mulheres climatéricas (continua)

Parte do projeto	Recomendação
<p>- Tabela de medidas antropométricas</p>	<p>- Uso de tabela de medidas antropométricas que contemplem medidas diferentes para o busto e sob busto (ou tórax), na intenção de que os produtos se adequem melhor à pluralidade dos biótipos femininos, incluindo os climatéricos.</p>
<p>- Modelos e modelagem</p>	<p>- Os modelos: triangular, tradicional, <i>push up</i> top e cobertura total foram os modelos mais votados pelas participantes nesta pesquisa.</p> <p>- Modelos que possuem modelagem das laterais mais largas (com pelo menos 6 cm) proporcionam maior segurança e conforto para o momento laboral das mulheres climatéricas.</p> <p>- Sugere-se também o desenvolvimento de modelos que seja possível as usuárias colocar e retirar o bojo de sustentação sempre que necessário, de acordo com a sua atividade ou vestimenta.</p> <p>- Estar sempre atento à elasticidade da malha utilizada e calcular a redução das medidas para a elaboração da modelagem de modo proporcional.</p> <p>- Recortes na modelagem em cima da região do busto não são bem-vindos.</p>

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

Quadro 3. Recomendações para o projeto de sutiã para mulheres climatéricas (continuação)

Parte do projeto	Recomendação
<p>- Tecidos e suas fibras</p>	<p>- Malhas preferencialmente lisas.</p> <p>- Fibras sintéticas e naturais foram bem aceitas pelo público desta pesquisa, independente do ambiente laboral e movimentação exercida durante o dia de trabalho.</p> <p>- Malhas com pelo menos 8% de elastano.</p> <p>- As fibras naturais, como o algodão, pelo seu poder hidrofílico, são a melhor opção para mulheres que exercem atividades laborais em altas temperaturas ou ambiente externos.</p>

- Cores	<ul style="list-style-type: none">- Branco, preto, bege, chocolate e "nude".- A cor nude varia de mulher para mulher, e está ligada à diversidade étnico-racial. Assim, se faz necessário uma gama de tonalidades que atenda e respeite aos variados tons de pele.- A Pantone criou uma paleta chamada "Skin-tone" que reúne 138 tons de pele reais, desenvolvida para ser a representação física mais próximas dessas tonalidades. Essa paleta pode ser utilizada para auxiliar o designer no processo de seleção das cores de tecidos que estejam mais próximos das cores de pele existentes, tornando o produto de moda com tom "nude" mais representativo e inclusivo.- No caso do sutiã, o uso da tonalidade "nude" requer que esses tons estejam o mais próximo possível da cor da pele da usuária. Todavia, cita-se que as cores sofrem influência não somente das cores da pele, mas também do próprio gosto da usuária.- Peles brancas podem se beneficiar de tonalidades nudes com fundos em tons de rosa e pêssego, peles amarelas do nude bege clássico e pêssego, e peles morenas de beges mais escuras, com fundos avermelhados como a cor terracota e vários nuances de marrom, e peles negras se favorecem de tons de marrom mais fechados até o preto.
----------------	---

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

Quadro 3. Recomendações para o projeto de sutiã para mulheres climatóricas (continuação)

Parte do projeto	Recomendação	
- Aviamentos funcionais	- Itens com boa sensação tátil e boa qualidade, evitando que haja uma alta quantidade de aviamentos com defeitos nos lotes.	
	Reguladores	- Material: usar os de plástico, para diminuir as chances de oxidação e alergias. - Podem estar posicionados tanto na parte frontal quanto posterior do modelo.
	Fechos	- Posteriores. - Colchetes com três níveis de regulagens, proporcionando que a mulher climatórica continue usando o mesmo sutiã, mesmo quando ela experimente pequenas variações de peso relativas ao climatério.
	Aros	- Quando houver necessidade de usar aros de sustentação, eles devem estar perfeitamente encaixados e anatômicos, de maneira que abranja toda a mama feminina, desde o centro do corpo até a sua lateral, no fim do seio.
	Elástico de sustentação	- Ele deve ter entre 2 e 4 centímetros de largura, e acompanhar toda a extensão do sutiã. O material deve ser reforçado, em média de 20 a 25% de elastadieno em sua composição. Esse tipo de material não pede cálculos de redução para a sua fixação na peça, como em outros tipos de elástico, pois sua estrutura têxtil proporciona boa fixação ao corpo feminino, auxiliando no suporte do peso da mama, fazendo também que o sutiã não se mova conforme os movimentos realizados ao longo do dia. - Elásticos finos (1 e 1,5 cm de largura) só devem servir como função decorativa, pois não proporcionam segurança para a usuária.
	Alças	- Composição de 80% de poliéster e 20% de elastadieno, com friso central aveludado proporcionando maior conforto. - Variam de acordo com a numeração do sutiã. Tamanhos menores como PP, P e M, sugere-se o uso de larguras entre 0,8 e 1,2 cm. Para alças de tamanhos maiores como G, GG, 48, 50 e 52, propõe-se 1,5 a 2 cm de largura ou mais.

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

Quadro 3. Recomendações para o projeto de sutiã para mulheres climáticas (continuação)

Parte do projeto		Recomendação
- Aviamentos funcionais	Bojo	- Preferência para bojos estilo casquinha. Porém, mulheres com seios menores ou flácidos podem se beneficiar do bojo bolha.
	Vieses	- Viés para acabamento: dobrável, com composição de 87% de poliamida e 13% de elastano, que proporciona bom toque, boa maleabilidade e firmeza. - Viés tipo taquara: também deve ter em sua estrutura poliamida e pelo menos 2% de elastano.
	Linhas	- 100% poliéster para maior resistência. - Fio de linha (utilizados em máquinas overloque para acabamento): composição de helanca ou poliamida para maior elasticidade.
- Aviamentos decorativos		- Pequenos laços na parte central frontal. - Rendas: que possuam poliamida e elastano em sua composição, pelo toque agradável. Para o uso das rendas, elas devem estar sobrepostas ao tecido principal do modelo, para maior sustentação do seio. Assim, é necessário que os dois tecidos possuam a mesma quantidade de elastano em sua composição, evitando que eles se comportem de maneiras distintas em detrimento do cálculo de redução da malha utilizada no momento da modelagem.
- Etiquetas	Interna	- Seguir o Regulamento Técnico do Mercosul para Etiquetagem de Produtos Têxteis, com informações sobre o tamanho do produto, marca, identificação fiscal, país de origem, composição das fibras têxteis e pictogramas referentes à limpeza do produto (que devem respeitar a ISO 3758:2013). - Para proporcionar maior conforto tátil e impedir que essas informações se percam, recomenda-se que a etiqueta esteja estampada diretamente na peça. - Se for necessário que seja feito o uso de uma etiqueta interna impressa, deve-se aproveitar os dois lados da etiqueta para descrever as informações obrigatórias, fazendo que o tamanho da mesma seja reduzido. Ela deve estar posicionada em lugares estratégicos que causem menor incômodo, como na parte posterior do sutiã, junto ao fecho.

<p>- Etiquetas</p>	<p>Externa</p>	<p>- Pode contar informações explicativas na forma escrita para auxiliar a usuária fazer a manutenção correta do sutiã, ou até mesmo dados sobre plataformas digitais da empresa que o produziu, as quais podem hospedar vídeos ou textos explicativos em seus sites, que ajudem a melhorar a compreensibilidade por parte das usuárias em relação aos cuidados de limpeza da sua peça.</p>
---------------------------	----------------	---

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2024).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste estudo, concluiu-se que ainda há espaço para que o projeto de sutiã para as mulheres climatéricas seja aprimorado, tornando-o uma peça mais adequada ao corpo e atividades do público-alvo. O *checklist* da metodologia *OIKOS*, por integrar propriedades ergonômicas, princípios de usabilidade e critérios de conforto para a avaliação do produto de moda, possibilitou que as falhas no projeto fossem detectadas em diversos campos da ergonomia, podendo ser citado como exemplo a dificuldade das participantes em relação à compreensibilidade dos símbolos e informações relativas à manutenção do produto. As recomendações abarcaram o projeto de design do sutiã nas partes da confecção do produto, como tecidos, modelagem, aviamentos, cores e informações. Embora esta investigação tenha sido feita em ambiente laboral, as mulheres climatéricas mantêm as suas preferências nas características dos sutiãs que usam durante o período de trabalho para outras atividades do dia a dia, sendo possível que os designers se apropriem dessas recomendações para o desenvolvimento de projeto de sutiãs para o mesmo público em diferentes contextos.

AGRADECIMENTOS

Ao Centro de Pesquisa em Design e Ergonomia (CPqD) da Universidade do Estado de Minas Gerais, ao Programa de

Bolsas Institucionais de Pós-Graduação da Universidade do Estado de Minas Gerais (Pro-BPG-UEMG) e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001, pelo fomento à esta pesquisa.

REFERÊNCIAS

ALVES, R. P.; MARTINS, L. B. O Sutiã e Seus Precusores: uma análise estrutural e diacrônica. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 11, n. 22, p. 459-482, 2018. DOI: 10.5965/1982615x11222018459. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/12259>. Acesso em: 22 jan 2023.

ALVES, Rosiane Pereira. **Vestibilidade do sutiã por mulheres ativas no mercado de trabalho**. 2016, 286 f. Tese (Doutorado em Design) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

ANJO, Marília Regina Azevedo Sousa. **Menopausa em (Re)vista**. 2010. 44 f. Dissertação (Mestrado em Estudos sobre as Mulheres) – Universidade Aberta de Lisboa, Lisboa, 2010.

CARVALHO, Maria Helena Ribeiro de. Ergonomia e modelagem: a função da modelista perante o corpo. In: Colóquio de Moda. 7, 2011, Maringá, **Anais...** Maringá: ABEPEM, 2011. Disponível em: http://colociomodacom.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202011/GT13/Comunicacao-Oral/CO_88555Ergonomia_e_modelagem_a_funcao_da_modelista_perante_o_corpo_.pdf. Acesso em: 10 fev 2023.

CHERNEV, Cássia Matveichuk. **Diretrizes para a concepção de sutiãs para mulheres climatéricas em contexto laboral a partir da metodologia OIKOS**. 2024. 189 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2024.

ESSITY. Global Hygiene and Health Survey 2022: The future of well-being. **Essity**. 2022. Disponível em: <https://essityhygieneandhealthsurvey.com/wp-content/uploads/2022/09/Global-Hygiene-and-Health-Survey-2022.pdf>. Acesso em: 10 jan 2023.

FONTANEL, Béatrice. **Sutiãs e Espartilhos: uma história de sedução**. Tradução de Maria Cecília D'Egmont e Olívia Martins. Rio de Janeiro: GMT Editores, 1998.

FORMIGA, Eliana. **Símbolos gráficos: métodos de avaliação de compreensão**. São Paulo: São Paulo, 2011.

FREIBERGER, L. RECH, S. **A Lingerie e um novo segmento de**

mercado. In: Colóquio de Moda, 9, 2013, Fortaleza, **Anais...** Fortaleza: ABEPEM, 2013. Disponível em: https://www.academia.edu/9249195/A_Lingerie_e_um_Novo_Segmento_de_Mercado. Acesso em: 28 jan 2022.

GOMES FILHO, João. A Ergonomia no Design de Moda. **Prof Dr João Gomes Filho (in memorium)**. 12 set 2018. Disponível em: <http://joaogomes.com.br/2018/09/12/a-ergonomia-no-design-da-moda/>. Acesso em: 10 jan 2023.

GOMES FILHO, João. **Ergonomia do objeto:** sistema técnico de leitura ergonômica. 2 ed. São Paulo: Escrituras, 2010.

GONÇALVES, Eliana; LOPES, Luciana Dornbusch. Ergonomia no vestuário: conceito de conforto como valor agregado ao produto de moda. **Actas de Diseño**, n. 3, 2007, p. 145-148. DOI: <https://doi.org/10.18682/add.vi3.3315>. Acesso em: 17 jan 2023.

INTELIGÊNCIA DE MERCADO. Mercado Potencial de Moda Íntima e Meias 2021. **IEME**. 2022. Disponível em: <https://www.iemi.com.br/highlights-do-mercado-potencial-de-moda-intima-e-meias-2021/>.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Em 2022, expectativa de vida era de 75,5 anos. **IBGE**. Nov. 2023. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/relea>

8455-em=2022--expectativa-de-vida-era-de75-5--anos#:~:text=Para%20os%20homens%2C%20esta%20expectativa,%2C%20de%2079%2C0%20anos. Acesso em: 15 out 2024.

JACK, Gavin; RIACH, Kathleen; BARIOLA, Emily; PITTS, Marian; SCHAPPER, Jan; SARREL, Philip. Menopause in the workplace: What employers should be doing. **Maturitas**, v. 85, p. 88-95, mar 2016. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.maturitas.2015.12.006>. Acesso em: 10 jan 2023.

MARTINS, Suzana Barreto. Ergonomia, usabilidade e o conforto em projeto de produto de moda e vestuário. In: _____. **Ergonomia, Usabilidade e conforto no design de moda: a metodologia Oikos**. Barueri – SP: Estação das letras e cores, 2019. cap. 3, p. 56-77.

MARTINS, Suzana Barreto. **O conforto no vestuário: uma interpretação da ergonomia:** metodologia para avaliação de usabilidade e conforto no vestuário. 2005. 141 f. Tese (Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

MIRANDA, Ana Carolina Marques; PASCHOARELLI, Luís Carlos. Percepção da usabilidade de sutiã: uma Revisão Bibliográfica Sistematizada (RBS). **Research, Society and Development**, v. 11, n. 1, p. 1-9, jan 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd>

v11i1.25067. Acesso em: 20 jan 2023.

NEVES, Érica Pereira das; PASCHOARELLI, Luís Carlos. **Moda e Design Ergonômico**: influência de variáveis biopsicossociais do climatério e da menopausa na percepção da usabilidade do vestuário feminino. 2015. 167 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Estadual Paulista. Bauru, 2015.

ROCHA, Marcella Diana Helfenstein Albeirice da; ROCHA, Pedro Albeirice da. Do climatério à menopausa. **Revista Científica do ITPAC**, v. 3, n. 1, p. 24-27, jan 2010. Disponível em: <https://s3.us-east-1.amazonaws.com/assets.unitpac.com.br/arquivos/revista/31/4.pdf>. Acesso em: 10 fev 2023.

MIRANDA, Ana Carolina Marques; PASCHOARELLI, Luís Carlos. Percepção da usabilidade de sutiã: uma Revisão Bibliográfica Sistematizada (RBS). **Research, Society and Development**, v. 11, n. 1, p. 1-9, jan 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i1.25067>. Acesso em: 20 jan 2023.

TABORDA, Wladimir; GOMES, Mariano Tamura. **A Bíblia da Menopausa**. São Paulo: CMS, 2006.

TAVARES, Mariza. **Menopausa**: o momento de fazer as escolhas certas para o resto da sua vida. São Paulo: Contexto, 2022.

WENDER, Maria Celeste Osório; DALL'AGNO, Mona Lúcia. Panorama sobre o climatério e a menopausa. In: WENDER, Maria Celeste Osório; FERNANDES, César Eduardo; SÁ, Marcos Felipe Silva de. **Climatério e menopausa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.

Recommendations to bra design project development for climacteric women

Cássia Matveichuk Chernev

Master's, Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) / cah_chernev@hotmail.com
Orcid: 0000-0002-4195-4586/ <http://lattes.cnpq.br/3982263211034608>

Iara Sousa Castro

PhD, Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) / iara.castro@uemg.br
Orcid: 0000-0002-4819-7194/ <http://lattes.cnpq.br/1110830745730893>

Submitted: 31/07/2024 | Accepted: 28/10/2024



Recomendações para o desenvolvimento de projeto de sutiã para mulheres climatéricas

RESUMO

Esta investigação tem como objetivo propor recomendações para o desenvolvimento de projeto de sutiã para mulheres climatéricas em contexto laboral. A pesquisa foi realizada com 10 mulheres em período climatérico ativas no mercado de trabalho, e foram aplicados três instrumentos de coleta de dados distintos: um questionário, o teste de usabilidade presente na metodologia *OIKOS* voltado para dois modelos de sutiãs disponíveis no mercado brasileiro, e uma entrevista semiestruturada. Os resultados do questionário elucidaram as preferências de uso e compra de sutiãs pelas mulheres climatéricas, os sutiãs testados, nos modelos tradicional e triangular, tiveram boas notas na avaliação de usabilidade, e a entrevista ajudou a esclarecer algumas questões pertinentes aos sutiãs e ao teste de usabilidade. Conclui-se que ainda há espaço para que o projeto de sutiã para mulheres climatéricas seja aprimorado, tornando possível atingir o objetivo desta pesquisa, contribuindo para que o sutiã se torne uma peça mais adequada ao corpo e às atividades do público feminino no climatério.

Palavras-chave: Sutiã; Climatério; Metodologia *OIKOS*.

Recommendations to bra design project development for climacteric women

ABSTRACT

This research aims to propose recommendations for the design of a bra for climacteric women usage in the workplace. The present research was conducted with 10 women in the climacteric age who were actively working; and three different data collection tools were applied: a questionnaire, the usability test of the OIKOS methodology aimed at two types of bras available in the Brazilian market, and a semi-structured interview. The questionnaire results elucidated the climacteric women's preferences regarding the use and purchase of bras. Longline and triangular bra's styles were tested and received good scores in usability evaluation; the interview helped to clarify some issues pertinent to bras and usability testing. It was concluded that there is still room for the improvement of the design of climacteric women bras, making it possible to achieve the objective of this research and contributing to make the bra more suitable for the body and women's activities at climacteric age.

Keywords: Bra; Climacteric; OIKOS methodology.

Recomendaciones para desarrollar un diseño de sujetador para mujeres climatéricas

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo proponer recomendaciones para el desarrollo de un diseño de sujetador para mujeres climatéricas en un contexto laboral. La investigación se realizó con 10 mujeres climatéricas activas en el mercado laboral y se aplicaron tres instrumentos diferentes de recolección de datos: un cuestionario, el test de usabilidad presente en la metodología OIKOS dirigido a dos modelos de sujetadores disponibles en el mercado brasileño y un semi -entrevista estructurada. Los resultados del cuestionario aclararon las preferencias de uso y compra de sujetadores por parte de las mujeres climatéricas, los sujetadores probados, en los modelos tradicional y triangular, tuvieron buenas calificaciones en la evaluación de usabilidad, y la entrevista ayudó a aclarar algunas preguntas pertinentes a los sujetadores y la prueba de usabilidad. Se concluye que aún hay espacio para mejorar el diseño del sujetador para mujeres climatéricas, permitiendo alcanzar el objetivo de esta investigación, contribuyendo a que el sujetador se convierta en una pieza más adecuada al cuerpo y actividades de las mujeres climatéricas.

Palabras-clave: Sujetador; Climaterio; Metodología OIKOS.

1. INTRODUCTION

The climacteric period is a biological inevitable phase in life for all women, but each one individually presenting its own psychological and physical symptoms. As women life expectancy increased, one third of their lives are after menopause and it is important to ensure that the referred public is economically and sexually active. Adequate fashion products might contribute to climacteric adult females' quality of life and self-esteem. Bras can be considered an "intermediate" between the body and clothing because, besides being responsible for breast support and protection, it is a product that must provide a welfare state and comfort for its users. Although, a lack of these items in the industry and market could be observed.

Facing these facts, the present study aims to investigate relationships between women bodies and bras in a work context. The question for this research was: "How can the designer contribute on the bra development project to make them more suitable to working activities, physical and psychological alterations of climacteric women?"

As an answer, an interaction of the designer and target audience was purposed, in order to investigate the relationship between climacteric women body and bra in a work context. For a correct ergonomic evaluation of the projects, the *OIKOS* methodology was used and flaws in the design project were detected. After data collection and interpretation, recommendations could be purposed in order to contribute with the bra design conception for enhancement of its compatibility with climacteric adult females, offering more comfort, well-being and safety during working activities.

2. THEORETICAL FUNDAMENTS

2.1 Climacteric women and work context

The climacteric period is a natural phenomenon of the female physiology, it encompasses the phase which progesterone and estrogen have its production ceased, making the menstrual cycle irregular until its complete suspension, thus, the woman loses her reproductive function (Anjo, 2010). The term "menopause" symbolizes the complete cease of menstruation after a 12-month period without bleeding (Tavares, 2022). Several physical and psychological changes occur in this phase, such as heat waves, weight gain, skin, hair and nails alterations, vaginal dryness, low libido, etc., which can directly affect the female psyche (Taborda; Gomes, 2006). There is no predefined age to be in the climacteric period or menopause itself, besides there is a variation between 46 and 52 years old for the menopause to naturally occur (Wender; Dall'agno, 2019).

Tavares (2022) esteems that in 2025 will be approximately 1 billion women living some phase of the climacteric period. "As time goes on, life conditions and medicine advance, lifetime duration rose up" (Rocha; Rocha, 2010, p. 26). Female life expectancy increased from 48,3 to 79 years in an 82 years interval (IBGE 2023) and, consequently, women began to live one third of their lives in a post-menopause period.

Facing these facts, they began to work for a longer period. According to Jack et al. (2016), as the major part of climacteric women become symptomatic after approximately 45 years old, they experience this phase and its symptoms while economically active individuals. Around 62% of Brazilian climacteric women are working in a full-time period and 18% in half-time period, highlighting that most part of waking hours are dedicated to work activities (Essity, 2022).

2.2 Bra, ergonomics and woman climacteric period

The bra is a fashion product, developed for protection and comfort of its users, functioning as a breast coverage and support, being able to compress or increase them (Alves; Martins, 2018). Although the first lingerie items date back five thousand years, they were fundamental for female clothing during the 14th century. Nonetheless, corsets fell into disuse as women needed to assume male working posts within factories and industries during the First World War (Fontanel, 1998). That way, new working clothes encouraged a new demand of underwear and, in 1914, the first modern bra was created, with its aesthetics known until present days (Alves; Martins, 2018). From this moment on, the bra began to play the role of breast conservation in a discreet manner and, from a sociocultural perspective, the use of bras in a working context became a habit or almost an obligation (Alves, 2016).

The important fact of "The bra is characterized by its own interface between body and clothing; your design must be compromised in provide health, well-being, comfort and satisfaction of the users" (Miranda; Paschoarelli, 2022, p. 2). Through the very intimate relationship between bras and female bodies, the development of underwear became one of the most important examples of ergonomics utilization in clothing. It studies the man-cloth-function system and it is necessary for the user safety, comfort and ease when handling the product, contributing for evolution and design problem solving, meeting the needs of their consumers, raising its own quality and distinguishing the product from the other ones in the market (Carvalho, 2011; Gomes Filho, 2018; Gonçalves; Lopes, 2007).

A study realized by Brazilian Market Intelligence (IEME, 2021) pointed that 87% of people that buys lingerie are women, which opt for comfortable and basic items. 38% are 45 years old or older and possess more financial resources to waste. Besides, Freiburger and Rech (2013) highlight that the Brazilian market lacks products that are "at the same time, lascivious and sophisticated, without vulgarity, with a quality

in shape and aesthetics, adapted to the body shape of a 40 years old or older woman” (Freiberger; Rech, 2013, p. 2).

The aging process brings significant physical and emotional alterations to women and can influence the relationship between user and clothing, highlighting the need to develop more adequate and modern products for middle aged women (Neves; Paschoarelli, 2015).

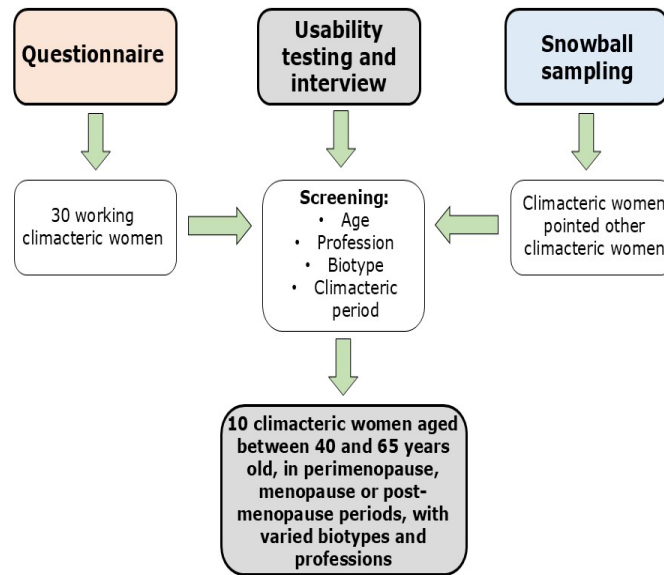
3. METHODOLOGICAL PROCEDURES

This research was submitted to the Research Ethical Committee of the State University of Minas Gerais (UEMG), approved in April of 2023, CAAE process 67016032.1.0000.5525. It was organized in three steps (1st: Bibliographic Review, 2nd: Experimental Study conduction and 3rd: Data Analysis) and three different tools were used, but self-complementary (questionnaire, usability testing and semi-structured interview) for data collection.

3.1 Sample and target audience characterization

This sample of this investigation was selected by the following diagram (image 1).

Image 1. Flowchart of research sample



Source: Elaborated by the authors (2024).

The participants must be in perimenopause/menopause or post-menopause period, with varied biotypes (rectangle, hourglass, triangle or reverse triangle) and in diverse productive contexts.

3.2 First tool – questionnaire

The questionnaire was the first applied tool, in an on-line manner (Google Forms). Its first section was for participant identification, followed by 12 questions with the intention of exploring preferences in characteristics of bra materials which are used and bought by female climacteric adults, such as straps, closures, support methods, colors, tissues, stamps and bra types. Lastly, this tool allowed the definition of bra models that would be test by the second tool, described below.

3.3 Second tool - checklist

The second tool of data collection was the checklist of usability testing of the *OIKOS* methodology (2005), which purposed integration of ergonomic properties of the products of Ávila, Sanches and Cárcamos (1993), the principles of usability of Jordan (1998) and Nicolini measures of comfort (1995) to development. This tool allows every professional to evaluate ergonomics, usability and comfort of fashion products and clothing.

Ergonomical properties encompass 24 attributes, divided into "ease of handling", with 11 criteria; "ease of maintenance", with 4 criteria; "ease of assimilation", with 3 criteria; and "safety", with 6 criteria. The usability markers add up to 6 items, and with 10 items for the attributes for comfort measurement, separated in a single section, totalize 40 attributes.

For this research, were evaluated 39 items, which can receive grades in a numerical scale from 0 to 100 points and without decimal places. The "0" value matches the null percentage of the attribute, and the next scales refer the growing level of user satisfaction, with the "100" value being a full compliance with the evaluated attribute.

To finish the checklist, it is necessary to quantify the total of attended attributes, the mean value of points and percentage of approved items. The total of attended attributes concerns the quantity of attributes that got maximum grade; the mean value is calculated by the total number of points of evaluated attributes in a product and divided by the quantity of attributes on the checklist; the percentage of approved items is originated by "total of attended attributes" divided by the total of 39 attributes, reaching the percentage of full approval of the participant in relation to the evaluated item (Chernev, 2024).

3.4 Third tool - semi-structured interview

The third and last tool was the semi-structured interview, formed by 26 questions, grouped by investigation theme. Its purpose was to explore the feelings and utilization of the bra by the climacteric woman, her working day and the bra use during the referred time, subjective questions about this life phase, finishing with questions related to the tested bras. It was believed that this tool had the potential to reveal specific needs to each working participant and highlight common needs to all of them, being able to be generalized.

Although this tool has compiled too much expressive information for this study, due to the extent and quantity of subjective information, this article presents only the compiled answers of four questions:

- How long do you use the bra during the day? In which circumstances?
- Is there any sign of discomfort in your relationship with the bra during the daily routine? In which moment?
- Do you use the bra during worktime? If you do, how would you feel about not using it during working hours?
- What is your comprehension level in relation to the symbols presented on the tag about product maintenance?

4. RESULTS AND DISCUSSION

4.1 Questionnaire

The first question in the section that aimed to investigate the climacteric women preferences (either for buying and using) about support trims in bras. From 30 women, 37% prefer molded foam, 24% for reinforcement elastic under the

bust, 13% for underwire, 11% prefer push-up inserts and 7% for bonings. 8% of them reported a preference for bras without support.

The next three questions were related to the product trims like clasps, straps, sliders and rings. For 15 participants, the clasp location in the bra was indifferent, 10 women reported back clasps and 5, frontal clasps. When questioned about straps, 53,3% of the participants liked wide ones and 26,7%, the thin ones. For sliders and rings, 14 women preferred plastic models, 5 for metal models and 11 were indifferent.

The fifth question investigated if the participants used vinyl detachable straps, and, if not, what was the reason for it. 93,3% answered that did not use and, among the reasons, the most cited were absence of need, discomfort, allergy or skin irritation due to sweating and breast weight.

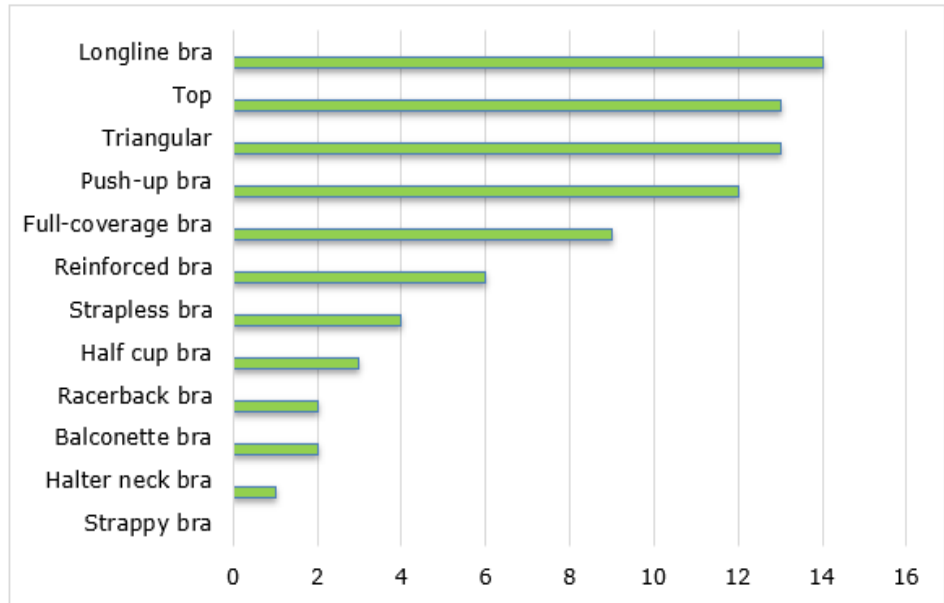
The sixth question was about decorative trims. Among the answers, 16 women opted for laces and the other 13 preferred no decorative trims. Strips, bows and ribbons received, together, 6 votes.

The seventh, eighth and ninth questions were about the bra fabric. About the fibers, 46,7% preferred natural, 20% for synthetic and 33,3%, the combination of both. Twenty-five participants used plain fabric and five of them were indifferent about this. Only 23,3% of these women used smart textiles.

The tenth question explored the bra colors bought by climacteric public more frequently. The most voted color was nude (66,7%), which is the most similar to each women skin, followed by black (56,7%), beige (36,7%), white (30%), brown "chocolate" (10%) and only one answer for "another color", which was not described in the available options.

The last question required the participants to sign the three bra types they most frequently buy. The alternatives presented thirteen different models with their characteristic's description and representative images. Each model received the number of votes indicated in graph 1.

Graph 1. Shopping and using preferences of climacterics women for bra types



Source: Elaborated by the authors (2024).

Therefore, the questionnaire revealed that climacteric women cheshire wide straps, few trims and more coverage for their breast, bringing the idea of preferences for basic and comfortable bras, converging with the study made by IEME (2021). They choose based on personal preferences and their breast shapes, worrying about the visual effect that their bust will transfer to the top clothing (Chernev, 2024).

4.1.1 Selected bras for usability testing

Analyzing the obtained answers in the questionnaire, was possible to get to know more about the climacteric public preferences of bras (board 1).

Board 1. Questionnaire final results

Characteristic	Characteristic Description
Support	Foam molded cup and reinforcement elastic under the bust.
Clasp	Back clasp.
Straps	Wide straps.
Sliders and rings	Plastic.
Decorative trims	Lace or no decorative trims.
Fibers and fabrics	Natural fabric or a combination of synthetic and natural threads, plain fabrics and few use smart textiles.
Colors	Nude, black, beige or white.
Types	Top, triangular, longline and push-up.

Source: Elaborated by the authors (2024).

Analyzing these characteristics, two bras were selected for testing: the bra 1 (triangular style), represented on image 2, made with 90% cotton fabric and 10% elastane, non-padded, with support elastic under the bust (2 centimeters width), wide straps (1,7 centimeters width), decorative laces and back clasps. The bra 2 (longline style), showed on image 3, was 83% polyamide and 17% elastane, with molded foam cup and elastic under the bust for support (2 centimeters width), straps with variable width measures according to the size chart and back clasps.

Image 2. Bra 1 – front and back view



Source: Elaborated by the authors (2024).

Image 3. Bra 2 – front and back view



Source: Elaborated by the authors (2024).

4.1.2 Selected climacteric women

As it is possible to observe on board 2, were selected 6 out of 24 women that answered the questionnaire (participants 1, 2, 3, 4, 5 and 10) and 4 out of 20 women (participants 6, 7, 8 and 9) by the snowball sampling.

Board 2. Informations about the selected participants

Participants	Body type selected by the participant in the questionnaire	Body type calculated by Body Type Calculator with the true measures of the participants	Profession	Climacteric period
1	Hourglass	Hourglass	Banking	Post-menopause
2	Rectangle	Rectangle	Physical therapist	Post-menopause
3	Hourglass	Inverted triangle	Cleaning assistant	Post-menopause
4	Rectangle	Rectangle	Seller	Post-menopause
5	Triangle	Triangle	Banking	Post-menopause
6	X	Hourglass	Teacher	Post-menopause
7	X	Hourglass	Teacher	Post-menopause
8	X	Rectangle	Oral health assistant	Post-menopause
9	X	Rectangle	Receptionist	Perimenopause
10	Triangle	Hourglass	Architect	Post-menopause

Source: Elaborated by the authors (2024).

4.2 OIKOS methodology checklist

Tables 1 and 2 contain the full number of attributes met in the *OIKOS* methodology checklist, in other words, the quantity of attributes that got maximum score (100) on ergonomics (approved attributes), usability and comfort for bra model 1 (triangular), with the total of the approved attributes x100, the mean value of the score and approved attributes percentage of the ten climacteric participants.

Table 1. Total of the approved attributes – bra 1 – participants 1-5

Bra model 1						
Participants		1	2	3	4	5
Ergonomics (23 attributes)	Ease of handling	10	11	11	8	11
	Ease of maintenance	2	2	3	2	2
	Easy of assimilation	2	2	3	2	3
	Safety	5	5	5	4	5
	Total items Ergonomics	19	20	22	16	21
Usability (6 atributos)	Usability Indicators	4	4	6	4	6
Confort (10 atributos)	Comfort	9	10	10	10	9
Total of the approved attributes x100		3200	3400	3800	3000	3600
Mean value of the score		90,1	91,3	97,4	91	96,1
Approved attributes percentage		82%	87,20%	97,40%	76,90%	92,30%

Source: Elaborated by the authors (2024).

Table 2. Total of the approved attributes – bra 1 – participants 6-10

Bra model 1						
Participants		6	7	8	9	10
Ergonomics (23 attributes)	Ease of handling	11	11	10	9	11
	Ease of maintenance	2	2	2	1	2
	Easy of assimilation	2	2	2	2	2
	Safety	5	5	5	5	5
	Total items Ergonomics	20	20	19	17	20
Usability (6 atributos)	Usability Indicators	4	4	3	3	4
Confort (10 atributos)	Comfort	7	9	9	8	8
Total of the approved attributes x100		3100	3300	3100	2800	3200
Mean value of the score		84,6	86,9	89,5	85,9	85,9
Approved attributes percentage		79,50%	84,60%	79,50%	71,80%	82%

Source: Elaborated by the authors (2024).

Although the triangular shaped bra obtained scores other than 100 for some attributes, for most of them a repeat pattern could not be observed on the dissatisfactions pointed by the users. The items that showed this recidivism of grades below 100 were, on ergonomic properties: "the instructions contained in the product are clear" in ease of maintenance, with nine scores other than the maximum value; "the recommended care for the product maintenance is clearly described on the label" in ease of assimilation, with eight scores other than 100 and "non-flammable fabric", receiving ten "0" scores.

For usability indicators, the item "visual clarity about product information" received five grades below 100, together with "information priority – hierarchical understanding of information", which obtained eight grades different from 100. In comfort criteria, only the "fit of clothes to body – static – cut" attribute had five grades different from 100.

The fact that the model 1 fabric did not receive an anti-flammable textile processing made the participants give a 0 score to this attribute, although, none of them were in a working context that offered explosion or fire risks and, even without this benefit, cotton is the most indicated textile fiber for these professions and environments. The dissatisfaction in the comfort attribute was related to the discomfort caused by the cut above the breast, together with the position of the decorative lace, but the latter for aesthetic reasons.

The following tables 3 and 4 shows the total of attributes met on the checklist and items met x100, the mean value of the score and approved items percentage referred to bra number 2 (traditional model) of the ten climacteric women.

Table 3. Total of the approved attributes – bra 2 – participants 1-5

Bra model 2						
Participants		1	2	3	4	5
Ergonomics (23 attributes)	Ease of handling	9	5	11	11	11
	Ease of maintenance	2	2	3	2	2
	Easy of assimilation	2	2	3	2	3
	Safety	5	3	5	5	5
	Total items Ergonomics	18	12	22	20	21
Usability (6 atributos)	Usability Indicators	5	1	6	4	6
Confort (10 atributos)	Confort	9	7	10	10	10
Total of the approved attributes x100		3200	2000	3800	3400	3700
Mean value of the score		89,5	65,9	97,4	93,1	97
Approved attributes percentage		82%	51,30%	97,40%	87,20%	94,90%

Source: Elaborated by the authors (2024).

Table 4. Total of the approved attributes – bra 1 – participants 6-10

Modelo de sutiã 2 - tradicional						
Participantes		6	7	8	9	10
Ergonomia (23 atributos)	Facilidade de manejo	11	10	11	9	11
	Facilidade de manutenção	2	2	2	2	2
	Facilidade de assimilação	2	2	2	2	2
	Segurança	5	5	5	5	5
	Total itens Ergonomia	20	19	20	18	20
Usabilidade (6 atributos)	Indicadores de usabilidade	5	5	4	4	2
Conforto (10 atributos)	Conforto	10	9	10	10	10
Total dos itens atendidos x100		3500	3300	3400	3200	3200
Média aritmética da pontuação		91	91	92,3	90,5	89
Percentual dos itens aprovados		89,70%	84,60%	87,20%	82%	82%

Source: Elaborated by the authors (2024).

Bra 2 received the majority of grades below 100 per items on the same attributes as bra 1. The former model fabric also did not have anti-flammable textile processing, although, because of its high adherence to the skin during combustion, it is not the most indicated fiber type for workers acting in environments with flames, chemicals or explosion risks.

The approved items percentage on triangular and underwire types showed that both bras had characteristics that pleased the climacteric participants and, because of that, were well accepted and evaluated by them, revealing that only a few inadequacies were to be corrected. Although, the majority of items that got grades different from 100 for both models, either for the ergonomics and usability sections, were linked to the understanding of information relevant to the maintenance of the fashion product by the participants.

The checklist revealed itself as an assertive tool for a deeper understanding of how the climacteric public relates with the product, mainly considering its manipulation, quality of trims and fabric, their compatibility with the clothing piece and the comfort provided by it. Also, when the failures were identified on the bra project, was possible to recommend corrections, enhancing it and raising its compatibility with the target public, enabling the creation of an emotional bond between the public and the fashion product. The increase in their useful life is also a consequence of this improvement, as they receive more assertive cleaning and maintenance processes, directly impacting sustainability issues (Martins, 2019).

4.3 Semi-structured interview

Information obtained in the interview helped elucidating the given notes by the participants on the checklist, the working routine and use of bra by the climacteric women.

As showed by Essity (2022), 70% of the climacteric participants of the present research worked eight hours or more.

Although the time of use varied between the participants, all of them indicated that used at least eight hours per day, converging with the amount of working time of these women or with moments that they are performing any activity outside their houses. Every participant used a bra during worktime and, when questioned about the possibility of not using, all of them attributed bad sensations to this idea, claiming to feel embarrassed by aesthetic reasons like the anatomy and size of their breasts, also for shame too, as they are in contact with other people, as affirmed by Alves (2016). This indicates that, for these women, bra is indispensable for social situations, mainly for working activities.

No women of this research assigned bad sensations to the bra use during daily routine, under the condition that they present characteristics that please their personal preferences and are well adapted to their bodies, converging with Miranda and Paschoarelli (2022), Carvalho (2011), Gomes Filho (2018), Gonçalves and Lopes (2007) affirmations, reiterating the need for studies and ergonomical adequations in bras for full satisfaction and comfort of its users.

When questioned about the symbology of maintenance on the labels, only two women knew the meaning and importance of it. The remaining participants declared a lack of comprehension of the symbols and could deduce the meaning of one or two pictograms by its representative drawings, intuitively. One of them was the drawing of a hand over a washbasin, which they believed being a manual washing indicative, and the other was about ironing, symbolized by a clothes iron, with or without an X over it, indicating if the model could or could not be ironed. In other words, the participants could only interpretate the pictograms represented by symbols that demonstrated something present in their daily lives, probably by experience of women with domestic chores and devices, as affirmed by Formiga (2011).

Due to these informations, for eight participants that claimed not consulting the label to understand how to correctly perform the maintenance of their bras, a question about how

they proceeded was raised. All of them answered that performed the washing in an empirical manner, as learned over the years with their mothers or relatives and, in most cases, did not look into the labels aiming for these informations.

5. RECOMMENDATIONS

Even with the idea of comfort being subjective to each user (Gomes Filho, 2010), it is possible to point out characteristics that provide comfort in their bras, which were noticed in common for these women in several professions, intending to satisfy the physical and psychological needs of these users. They are linked to technical and ergonomical qualities, like models with correct sizes and fully adapted to their bodies; the efficiency of their functions (protect and model the breasts); physical properties of fabric and trims (tactile sensations); and aesthetics, that are the visual aspects of the product. Informations from this research were interpreted by the researchers, making possible the elaboration of guidelines exposed below on board 3.

Board 3. Recommendations to bra design for climacteric women

Part of the project	Recommendation
<p>- Anthropometric measures table</p>	<p>- Use of an anthropometric measures table that contemplate different measures for breast and chest, aiming that products adapt better to the plurality of women biotypes, including climacteric.</p>
<p>- Models and pattern</p>	<p>- The models: triangle, longline, push up, top and full coverage were most voted by the participants of the present research.</p> <p>- Models that possess a larger side pattern (with at least 6 centimeters) provide more safety and comfort for worktime of the climacteric women.</p> <p>- It is suggested the development of models with removable padding when necessary, according with the activity or clothing.</p> <p>- Always be aware of the mesh elasticity and calculate the measures reduction to elaborate the pattern in a proportional manner.</p> <p>- Cutouts in pattern above the breast region are not welcome.</p>
<p>- Fabrics and fibers</p>	<p>- Knits fabrics should be preferably plain.</p> <p>- Synthetic and natural fibers were well accepted by the public of this research, independently of the work environment and mobility during worktime.</p> <p>- Knit fabrics with, at least, 8% of elastane.</p> <p>- Natural fibers, like cotton, because of its hydrophilic property, are the best option for women performing working activities in high temperatures or external environments.</p>

<p>- Colors</p>	<ul style="list-style-type: none"> - White, black, beige, brown “chocolate” and “nude”. - The nude color varies from woman to woman and it’s linked to ethnical-racial diversity. For this reason, it is necessary a pool of tones that attend and respect the several skin tones. - Pantone created a palette named “Skintone”, which unites 138 real skin tones, developed to be the nearest physical representation to these tones. This palette can be used to help the designer select fabric colors that are similar to existing skin tones, making the fashion product with “nude” tone more inclusive and representative. - For bra cases, the use of “nude” color requires these tones to be as near as possible to the user skin tone. Still, it can be cited that colors suffer influences not only from skin tones but also the user personal taste. - White skins can benefit themselves by nude tones with pink and peaches backgrounds, yellow skins by classic beige and peaches, brunettes by darker beiges with reddish backgrounds like the terracotta color and several nuances of brown, and dark skins benefit themselves by darker shades of brown up to black.
------------------------	---

Source: Elaborated by the authors (2024).

Board 3. Recommendations to bra design for climacteric women

Part of the project	Recommendation
- Functional trims	- Items with good tactile sensations and quality, avoiding a high quantity of trims with defects in batches.
	Sliders and rings - Material: Plastic, aiming to diminish chances of oxidation and allergies. - Can be positioned either in the front or back of the model.
	Clasps - Located in the back. - Hook and eye closure with three adjustable levels, enabling the climacteric woman to use the same bra even when experiencing small weight variations because of the climacteric period.
	Underwire - When there is a need for underwires, they must be perfectly fit and anatomical, encompassing the whole female breast from the center of the body to the sides, by the end of it.
	Support Elastics (under the bust) - Must be from 2 to 4 centimeters width and follow the whole bra extension. The material must be reinforced with around 20% to 25% of elastadiene in its composition. This type of material does not need reduction calculations for its fixation on the product like in other elastic types because its textile structure provides a good fixation to the female body, helping with the breast weight support, also avoiding the bra to move during daily activities. - Thin elastics (1 and 1,5 centimeters width) must only serve as decoration because they do not provide safety to the user.
	Straps - Composition of 80% of polyester and 20% elastadiene, with a velvety central frieze, providing more comfort. - Varies according to the bra size. - Smaller sizes like ES, S and M, can be suggested the use of width between 0,8 and 1,2 centimeters. For the bigger ones as L, EL and above, width between 1,5 to 2 centimeters or more are suggested.
	Cups/inserts - Preferences for molded foam cups. Although, women with smaller or saggy breasts can benefit themselves by the push-up.
	Bias - Fold-over elastic binding, composed by 87% of polyamide and 13% elastane, which provides a good touch, malleability and firmness. - Underwire channeling: must have polyamide within its structure too and at least 2% of elastane.

Source: Elaborated by the authors (2024).

Board 3. Recommendations to bra design for climacteric women

Part of the project		Recommendation
- Functional trims	Threads	<ul style="list-style-type: none"> - 100% polyester for more resistance. - Line thread (used in overlock machines for finishing): helanca or polyamide composition for more elasticity.
- Decorative trims		<ul style="list-style-type: none"> - Little bows on the central, frontal part of the bra. - Laces: Must possess polyamide and elastane in its composition because of the pleasing touch. To use it, must be overlapping the main fabric of the model for a better support of the breast. Like this, it is necessary that two fabrics possess the same quantity of elastane in their composition, avoiding that they behave differently due to the mesh reduction calculation done by the moment of the modeling.
- Labels	Internal	<ul style="list-style-type: none"> - Follow the Technical Rulebook of the Mercosul for Labeling Textile Products, with information about the size, brand, tax identification, country of origin, textile fibers composition and pictograms related to the product cleaning (which must respect ISO 3758:2013). - In order to provide more tactile comfort and avoiding these informations to be lost, it is recommended that these labels are directly printed on the product. - If an internal printed label is needed, the two sides of it should be used to describe obligatory informations, reducing its size. It must be positioned in strategic places that causes less discomfort, like on the back part of the bra, next to the clasp.
- Labels	External	<ul style="list-style-type: none"> - It can contain written explanatory information to help the user correctly perform the product maintenance, or even data about digital platforms of the enterprise that produced it, where can be hosted tutorial videos or texts in its websites, helping the comprehension of the users when considering product care and cleaning.

Source: Elaborated by the authors (2024).

6. FINAL CONSIDERATIONS

From this study, it can be concluded that there is still room for improvement in the bra project for climacteric women, making it more adequate to the body and activities of the target public. The OIKOS methodology checklist, by integrating ergonomical properties, usability principles and comfort criteria to evaluate a fashion product, made the project failures possible to detect in several areas on the ergonomics, and it can be cited as an example of the difficulty shown by the participants when comprehending the symbols and information related to the product maintenance. The recommendations embraced the bra design project in the product manufacturing, like fabrics, pattern, trims, colors and information. Although this investigation may have been done inside a working context, climacteric women keep their preferences of bra characteristics considering worktime and other daily activities, making possible for the designers to appropriate of these recommendations for the development of bra projects for the same target public in different contexts.

THANKS

To the research center in Design and Ergonomics (CPqD) from State University of Minas Gerais (UEMG), the Institutional Scholarship of Postgraduation Center in the State University of Minas Gerais (Pro-BPG-UEMG) and Superior Scholarship Personal Enhancement Coordination – Brazil (CAPES) – Financing Code 001, for the promotion of this research.

REFERENCES

ALVES, R. P.; MARTINS, L. B. O Sutiã e Seus Precusores: uma análise estrutural e diacrônica. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 11, n. 22, p. 459-482, 2018. DOI: 10.5965/1982615x11222018459. Available at: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra>

vra/article/view/12259. Access: 22 jan 2023.

ALVES, Rosiane Pereira. **Vestibilidade do sutiã por mulheres ativas no mercado de trabalho**. 2016, 286 f. Tese (Doutorado em Design) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

ANJO, Marília Regina Azevedo Sousa. **Menopausa em (Re)vista**. 2010. 441 f. Dissertação (Mestrado em Estudos sobre as Mulheres) – Universidade Aberta de Lisboa, Lisboa, 2010.

CARVALHO, Maria Helena Ribeiro de. Ergonomia e modelagem: a função da modelista perante o corpo. In: Colóquio de Moda. 7, 2011, Maringá, **Anais...** Maringá: ABEPEM, 2011. Available at: http://coloiuimoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202011/GT13/Comunicacao-Oral/CO_88555Ergonomia_e_modelagem_a_funcao_da_modelista_perante_o_corpo_.pdf. Access: 10 feb 2023.

CHERNEV, Cássia Matveichuk. **Diretrizes para a concepção de sutiãs para mulheres climatéricas em contexto laboral a partir da metodologia OIKOS**. 2024. 189 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2024.

ESSITY. Global Hygiene and Health Survey 2022: The future of well-being. **Essity**. 2022. Available at: <https://essityhygieneand-healthsurvey.com/wp-content/uploads/2022/09/Global-Hygiene-and-Health-Survey-2022.pdf>. Access: 10 jan 2023.

FONTANEL, Béatrice. **Sutiãs e Espartilhos: uma história de sedução**. Tradução de Maria Cecília D'Egmont e Olívia Martins. Rio de Janeiro: GMT Editores, 1998.

FORMIGA, Eliana. **Símbolos gráficos: métodos de avaliação de compreensão**. São Paulo: São Paulo, 2011.

FREIBERGER, L. RECH, S. **A Lingerie e um novo segmento de mercado**. In: Colóquio de Moda, 9, 2013, Fortaleza, **Anais...** Fortaleza: ABEPEM, 2013. Available at: https://www.academia.edu/9249195/A_Lingerie_e_um_Novo_Segmento_de_Mercado. Access: 28 jan 2022.

GOMES FILHO, João. A Ergonomia no Design de Moda. **Prof Dr João Gomes Filho (in memoriam)**. 12 set 2018. Available at: <http://joaogomes.com.br/2018/09/12/a-ergonomia-no-design-da-moda/>. Access: 10 jan 2023.

GOMES FILHO, João. **Ergonomia do objeto: sistema técnico de leitura ergonômica**. 2 ed. São Paulo: Escrituras, 2010.

GONÇALVES, Eliana; LOPES, Luciana Dornbusch. Ergonomia no vestuário: conceito de conforto como valor agregado ao produto de moda. **Actas de Diseño**, n. 3, 2007, p. 145-148. DOI: <https://doi.org/10.18682/add.vi3.3315>. Access: 17 jan 2023.

INTELIGÊNCIA DE MERCADO. Mercado Potencial de Moda Íntima e Meias 2021. **IEME**. 2022. Available at: <https://www.iemi.com.br/highlights-do-mercado-potencial-de-moda-intima-e-meias-2021/>. Access: 20 oct 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Em 2022, expectativa de vida era de 75,5 anos. **IBGE**. Nov. 2023. Available at: [https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-impressao/2013-agencia-de-noticias/releases/38455-em-2022-expectativa-de-vida-era-de-75-5-anos#:~:text=Para%20os%20homens%2C%20esta%20expectativa,%2C%20de%2079%2C0%20anos](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-impressao/2013-agencia-de-noticias/releases/38455-em-2022-expectativa-de-vida-era-de-75-5-anos#:~:text=Para%20os%20homens%2C%20esta%20expectativa,%2C%20de%2079%2C0%20anos.). Access: 15 oct 2024.

JACK, Gavin; RIACH, Kathleen; BARIOLA, Emily; PITTS, Marian; SCHAPPER, Jan; SARREL, Philip. Menopause in the workplace: What employers should be doing. **Maturitas**, v. 85, p. 88-95, mar 2016. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.maturitas.2015.12.006>. Access: 10 jan 2023.

MARTINS, Suzana Barreto. Ergonomia, usabilidade e o conforto em projeto de produto de moda e vestuário. In: _____. **Ergonomia, Usabilidade e conforto no design de moda: a metodologia Oikos**. Barueri – SP: Estação das letras e cores, 2019. cap. 3, p. 56-77.

MARTINS, Suzana Barreto. **O conforto no vestuário: uma interpretação da ergonomia**: metodologia para avaliação de usabilidade e conforto no vestuário. 2005. 141 f. Tese (Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

MIRANDA, Ana Carolina Marques; PASCHOARELLI, Luís Carlos. Percepção da usabilidade de sutiã: uma Revisão Bibliográfica Sistematizada (RBS). **Research, Society and Development**, v. 11, n. 1, p. 1-9, jan 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i1.25067>. Access: 20 jan 2023.

NEVES, Érica Pereira das; PASCHOARELLI, Luís Carlos. **Moda e Design Ergonômico**: influência de variáveis biopsicossociais do climatério e da menopausa na percepção da usabilidade do vestuário feminino. 2015. 167 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Estadual Paulista. Bauru, 2015.

ROCHA, Marcella Diana Helfenstein Albeirice da; ROCHA, Pedro Albeirice da. Do climatério à menopausa. **Revista Científica do ITPAC**, v. 3, n. 1, p. 24-27, jan 2010. Available at: <https://s3.us-east-1.amazonaws.com/assets.unitpac.com.br/arquivos/revista/31/4.pdf>. Access: 10 feb 2023.

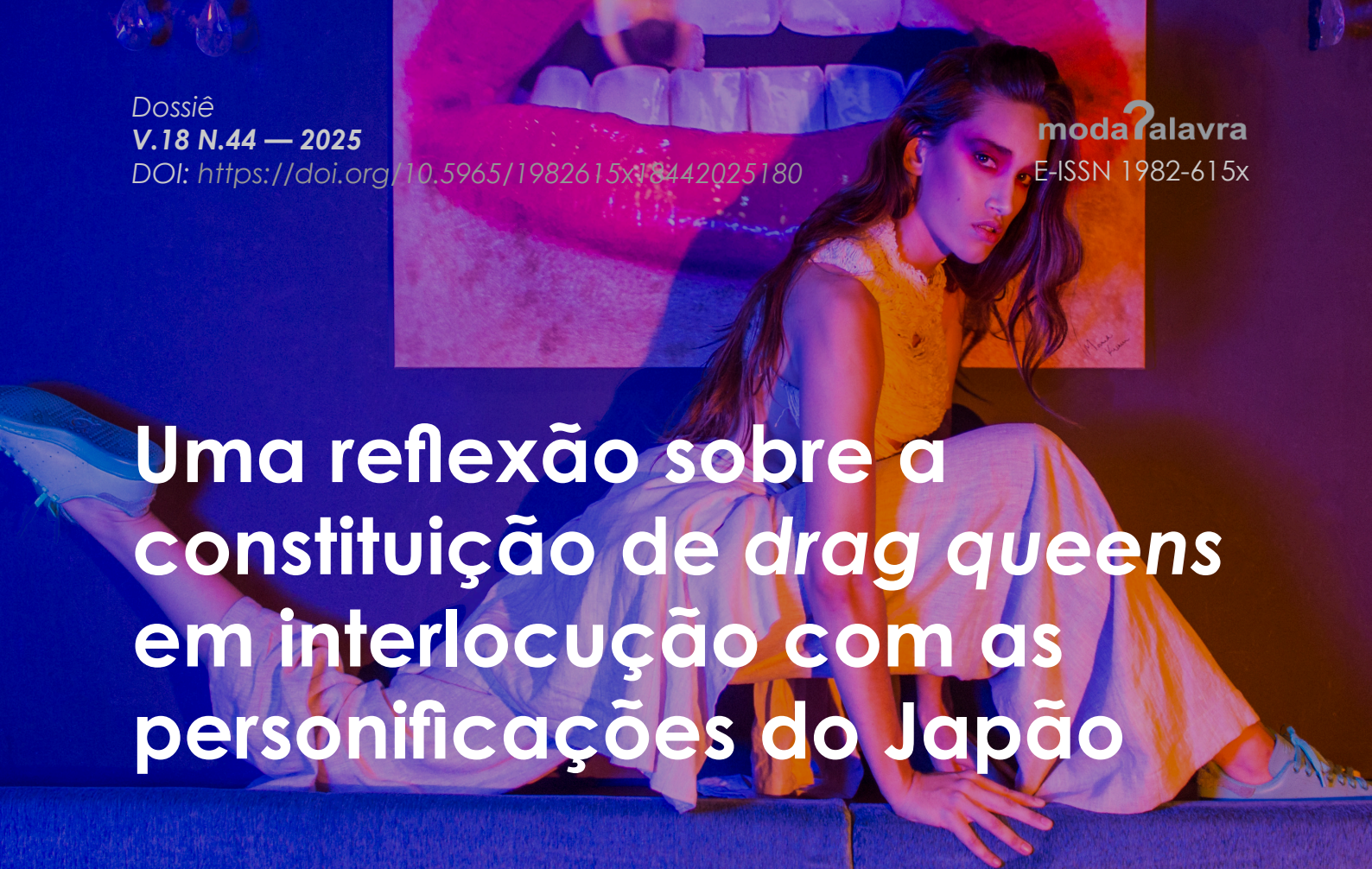
MIRANDA, Ana Carolina Marques; PASCHOARELLI, Luís Carlos. Percepção da usabilidade de sutiã: uma Revisão Bibliográfica Sistematizada (RBS). **Research, Society and Development**, v. 11, n. 1, p. 1-9, jan 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i1.25067>.

v11i1.25067. Access: 20 jan 2023.

TABORDA, Wladimir; GOMES, Mariano Tamura. **A Bíblia da Menopausa**. São Paulo: CMS, 2006.

TAVARES, Mariza. **Menopausa**: o momento de fazer as escolhas certas para o resto da sua vida. São Paulo: Contexto, 2022.

WENDER, Maria Celeste Osório; DALL'AGNO, Mona Lúcia. Panorama sobre o climatério e a menopausa. In: WENDER, Maria Celeste Osório; FERNANDES, César Eduardo; SÁ, Marcos Felipe Silva de. **Climatério e menopausa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.



Uma reflexão sobre a constituição de drag queens em interlocução com as personificações do Japão

Maria Paula Hampshire

Doutoranda, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo / paulahampshir3@gmail.com
Orcid: 0009-0008-3865-1286 / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6963786260241200>

Christine Greiner

Doutora, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo / christinegreiner3@gmail.com
Orcid: 0000-0002-6778-516X / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8331762292364125>

Enviado: 19/07/2024 | Aceito: 29/10/2024



Uma reflexão sobre a constituição das *drag queens* em interlocução com as personificações do Japão

RESUMO

As *Drag Queens* são uma referência na história do teatro e da performance, nas discussões de gênero e nas pesquisas de moda. No Ocidente, este marco de diversidade emerge com mais força nas mídias, a partir dos anos 1990 nos Estados Unidos. Na Ásia, pode-se dizer que há uma interlocução entre as *Drags* e as Artes do Corpo, que remontam ao século XVII, sendo que as vestes e a maquiagem acabaram agindo como ativadoras de corpos, ultrapassando assim a noção tradicional de figurino. Este artigo tem como objetivo discutir sobre a constituição performática de *Drag Queens* documentadas especificamente por Cláudia Guimarães em São Paulo e de atores *onnagata* do teatro *kabuki* em interface com algumas personagens da dança *butô* de Kazuo Ohno. A metodologia envolve pesquisa bibliográfica amparada principalmente na teoria corpomídia (Katz; Greiner, 2015) e pesquisa iconográfica para analisar de forma qualitativa singularidades de corpos fora dos padrões heteronormativos, apontando como a moda *trans* tem ativado questões políticas e existenciais que já completam quatro séculos e pode ser considerada um dispositivo fabulatório para explicitar subjetividades.

Palavras-chave: *Drag queen*; *Onnagata*; Fabulação.

A reflection on the constitution of drag queens in dialogue with the personifications of Japan

ABSTRACT

Drag Queens are a reference in the history of theater and performance, in gender discussions and in fashion research. In the West, this mark of diversity emerges more strongly in the media, from the 1990s onwards in the United States. In Asia, it can be said that there is a dialogue between Drag and the Arts of the Body, which dates back to the seventeenth century, and clothes and makeup ended up acting as body activators, thus surpassing the traditional notion of costume. This article aims to discuss the performative constitution of Drag Queens specifically documented by Cláudia Guimarães in São Paulo and of onnagata actors from kabuki theater in interface with some characters from Kazuo Ohno's butoh dance. The methodology involves bibliographic research supported mainly by the bodymedia theory (Katz; Greiner, 2015) and iconographic research to qualitatively analyze singularities of bodies outside heteronormative standards, pointing out how trans fashion has activated political and existential issues that have already completed four centuries and can be considered a fabulatory device to make subjectivities explicit.

Keywords: *Drag queen; Onnagata; Fabulation.*

Una reflexión sobre la constitución de drag queens en diálogo con las personificaciones de Japón

RESUMEN

Las drag queens son un referente en la historia del teatro y la performance, en las discusiones de género y en la investigación de moda. En Occidente, esta marca de diversidad emerge con más fuerza en los medios de comunicación, a partir de la década de 1990 en Estados Unidos. En Asia, se puede decir que existe un diálogo entre el Drag y las Artes del Cuerpo, que se remonta al siglo XVII, y la ropa y el maquillaje terminaron actuando como activadores corporales, superando así la noción tradicional de vestuario. Este artículo tiene como objetivo discutir la constitución performativa de las Drag Queens, específicamente documentada por Cláudia Guimarães en São Paulo, y de los actores onnagata del teatro kabuki en interfaz con algunos personajes de la danza butoh de Kazuo Ohno. La metodología involucra la investigación bibliográfica apoyada principalmente en la teoría corpomedia (Katz; Greiner, 2015) y una investigación iconográfica para analizar cualitativamente las singularidades de los cuerpos fuera de los estándares heteronormativos, señalando cómo la moda trans ha activado cuestiones políticas y existenciales que ya han cumplido cuatro siglos y que pueden considerarse un dispositivo fabulatorio para hacer explícitas las subjetividades.

Palabras clave: *Drag queen; Onnagata; Fabulación.*

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste artigo é discutir sobre a constituição performática de *Drag Queens* documentadas especificamente por Cláudia Guimarães em São Paulo e de atores *onnagata* do teatro *kabuki* em interface com algumas personagens da dança *butô* de Kazuo Ohno. Como o tema vem sendo tratado, geralmente, com base em bibliografias exclusivamente ocidentais, acredita-se que trazer a história dos artistas japoneses para o debate engendra novas discussões no âmbito dos atuais estudos decoloniais, no sentido de ampliar e tensionar as referências habituais.

A metodologia envolve pesquisa bibliográfica amparada principalmente pela teoria corpomídia (Katz; Greiner, 2015) e pesquisa iconográfica para analisar de forma qualitativa singularidades de corpos fora dos padrões heteronormativos, apontando como a moda *trans* sugere questões políticas e existenciais que já completam quatro séculos e pode ser considerada um operador cognitivo para explicitar subjetividades, aliado a estratégias fabulatórias que elucidam o poder do falso como potência política.

O *corpus* da pesquisa é constituído de fotografias criadas por Cláudia Guimarães em São Paulo e alguns estudos em torno dos atores *onnagata* do teatro *kabuki* em interface com algumas personagens da dança *butô* de Kazuo Ohno. O que justifica esta escolha é o fato de atores *onnagata*, assim como personagens de Ohno, constituírem-se como personificações femininas, assim como as *drag queens*.

2. DRAG QUEENS E ONNAGATAS: PERFORMANCES E PERSONIFICAÇÕES DE GÊNERO

2.1 *Drag Queens* de São Paulo e performatividade de gênero sob as lentes de Cláudia Guimarães

A moda *queer*, e especificamente a moda *drag* como se conhece atualmente no Brasil, foi influenciada pela cultura de danceteria e dos *drag balls*¹ ou cultura *ballroom*, importados da cena *underground* do final dos anos 1970 e início dos anos 1980, em Nova Iorque. Posteriormente, sobretudo a partir dos anos 1990, alguns elementos estéticos passaram a ser capturados pelo mercado, como a técnica de dança *Vogue*, que ficou conhecida pela apropriação da cantora Madonna (Lawrence, 2011). Esta técnica de dança tornou-se gradativamente um marcador identitário utilizado, sobretudo, por pessoas não binárias – incluindo as *drags*, mas não se restringindo a elas.

Um dos grandes responsáveis pela veiculação, destaque e reconhecimento das *drag queens* foi RuPaul Charles, que começou a ter reconhecimento por sua carreira na década de 1990. Ator, *drag queen*, *top model*, cantor e animador de programas de televisão, RuPaul apoiou a produção *drag*, criando redes de visibilidades nas mídias. Em 2009, estreou a primeira temporada do seu *reality show RuPaul's Drag Race*, que tem sido um sucesso internacional, contando inclusive com uma versão brasileira do programa, lançada em 2023. Apesar do objetivo do referido *reality* ser, sobretudo, a captura mercadológica, este deve ser ainda reconhecido pela propagação mundial da cultura *drag* (Oliveira; Araújo, 2016).

Este *reality* acaba por explorar potencialidades narrativas que humanizam a *drag queen* para além da abordagem exótica, revelando suas emoções, vulnerabilidades e intimidades, e trazendo a sua referência para outros contextos além das comunidades LGBT (Oliveira; Araújo, 2016, p. 4).

É preciso reconhecer também a importância de se ter

uma pluralidade de corpos entre as participantes escolhidas (Figura 1). Deste modo, o público geral consegue se identificar. Ao mesmo tempo, isso se torna uma ferramenta de abertura ao mundo *drag* e à lógica do movimento *body positivity*, que seria uma tendência iniciada nos anos 1960, tendo em vista a aceitação dos diferentes tipos de corpos, sobretudo aqueles que escapam aos modelos considerados idealizados (branco, magro, cisgênero, saudável e assim por diante).

Figura 1. *Rupaul's Drag Race Brasil*, 2023



Fonte: Tech tudo (2023).

Diante da propagação desta cultura *underground* no *mainstream*, muitas *drags* foram chegando aos holofotes e tiveram suas carreiras devidamente firmadas e legitimadas no mercado da moda. Em 2020, a edição brasileira da revista *Vogue* apresentou *drags* icônicas em suas capas, tais como as divas *pop* do cenário *queer* do Brasil: Pabllo Vittar, Halesia, Bianca Dellafancy e Gloria Groove (Figura 2).

Figura 2. Capas com *drags* icônicas brasileiras, Vogue Brasil, outubro/2020



Fonte: Site Vogue Brasil. (2020).

Mais uma vez, não se pode deixar de ressaltar o papel do marketing e da apropriação do discurso em campanhas midiáticas veiculadas em larga escala para falar com o grande público, que revela a necessidade de visibilidade e diversidade de gênero em escala nacional a partir, entretanto, de um deslocando discursivo dos sentidos.

Sabe-se que construção da moda *drag* e de suas estéticas vai muito além das roupas, maquiagens e estratégias de marketing midiático. Existe todo um movimento gestual e uma performatividade de gênero necessários para a produ-

ção corporal da *drag*. Por isso, não raramente, muitas *drags* têm se relacionado com as artes do corpo para criarem um novo mundo de possibilidades de ser e de se comportar, que não segue normas previamente estabelecidas. As *drags* se alimentam, antes de mais nada, de um estranhamento do corpo.

É neste sentido que a conexão com a teoria corpomídia (Katz; Greiner, 2015) torna-se relevante. A moda e a constituição imagética do corpo nunca estiveram apartadas das relações entre corpo e ambiente. Trata-se de um modo de seguir construindo subjetividades, sem obedecer a parâmetros dados *a priori*. De acordo com Katz e Greiner (2015), o corpo nunca foi “o corpo” com um artigo definido, mas sempre um fluxo sógnico com o ambiente. Vale observar que, para essas autoras, o ambiente é entendido não apenas como um local, mas de forma ampliada – ambientes sociais, culturais, políticos e subjetivos.

Neste viés, é importante observar também que a rede naturezacultura (deliberadamente sem hífen) esteve sempre presente:

Uma primeira evidência é a de que não cabe mais distinguir como instâncias separadas e independentes, um corpo biológico e um corpo cultural. O corpo anatômico e o corpo vivo atuando no mundo, tornaram-se inseparáveis. Pode-se optar, evidentemente, por níveis muito específicos de descrição, como ocorre nos laboratórios de neurofisiologia, por exemplo, ou no palco do teatro, mas ainda assim o reconhecimento dos processos co-evolutivos entre corpo e ambiente precisam, necessariamente, ser levados em conta. Mesmo nas análises e experiências mais pontuais. Falar em co-evolução significa dizer que não é apenas o ambiente que constrói o corpo, nem tampouco o corpo que constrói o ambiente. Ambos são ativos o tempo todo (Greiner, 2005, p. 42).

Há uma extensa bibliografia de gênero que nega o determinismo biológico e aposta na constituição corporal a par-

tir de atravessamentos e indistinções entre biologia e cultura. De acordo com Preciado (2004, p. 21):

A contrassexualidade não é a criação de uma nova natureza, pelo contrário, é mais o fim da Natureza como ordem que legitima a sujeição de certos corpos a outros.... no âmbito do contrato contrassexual os corpos se reconhecem a si mesmos não como homens ou mulheres mas sim, como corpos falantes, e reconhecem os outros corpos como falantes.

Nas mídias, os modos de constituir o corpo também estão presentes. A representação midiática assume novas mediações e reitera a complexidade de corpos como sistemas sígnicos em movimento, e não como dados *a priori*. Além disso, a mídia é fonte inesgotável de criação de sentidos, afetos e subjetividades e, por isso, é inegável como o seu poder se faz sentir nos corpos e nas possibilidades de corpos os quais dá visibilidade, assim como nas impossibilidades de corpos que escolhe deixar nas zonas opacas.

A retratista da noite *queer*, Claudia Guimarães², torna-se um bom exemplo, uma vez que capturou inúmeras figuras icônicas da cena *drag* e travesti de São Paulo – como Andréa de Mayo, travesti protagonista das fabulações travestis de Chico Felitti (2022), na obra “Rainhas da noite”. Nela, as imagens não reproduzem estereótipos, mas afirmam subjetividades em ação (Figura 3).

Figura 3. Andréa De Mayo & Al Capone, 1997



Fonte: Revistazum (2024).

Os retratos de Claudia Guimarães foram pioneiros em documentar a vida noturna da comunidade *queer* de São Paulo, e foi nesta mesma época que ganhou grande notoriedade fora do Brasil, em meios internacionais como *Vogue* e *Elle*. Atualmente, seu trabalho faz parte do acervo permanente da Pinacoteca do Estado de São Paulo e a retratista é representada pela *Lona Galeria* (Hampshire, 2023).

A escolha de analisar parte de sua obra partiu do reconhecimento de que ela sempre procurou expor a dignidade humana em seus retratos, buscando acabar com a estigmatização. Suas imagens buscaram escapar do erotismo estigmatizado que envolvia os corpos travestis, reterritorializando-os para um lugar simbólico, cuja referência principal seria baseada no direito à singularidade e no orgulho de escapar aos padrões.

Guimarães conseguiu fazer recortes dentro do cenário estigmatizado de teor sexual para conferir às fotografias um ar de respeito sem a conotação de estranheza. Assim, colocou em foco todos os atributos mais femininos das retratadas: traços suaves, maquiagem e cabelos impecáveis,

peles macias, texturas elegantes. O objetivo era justamente o de enfatizar todas as formas extravagantes de existência, de modo a colocar fotos dos retratados em jornais e revistas. Tal estratégia legitimou narrativas invisibilizadas que jamais existiriam se dependesse apenas das mídias tradicionais (Hampshire, 2023).

De fotografias da noite paulistana até editoriais de moda, Guimarães escancarou o *queer* (o estranho e o bizarro), transformando os parâmetros estereotipados para uma surpreendente beleza sublime (Figuras 4 e 8).

Figura 4. A *drag queen* Marcia Pantera, antes do desfile do estilista Alexandre Herchcovitch no primeiro *Phytoervas Fashion*. Galpão da Vila Olímpia (SP), 1994.



Fonte: Acervo Folhapress (1994).

Figura 5. Natasha, 1996



Fonte: *Instagram* @the_wildbook_claudiaguimaraes (2024).

Figura 6. Katia, 1994



Fonte: *Instagram* @the_wildbook_claudiaguimaraes (2024).

Figura 7. Roberta, 2001



Fonte: *Instagram* @the_wildbook_claudiaguimaraes (2024).

Figura 8. Imagens do Editorial *Ken-gá B*t-chwear* por Claudia Guimarães, 2022



Fonte: *Instagram* @the_wildbook_claudiaguimaraes (2024).

É importante ressaltar que, desde que Claudia Guimarães iniciou o seu ativismo com as imagens *drags*, o contexto mudou – apesar dos preconceitos continuarem presentes, assim como a enorme taxa de violência contra pessoas trans. Em 2022, Erika Hilton foi eleita vereadora do município de São Paulo. Pela primeira vez na história, São Paulo elegeu uma mulher trans ao Congresso Nacional. Em novembro do mesmo ano, Erika desfilou na *São Paulo Fashion Week* (SPFW), pela marca brasileira LED (Figura 9), conquistando forte repercussão nas mídias com sua visão de mundo disruptiva, ou seja, sem gênero binário em defesa da diversidade dos corpos.

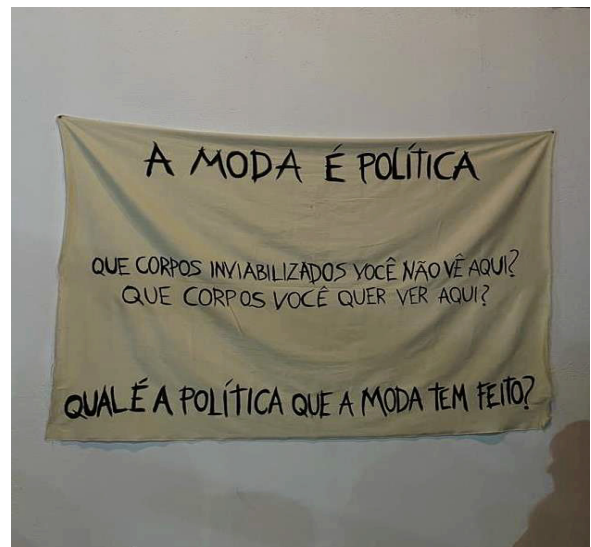
Figura 9. Deputada transsexual Erika Hilton desfila na SPFW 2022



Fonte: *Instagram* @hilton_erika (2022).

Célio Dias, diretor criativo da marca, agradeceu em sua rede social (@celiodias) a colaboração da deputada, levantando a bandeira de que o futuro do Brasil seria fabuloso. Além disso, algumas das instalações de arte desta mesma edição do evento – como é o caso da Figura 10 – questionaram, enfaticamente, os corpos que não apareciam nas grandes mídias.

Figura 10. Instalação artística de autoria não identificada, SPFW 2022



Fonte: Acervo pessoal de Paula Hampshire (2022).

Mais do que refletir os valores, a cultura *drag* e todas as questões referentes aos afetos de um momento histórico específico que envolve uma sociedade tem se mostrado propositiva politicamente. O desfile de Erika Hilton foi uma radicalização. A instalação artística, bem como o desfile em si, afirmaram o que a fotógrafa e ensaísta Ariella Azoulay (2008) chama de “contrato civil da fotografia”, conferindo visibilidade para os corpos trans.

Segundo Azoulay (2008), a fotografia nunca é somente ela mesma ou a eternização de um momento do passado, pois trata-se de um contrato – e, como todo contrato, exige agentes operacionais para validá-lo. A fotografia estende-se a partir do olhar de quem a vê, por isso tem sempre um caráter

político e transformador. Constitui-se em um processo, entre quem vive a experiência, quem testemunha e quem produz a imagem. De certa forma, opera segundo a mesma lógica da constituição de gênero. Ou seja, não se trata apenas da endogenia de um corpo e sua imaginação, mas de múltiplos olhares que se constituem entre si e internalizam novas possibilidades de vida.

2.2 *Onnagata* e a personificação de gênero a partir do teatro japonês *kabuki*

Como sugerido no resumo deste artigo, embora a discussão *drag* tenha sido fortalecida nas mídias ocidentais a partir de eventos ocorridos nos Estados Unidos, é importante observar que há uma genealogia do corpo trans que extrapola as discussões propostas no Ocidente. Como propôs o professor da Duke University de Shanghai, Zairong Xiang (2024), em seu livro “Antigos Caminhos *Queer*” traduzido e publicado recentemente pela editora n-1, pode ser parte da empreitada decolonial ampliar as pesquisas históricas para além dos centros de poder estruturados pelas epistemologias do norte. Pensando nesta direção, sugere-se nesta pesquisa dois exemplos do Japão que não apenas expandem a história, mas ajudam a compreender a relação entre corpo, veste e imagem na constituição do gênero a partir de outras perspectivas.

O primeiro exemplo parte do chamado teatro *kabuki*. Curiosamente, nos primeiros anos do *kabuki*, este gênero teatral foi concebido e encenado principalmente por mulheres. De acordo com gravuras da época, sugere-se que o *kabuki* nasceu em Kyoto, em 1603, por meio das performances de Okuni (Figura 11), uma assistente do santuário de Izumo, que se autodenominava sacerdotisa (Ariyoshi, 1972).

Figura 11. *Okuni no Izumo*

Fonte: Autor Desconhecido, Tokugawa Art Museum (2024).

A palavra *kabuki* parte do antigo verbo *kabuku*, que significava entortar, desviar e por isso já parte deste propósito de subverter as regras. Grupos de *onna kabuki* (de mulheres) eram conhecidos por suas atividades ligadas à prostituição e por isso foram censurados e banidos dos palcos pelo *shogunato* Tokugawa. A fase posterior, conhecida como *kabuki wakashu* (de jovens homens) se tornou rapidamente popular, mas em 1652 esses atores também foram banidos por desafiar os princípios morais da época (Leiter, 2002).

Como tanto as mulheres quanto os garotos jovens foram banidos, o *kabuki* passou a ser um teatro de homens adultos com a sugestão oficial de que os atores evitassem cenas sensuais. É provável que tenha sido neste período do *kabuki* de adultos que surgiram os papéis conhecidos como *onnagata* (Figura 12), que seriam as personificações femininas, ou seja, os atores homens interpretando personagens femininas, que resultaram em uma técnica bastante requintada.

Figura 12 - *Onnagata* de *Kabuki*, 1984

Fonte: Jack Vartoogian/Getty Images (2024).

A queda do *shogunato* de Tokugawa, em 1868, resultou na eliminação da classe samurai e de toda a estrutura social que servia de base para o contexto do qual o teatro *kabuki* fazia parte. Mesmo assim, as atuações continuaram centradas sobretudo nas personificações, sem as atrizes em cena (Greiner, 2015). Por isso, o aspecto mais famoso do *kabuki* acabou sendo a construção dos *onnagatas*, ou seja, dos atores especializados em interpretar papéis femininos. O ideal do *onnagata* não é imitar mulheres (De Vos, 2000), mas conseguir expressar simbolicamente um ideal de feminino.

E ainda, a distinção em relação ao teatro elisabetano do Ocidente, no qual os atores também faziam papéis femininos, é que a corporificação dos *onnagata* se sustentava o tempo todo. Havia pesquisas curiosas entre os estudiosos de *kabuki* que afirmavam como alguns atores chegavam a ter sintomas de menopausa em torno dos 50 anos, assim como ocorre com as mulheres desta faixa etária – mesmo porque a representação chegava a ser praticada 24 horas por dia, sem nunca

sair da personagem. Atualmente, há maior flexibilidade e os atores de *kabuki* chegam inclusive a constituir família, o que era proibido no passado.

3. METODOLOGIA

Como mencionado na introdução deste artigo, a metodologia baseou-se sobretudo nas pesquisas bibliográfica e iconográfica. Alguns conceitos foram usados como operadores para elucidar o modo como foi apresentado o tema das *drag queens*. Dente eles, destaca-se: a fabulação, a personificação, a criação de imagens e a noção de corpomídia.

O objetivo foi o de analisar descritiva e qualitativamente a corporificação de imagens e a constituição da transgeneridade, partindo não apenas de fontes bibliográficas, mas da observação e análise de imagens e performances. Nesse sentido, considera-se a metodologia usada de cunho transdisciplinar, reunindo fontes variadas de estudos de fotografia, performances, gênero, moda, estudos japoneses, e assim por diante.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este tópico aborda possíveis interlocuções com *onnagata* do teatro *kabuki* e outras performances, bem como apresenta algumas relações com as fabulações da dança butô a partir da visita do dançarino Kazuo Ohno ao Brasil, que suscitou uma comoção entre a comunidade *drag* em 1997.

Sabe-se que tentativas de introduzir atrizes no *kabuki* na era moderna falharam, e provavelmente o principal motivo tenha sido o fato de se tratar de uma representação idealizada, fictícia, e não de um corpo feminino atuando por si mesmo. É neste sentido que os *onnagata* se aproximam das *drags* e talvez façam parte de uma genealogia ampliada dessas imagens. Mais do que personagens, havia uma indistinção com a vida cotidiana, o que ocorre com frequência com

algumas *drags* que personificam o mesmo personagem a vida toda.

A formação do *onnagata* começa com uma imitação dos gestos femininos conhecida como *monomane*, uma estratégia que imita a realização do gesto, mas também a sua qualidade de existência. Isso significa que se parte deliberadamente de estereótipos, mas junto com estes padrões de movimento lida-se com mudanças de estado corporal. Assim, a repetição desses movimentos se internaliza e faz com que alguns atores representem a vida toda o mesmo personagem, tal qual a construção da persona *drag*.

No ambiente *drag*, há também especializações e técnicas de mimetização. Atores que interpretam durante a vida toda, cantoras como Cher ou Madonna, por exemplo, internalizam essas imagens. Ou mesmo *drags* autorais, as quais pertencem unicamente a seus criadores, também podem passar uma vida toda sendo interpretadas somente pelos mesmos artistas, já que nascem de subjetividades específicas. É provável que, nesses casos, o treinamento ocorra de modo semelhante, começando pela imitação do gesto, a internalização da qualidade de existência e, por fim, a mudança de estado corporal na própria vida.

No Brasil, pouco antes da inauguração do Sesc Pinheiros, organizou-se em 1997 um evento chamado "Babel", conhecido por tomar as ruas e os arredores desta unidade. O evento coincidiu com uma das visitas de Kazuo Ohno, causando grande emoção na comunidade *drag* de São Paulo. Na época, o dançarino reconhecido como um dos expoentes da dança *butô* ainda não era tão conhecido entre nós.

Ohno costumava dançar personificado como mulher, inspirado em grandes personagens (Figura 13) como a dançarina *La Argentina*, a sua própria mãe ou personagens literárias como *Divine*, do livro "Nossa Senhora das Flores" de Jean Genet (1942).

Figure 13. Kazuo Ohno as La Argentina por Eikoh Hosoe, 2014



Fonte: Eikoh Hosoe (2014, pp. 82-85).

Há rumores de que, nas noites seguintes à sua performance improvisada na rua, *shows* de *drags* inspirados por Kazuo Ohno (com seus chapéus e quimonos) pipocaram na noite paulistana. Na ocasião do referido evento, ao lado de grandes nomes das artes visuais, música, teatro, dança e cena *clubber*, uma multidão se reuniu nas antigas instalações da casa de espetáculos *Dama Xoc*, no posto de gasolina e no galpão vizinhos. Dentre os artistas, participaram Del Pilar Sallum, Edilson Viriato, Adrienne Gallinari, Nina Moraes, Waldo Bravo, Nazareth Pacheco, Vasco Acioli, Monina Rapp, Carlos Coelho, Fernando Cardoso e Marta Neves (no projeto *Os Remorsos São Moscas*), Claudio Cretti e Rosana Mariotto. A *drag* carioca Lola Batalhão também se apresentou, assim como um ensaio do texto “A Dama da Noite”, do dramaturgo e escritor Caio Fernando Abreu, criado nos anos 1980.

Este evento anunciou a onda *queer* que surgiria nas décadas seguintes. O ator Gilberto Gavronski encarnou a personagem Dana, do texto de Abreu, simulando o que na época a crítica Erika Palomino identificou como uma “*drag queen* pós-moderna”. Além disso, a atriz Renata Jesion leu cartas

do dramaturgo Antonin Artaud, e Zé Celso Martinez fez um *happening* inspirado na “Buzina do Chacrinha”.

O que fez com que os gestos de Kazuo Ohno chamassem a atenção da comunidade *drag*, em meio à imensa profusão de performances e imagens, foi um certo modo de criar corpo que pode até ser provocado por uma imagem externa (um ícone da música, da dança ou da literatura), mas se encarna no corpo masculino, tornando as clássicas dicotomias de gênero indistintas e, portanto, apontando novos modos de pensar a cena *drag*.

O que parece mais relevante nesses contextos, em relação às discussões que relacionam palavra, moda e imagem é justamente a estratégia de constituição desses corpos. Assim como no *kabuki* dos *onnagata* e no *butô* de Kazuo Ohno, a veste e a maquiagem não são apenas acessórios, mas modos fabulatórios de ser (Greiner, 2017).

A pergunta que pulsa em toda constituição de corpos singulares e subversivos é: como uma imagem se torna visível a partir desses movimentos de corpo e não se dá a ver apenas como uma fantasia ou figurino? A personificação deixa de ser apenas uma representação para o entretenimento, para se tornar um modo de vida.

Nesse sentido, a moda é fabulatória, uma vez que cria possibilidades corporais distintas e não dicotômicas, ao mesmo tempo em que estabelece novos afetos, gera novos movimentos e garante uma visibilidade a modos de existência invisibilizados.

O termo fabulação vem sendo usado de formas diferentes e, muitas vezes, refere-se à literatura, como uma possibilidade singular de lidar com a ficção como potência para gerar movimentos (Greiner, 2021, p.170).

Para fortalecer esta proposta, é importante retomar algumas discussões conceituais que pensam como um corpo produz sua imagem e seus conhecimentos. A teoria corpomídia (Katz; Greiner, 2015), mencionada anteriormente neste artigo, ajuda a pensar os processos de personificação, uma vez que

nega a compreensão do corpo como um veículo ou instrumento. Neste viés, corpo é sempre *corpar* (Katz, 2021), ou seja, um processo que segue se constituindo em fluxo durante toda a vida e em co-evolução com os ambientes por onde transita.

A relação entre imagem externa (figurino e maquiagem) e imagem interna (subjetividade) se dá a partir de uma instauração mútua. Assim, o corpo *drag* e o corpo trans (como por exemplo o *onnagata*), não são apenas uma fantasia ou a personificação de personagens específicos, mas modos de dar visibilidade para subjetividades em processo. Há uma instância desestabilizada entre ficção e realidade, uma vez que a imagem ficcional de gênero segue fabulando a potência subjetiva.

No caso do *butô*, como foi proposto no início do movimento por Tatsumi Hijikata e pelo próprio Kazuo Ohno, o corpo que dança seria um corpo morto escancarado à vida (Uno, 2018). A morte para estes dançarinos não seria um ponto final, mas um ponto de partida, uma vez que a principal aptidão desta dança seria desestabilizar o si-mesmo para viabilizar a abertura de um corpo à alteridade radical.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O exercício da personificação, testado séculos antes da experiência *butô*, pelos *onnagata* do *kabuki*, já ensaiava a convivência de duas imagens simultâneas mescladas de modo indistinto no corpo dos atores. Assim como se evidenciou na teoria corpomídia, não se trata apenas de uma imagem que se vê, mas de uma imagem interna que, de acordo com o neurologista António Damásio (*apud* Greiner, 2005), poderia ser chamada de pensamento. Neste viés, mesmo compartilhando contextos absolutamente distintos, as cenas *drag*, *kabuki* e *butô* se encontram em encruzilhadas inusitadas. É o movimento do corpo que veste a imagem e que, por sua vez, atravessa gestos, vidas e singularidades em uma pulsação que se arrisca a desafiar as certezas dadas.

Assim, a moda *drag*, torna-se um dispositivo fabulatório subversivo para explicitar subjetividades e problematizar categorias dadas que, apesar de há muitos séculos serem questionadas, continuam encapsuladas em estereótipos que deflagram relações de poder e o banimento de corpos que escapam aos padrões neoliberais.

Notas de fim de texto

¹ *Drag balls*: também chamados de *ballrooms*, são os eventos onde acontecem as *performances* e as competições *drags*. As primeiras manifestações da *underground ball culture* começaram junto com as manifestações dos anos 1960 em prol da liberdade sexual, aliadas ao movimento hippie e aos protestos de Stonewall. Entre os anos 1970 e 1980 - coincidentemente no auge da epidemia da AIDS, que afetou especialmente a população *queer* já marginalizada - a cultura dos *drag balls* consolidou-se de fato, ganhando força (Lawrence, 2011).

² Claudia Guimarães fez graduação e mestrado em Artes Visuais pela ECA-USP e trabalhou com fotografia documental para revistas no Brasil e na Espanha, o que lhe conferiu diversos prêmios durante a vida profissional. Teve forte influência nos anos 1990, quando se aprofundou ainda mais nas fotografias biográficas de personagens reais publicadas em grande parte no jornal Folha de São Paulo.

REFERÊNCIAS

ARIOSHI, Sawako. *Kabuki Dancer: a Novel of the Woman who Founded Kabuki*. Trad. James Brandon. Tokyo: Kodansha International, 1972.

AZOULAY, Ariella. *The Civil Contract of Photography*. Zone Books. p. 15-31, p. 85-135 e p. 375-411. New York, 2008.

BRAGA, Joana; BOURROUL, Camila, HAMPSHIRE, Maria Paula. **A Teoria do Círculo Mágico e Drag Queens**: um estudo sobre práticas de consumo, rituais imersivos de transformação e construção de identidade. Monografia (graduação). ESPM-SP, 2020.

De Vos, Patrick. *Jouer et Vivre en Femme, Statut Corporel de L'Onnagata du Kabuki in Le Corps en Jeu*. Paris: CNRS, 2000, p. 133-150.

FELITTI, Chico. **Rainhas da Noite**: as travestis que tinham São Paulo a seus pés. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

GREINER, C. **O Corpo, pistas para estudos indisciplinados**. São Paulo: ed. Annablume, 2005.

GREINER, C. **Leituras do Corpo no Japão**. São Paulo: n-1, 2015.

GREINER, C. **Fabulações do corpo japonês**. São Paulo: n-1, 2017.

GREINER, Christine. "Fabulações da dor". In PAIS, Ana. Dossiê Dramaturgias dos Afectos: Sentimentos Públicos e Performance. **Revista Dramaturgias**, Periódicos UnB N.18 (2021), p. 170-180. <http://periodicos.unb.br/index.php/dramaturgias/article/view/41286/31941>

HAMPSHIRE, Maria Paula. **Retratos transviados: uma leitura política da construção midiática de corpos dissidentes**. Dissertação de Mestrado orientação Christine Greiner. PUC-SP, 2023.

HOSOE, Eikoh. **Corpos de Imagens**. Realização: Sesc São Paulo, 2014.

KATZ, H.; GREINER, C. (Orgs.) **Arte e Cognição, corpomídia, comunicação e política**. São Paulo: ed. Annablume, 2015.

KATZ, Helena. "Corpar, porque corpo também é verbo". In: BASTOS, Helena. **Coisas vivas: fluxos que informam**. São Paulo: ECA-USP, 2021.

LAWRENCE, Tim. **A history of drag balls, houses and the culture of voguing**. Londres: Soul Jazz Books, 2011.

LEITER, Samuel L. **A Kabuki Reader**. (Ed.) Nova York: M. E. Sharpe, 2002.

OLIVEIRA, Cristiano Nascimento; ARAUJO, Leonardo Trindade. **Reconfigurações do consumo televisivo no reality show RuPaul's Drag Race**. Culturas Midiáticas, ano IX, n. 17, p. 293-309, 2016.

PRECIADO, Beatriz (Paul). **Manifesto Contrassexual, práticas subversivas de identidade sexual**, trad. Maria Paula Gurgel Ribeiro. São Paulo: edições n-1, 2014.

UNO, Kuniichi. **Hjikata Tatsumi, pensar um corpo esgotado**, trad. Christine Greiner. São Paulo: n-1, 2018.

XIANG, Zairong, **Antigos Caminhos Queer**, trad. Paula Faro e Gil Lourenço. São Paulo: ed n-1, 2024.

A reflection on the constitution of drag queens in dialogue with the personifications of Japan

Maria Paula Hampshire

PhD student's, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo / paulahampshir3@gmail.com
Orcid: 0009-0008-3865-1286 / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6963786260241200>

Christine Greiner

PhD, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo / christinegreiner3@gmail.com
Orcid: 0000-0002-6778-516X / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8331762292364125>

Submitted: 19/07/2024 | Accepted: 29/10/2024



A reflection on the constitution of drag queens in dialogue with the personifications of Japan

ABSTRACT

Drag Queens are a reference in the history of theater and performance, gender discussions and fashion research. In the West, this mark of diversity emerges more strongly in the media, from the 1990s onwards in the United States. In Asia, it can be said that there is a dialogue between Drag and the Arts of the Body, which dates to the seventeenth century, and clothes and makeup ended up acting as body activators, thus surpassing the traditional notion of costume. This article aims to discuss the performative constitution of Drag Queens specifically documented by Cláudia Guimarães in São Paulo and of onnagata actors from kabuki theater in interface with some characters from Kazuo Ohno's butoh dance. The methodology involves bibliographic research supported mainly by the bodymedia theory (Katz; Greiner, 2015) and iconographic research to qualitatively analyze singularities of bodies outside heteronormative standards, pointing out how trans fashion has activated political and existential issues that have already completed four centuries and can be considered a fabulatory device to make subjectivities explicit.

Keywords: *Drag queen; Onnagata; Fabulation.*

Uma reflexão sobre a constituição das *drag queens* em interlocução com as personificações do Japão

RESUMO

As *Drag Queens* são uma referência na história do teatro e da performance, nas discussões de gênero e nas pesquisas de moda. No Ocidente, este marco de diversidade emerge com mais força nas mídias, a partir dos anos 1990 nos Estados Unidos. Na Ásia, pode-se dizer que há uma interlocução entre as *Drags* e as Artes do Corpo, que remontam ao século XVII, sendo que as vestes e a maquiagem acabaram agindo como ativadoras de corpos, ultrapassando assim a noção tradicional de figurino. Este artigo tem como objetivo discutir sobre a constituição performática de *Drag Queens* documentadas especificamente por Cláudia Guimarães em São Paulo e de atores *onnagata* do teatro *kabuki* em interface com algumas personagens da dança *butô* de Kazuo Ohno. A metodologia envolve pesquisa bibliográfica amparada principalmente na teoria corpomídia (Katz; Greiner, 2015) e pesquisa iconográfica para analisar de forma qualitativa singularidades de corpos fora dos padrões heteronormativos, apontando como a moda *trans* tem ativado questões políticas e existenciais que já completam quatro séculos e pode ser considerada um dispositivo fabulatório para explicitar subjetividades.

Palavras-chave: *Drag queen*; *Onnagata*; Fabulação.

Una reflexión sobre la constitución de drag queens en diálogo con las personificaciones de Japón

RESUMEN

Las drag queens son un referente en la historia del teatro y la performance, en las discusiones de género y en la investigación de moda. En Occidente, esta marca de diversidad emerge con más fuerza en los medios de comunicación, a partir de la década de 1990 en Estados Unidos. En Asia, se puede decir que existe un diálogo entre el Drag y las Artes del Cuerpo, que se remonta al siglo XVII, y la ropa y el maquillaje terminaron actuando como activadores corporales, superando así la noción tradicional de vestuario. Este artículo tiene como objetivo discutir la constitución performativa de las Drag Queens, específicamente documentada por Cláudia Guimarães en São Paulo, y de los actores onnagata del teatro kabuki en interfaz con algunos personajes de la danza butoh de Kazuo Ohno. La metodología involucra la investigación bibliográfica apoyada principalmente en la teoría corpomedia (Katz; Greiner, 2015) y una investigación iconográfica para analizar cualitativamente las singularidades de los cuerpos fuera de los estándares heteronormativos, señalando cómo la moda trans ha activado cuestiones políticas y existenciales que ya han cumplido cuatro siglos y que pueden considerarse un dispositivo fabulatorio para hacer explícitas las subjetividades.

Palabras clave: *Drag queen; Onnagata; Fabulación.*

1. INTRODUCTION

The purpose of this article is to discuss the performative constitution of Drag Queens, specifically those documented by Cláudia Guimarães in São Paulo, and of *onnagata* actors from kabuki theater, interfaced with select characters from Kazuo Ohno's butoh dance. This topic has typically been addressed using exclusively Western bibliographies, by introducing the history of Japanese artists into this debate new discussions are engendered within the framework of current decolonial studies, aiming to broaden and challenge conventional references.

The methodology involves bibliographic research, primarily grounded in bodymedia theory (Katz; Greiner, 2015), and iconographic research to qualitatively analyze the unique expressions of bodies outside heteronormative standards. This approach highlights how transfashion brings forth political and existential issues that span over four centuries and can be considered a cognitive operator for rendering subjectivities explicitly. These issues are further elucidated by fabulatory strategies that reveal the power of the false as a political force.

The research corpus consists of photographs taken by Cláudia Guimarães in São Paulo, as well as studies on *onnagata* actors from kabuki theater in dialogue with selected characters from Kazuo Ohno's butoh dance. This selection is justified by the fact that *onnagata* actors, like Ohno's characters, constitute feminine personifications, similar to Drag Queens.

2. Drag Queens and Onnagatas: Performances and Gender Personifications

2.1 São Paulo Drag Queens and Gender Performativity through the Lens of Claudia Guimarães

Queer fashion, and specifically drag fashion as it is known in Brazil today, was influenced by the nightclub culture and the drag balls¹ or ballroom culture imported from the underground scenes of late 1970s and early 1980s New York. Later, particularly from the 1990s onward, certain aesthetic elements began to be co-opted by the market, such as the dance technique of voguing, which gained mainstream recognition through its appropriation by the singer Madonna (Lawrence, 2011). This dance technique gradually became an identity marker widely used by non-binary people—including drag performers, though not exclusively by them.

One of the key figures responsible for elevating and amplifying the visibility of drag queens was RuPaul Charles, who began to gain recognition for his career in the 1990s. As an actor, drag queen, top model, singer, and television show host, RuPaul championed drag culture by creating visibility networks in media. In 2009, he premiered the first season of his reality show *RuPaul's Drag Race*, which has achieved international success, including a Brazilian version of the show launched in 2023. Although the primary goal of this reality show is largely market-oriented, it should also be recognized for its global dissemination of drag culture (Oliveira; Araújo, 2016).

This reality show explores narrative potentials that humanize drag queens beyond an exoticized approach, revealing their emotions, vulnerabilities, and personal intimacies, and bringing their presence into contexts beyond LGBT communities (Oliveira; Araújo, 2016, p. 4).

It is also essential to recognize the importance of having a plurality of body types among the chosen participants (Figure 1). By doing this, the general audience can find points of

identification. At the same time, this becomes a gateway to the drag world and aligns with the principles of the body positivity movement, a trend that began in the 1960s, emphasizing the acceptance of diverse body types, especially those that diverge from idealized standards (white, thin, cisgender, able-bodied, and so on).

Figure 1. *RuPaul's Drag Race Brasil*, 2023



Source: TechTudo (2023).

With the spread of this underground culture into the mainstream, many drag performers have reached the spotlight, securing and legitimizing their careers within the fashion market. In 2020, the Brazilian edition of *Vogue* magazine featured iconic drag queens on its covers, including pop divas from Brazil's queer scene: Pablio Vittar, Halessia, Bianca Delafancy and Gloria Groove (Figure 2).

Figure 2. Covers featuring iconic Brazilian drag queens, *Vogue Brasil*, October 2020



Source: *Vogue Brasil* (2020).

Once again, it is essential to emphasize the role of marketing and the appropriation of discourse in large-scale media campaigns looking for a general public, which reveals the need for visibility and gender diversity on a national scale through a discursive displacement of meanings.

It is well known that the construction of drag fashion and its aesthetics extends far beyond clothing, makeup, and media marketing strategies. There is an entire gestural movement and a gender performativity necessary for the bodily production of drag. Therefore, many drag performers often engage with body arts to create a new world of possibilities for being and behaving that does not adhere to previously

established norms. Drag queens primarily draw from a sense of estrangement from the body.

In this sense, the connection to bodymedia theory (Katz; Greiner, 2015) becomes relevant. Fashion and the imagistic constitution of the body have never been separated from the relationships between body and environment. It is a way of continuously constructing subjectivities without conforming to given parameters. According to Katz and Greiner (2015), the body has never been “the body” with a definite article; instead, it is always a signifying flow with the environment. It is worth noting that, for these authors, the environment is understood not merely as a physical space but in a broader sense—encompassing social, cultural, political, and subjective environments.

In this perspective, it is also important to observe that the network natureculture (deliberately without a hyphen) has always been present:

A preliminary piece of evidence is that it is no longer appropriate to distinguish as separate and independent instances a biological body and a cultural body. The anatomical body and the living body acting in the world have become inseparable. One may choose, of course, very specific levels of description, as occurs in neurophysiology laboratories, for example, or on the theater stage, but nonetheless, the recognition of co-evolutionary processes between body and environment must necessarily be considered, even in the most specific analyses and experiences. Speaking of co-evolution means acknowledging that it is not only the environment that shapes the body, nor is it solely the body that shapes the environment. Both are always active (Greiner, 2005, p. 42).

There is an extensive amount of gender literature that refutes biological determinism and emphasizes bodily constitution through intersections and indistinctions between biology and culture. According to Preciado (2004, p. 21):

Contrassexuality is not the creation of a new nature; on the contrary, it is more the end of Nature as an order that legitimizes the subjugation of certain bodies to others... within the framework of the contrasexual contract, bodies recognize themselves not as men or women but as speaking bodies, and they recognize other bodies as speaking as well.

In the media, the ways of constituting the body are also present. Media representation assumes new mediations and reiterates the complexity of bodies as moving signifying systems, rather than as something primarily given. Moreover, the media is an inexhaustible source of the creation of meanings, affects, and subjectivities; thus, it is undeniable how its power is felt in the bodies and the possibilities of bodies it makes visible, as well as in the impossibilities of bodies it chooses to leave in opaque zones.

The chronicler of the queer night, Claudia Guimarães², is a good example, having captured numerous iconic figures from the drag and travesti scene in São Paulo—such as Andréa de Mayo, a travesti³ protagonist of Chico Felitti's (2022) fabulations in the work *Rainhas da Noite (Night Queens)*. In her images, stereotypes are not reproduced; rather, they affirm subjectivities in action (Figure 3).

Figure 3. Andréa De Mayo & Al Capone, 1997



Source: Revistazum (2024).

The portraits of Claudia Guimarães were pioneering in documenting the nightlife of the queer community in São Paulo, and it was during this same period that she gained significant recognition outside Brazil, in international outlets such as *Vogue* and *Elle*. Currently, her work is part of the permanent collection at the Pinacoteca do Estado de São Paulo, and the photographer is represented by the art gallery Lona Galeria (Hampshire, 2023).

The decision to analyze part of her work stemmed from the recognition that she has always been guided to expose human dignity in her portraits, aiming to eliminate stigmatization. Her images aimed to escape the stigmatized eroticism surrounding travesti bodies, reterritorializing them to a symbolic place, primarily based on the right to singularity and the pride of defying norms.

Guimarães managed to create cuts within the stigmatized sexual context to imbue the photographs with an air of respect without the connotation of strangeness. In doing so, she highlighted even more feminine attributes of the subject.

ts: soft features, impeccable makeup and hair, smooth skin, and elegant textures. The goal was precisely to emphasize all the extravagant forms of existence, placing images of the subjects in newspapers and magazines. Such a strategy legitimized invisibilized narratives that would never have existed if they relied solely on traditional media (Hampshire, 2023).

From photographs of the São Paulo nightlife to fashion editorials, Guimarães laid bare the queer (the strange and the bizarre), transforming stereotypical parameters into a stunning sublime beauty (Figures 4 and 8).

Figure 4. The drag queen Marcia Pantera, before the parade of designer Alexandre Herchcovitch at the first Phytoervas Fashion. Galpão da Vila Olímpia (SP), 1994.



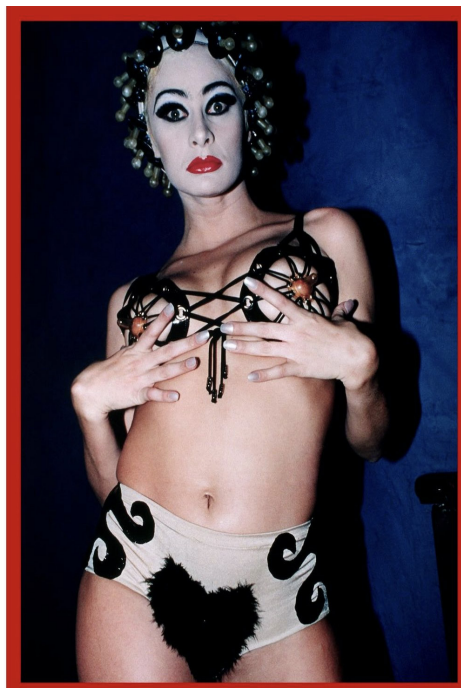
Source: Folhapress Collection (1994).

Figure 5. Natasha, 1996



Source: Instagram @the_wibook_claudiaguimaraes (2024).

Figure 6. Katia, 1994



Source: Instagram @the_wildbook_claudiaguimaraes (2024).

Figure 7. Roberta, 2001



Source: Instagram @the_wildbook_claudiaguimaraes (2024).

Figure 8. Images from the Editorial Ken-gá B*tchwear by Claudia Guimarães, 2022.



Source: Instagram @the_wildbook_claudiaguimaraes (2024).

It is important to highlight that, since Claudia Guimarães began her activism with drag images, the context has changed—despite the ongoing prejudices, as well as the high rate of violence against trans individuals. In 2022, Erika Hilton was elected as a city deputy in São Paulo. For the first time in history, São Paulo elected a trans woman to the National Congress. In November of the same year, Erika walked the São Paulo Fashion Week (SPFW) runway for the Brazilian brand LED (Figure 9), gaining significant media attention with her disruptive worldview, which advocates for non-binary gender and the diversity of bodies.

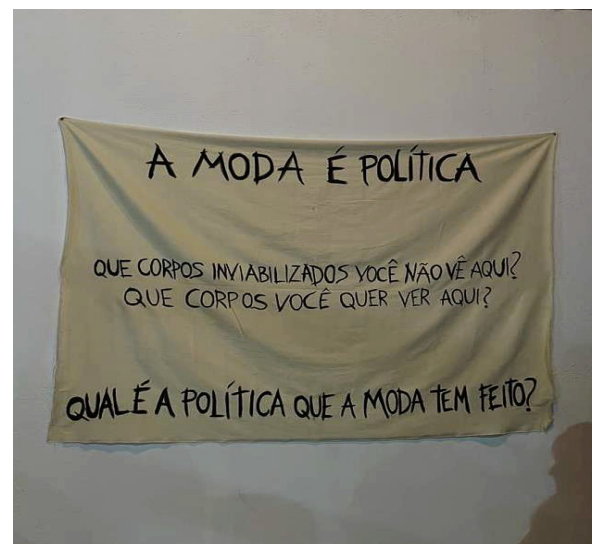
Figure 9. Transgender deputy Erika Hilton walks the runway at SPFW 2022.



Source: Instagram @hilton_erika (2022).

Célio Dias, the creative director of the brand, expressed his gratitude on social media (@celiodias) for the collaboration with the deputy, raising the banner that the future of Brazil would be fabulous. Furthermore, some of the art installations from this same edition of the event – such as in Figure 10 – emphatically questioned the bodies that were not represented in mainstream media.

Figure 10. Artistic installation by an unidentified author, SPFW 2022. It says “fashion is political. Which invisibilized bodies do you not see here? Which ones do you want to see? What is the politics fashion has done?”



Source: Personal collection of Paula Hampshire (2022).

More than merely reflecting values, drag culture and all the issues related to the affections of a specific historical moment within society have proven to be politically propositional. Erika Hilton’s runway show was a radicalization. The artistic installation, as well as the runway itself, affirmed what photographer and essayist Ariella Azoulay (2008) refers to as the “civil contract of photography,” granting visibility to trans bodies.

According to Azoulay (2008), photography is never me-

rely itself or the eternalization of a moment in the past; rather, it is a contract—and like any contract, it requires operational agents to validate it. Photography extends from the gaze of the viewer, which is why it always has a political and transformative character. It constitutes a process involving those who experience it, those who witness it, and those who produce the image. In a way, it operates under the same logic as the constitution of gender. That is, it is not solely about the endogeneity of a body and its imagination but involves multiple gazes that interact and internalize new possibilities for life.

2.2 Onnagata and Gender Personification in Kabuki Theatre

As suggested in the abstract of this article, although the drag discussion has been strengthened in Western media following events in the United States, it is important to note that there is a genealogy of trans bodies that extends beyond the discussions proposed in the West. As proposed by Zairong Xiang, a professor at Duke University in Shanghai, in his recently translated and published book “Ancient Queer Pathways” by n-1 Publishing (2024), part of the decolonial endeavor is to expand historical research beyond the centers of power structured by Northern epistemologies. In this direction, this research suggests two examples from Japan that not only broaden history but also help to understand the relationship between body, clothing, and image in the constitution of gender from other perspectives.

The first example comes from the so-called kabuki theater. Interestingly, in the early years of kabuki, this theatrical genre was conceived and performed primarily by women. According to period engravings, kabuki is said to have originated in Kyoto in 1603 through the performances of Okuni (Figure 11), an attendant at the Izumo Shrine who referred to herself as a priestess (Ariyoshi, 1972).

Figure 11. Okuni of Izumo



Source: Unknown Author, Tokugawa Art Museum (2024).

The word “kabuki” comes from the ancient verb *ka-buku*, which meant to bend or deviate, indicating its purpose of subverting established rules. Groups of *onna kabuki* (women) were known for their activities related to prostitution and were thus censored and banned from the stages by the Tokugawa shogunate. The later phase, known as *kabuki wakashu* (young male actors), quickly became popular, but in 1652, these actors were also banned for challenging the moral principles of the time (Leiter, 2002).

As both women and young boys were banned, kabuki transitioned to a theater of adult men, with an official suggestion that actors avoid sensual scenes. It is likely that during this period of adult kabuki, the roles known as *onnagata* (Figure 12) emerged, representing feminine personifications, meaning male actors portraying female characters, resulting in a highly refined technique.

Figure 12 - Onnagata of Kabuki, 1984



Source: Jack Vartoogian/Getty Images (2024).

The fall of the Tokugawa shogunate in 1868 resulted in the elimination of the samurai class and the social structure that supported kabuki theater. Nevertheless, performances continued to focus on female personifications, specifically the onnagata—actors specialized in female roles. The ideal of the onnagata is not merely to imitate women but to symbolically express an ideal of femininity (De Vos, 2000).

In contrast to Elizabethan theater in the West, where men played female roles, the performance of the onnagata was maintained continuously. Studies have suggested that some of these actors exhibited symptoms similar to menopause around the age of 50, as they often portrayed their characters 24 hours a day without interruption. Today, there is greater flexibility, and kabuki actors can have families, a practice that was previously prohibited.

3. METHODOLOGY

As it was mentioned in the introduction of this article,

the methodology primarily relied on bibliographic and iconographic research. Several concepts were utilized as operators to elucidate how the theme of drag queens was presented. Notably, these include: fabulation, personification, image creation, and the notion of body media.

The aim was to analyze, descriptively and qualitatively, the embodiment of images and the constitution of transgender identities, drawing from not only bibliographic sources but also the observation and analysis of images and performances. In this sense, the employed methodology is considered transdisciplinary, bringing together varied sources from photography studies, performance, gender, fashion, Japanese studies, and more.

4. RESULTS AND DISCUSSION

This article explores potential connections with the onnagata of kabuki theater and other performances, as well as some relationships with the fabulations of butoh dance following the visit of dancer Kazuo Ohno to Brazil, which sparked excitement within the drag community in 1997.

It is known that attempts to introduce actresses into kabuki during the modern era failed, mostly because it involved an idealized, fictional representation rather than a female body acting for itself. In this sense, onnagata resonate with drag performers and may be part of an expanded genealogy of these images. More than mere characters, there is often an indistinction with everyday life, which is also common among some drag queens who embody the same character throughout their lives.

The formation of the onnagata begins with an imitation of feminine gestures known as *monomane*, a strategy that replicates the execution of the gesture as well as its quality of existence. This means that there is a deliberate departure from stereotypes, but alongside these patterns of movement, there are shifts in bodily states. Thus, the repetition of these movements becomes internalized, allowing some actors to

represent the same character throughout their lives, much like the construction of a drag persona.

In the drag realm, there are also specializations and techniques of mimicry. Performers who embody characters for their entire lives, such as singers like Cher or Madonna, internalize these images. Likewise, original drag characters that belong solely to their creators may also be interpreted solely by the same artists throughout their lives, as they stem from specific subjectivities. It is likely that, in such cases, training occurs similarly, starting with gesture imitation, internalization of the quality of existence, and ultimately, a change in bodily state in one's own life.

In Brazil, shortly before the opening of Sesc Pinheiros, an event called "Babel" was organized in 1997, known for taking to the streets and the surrounding areas of this venue. The event coincided with one of Kazuo Ohno's visits, causing great excitement within São Paulo's drag community. At the time, Ohno, recognized as one of the leading figures in butoh dance, was not yet widely known among us.

Ohno often danced personified as a woman, inspired by significant figures such as the dancer La Argentina, his own mother, or literary characters like Divine from Jean Genet's *Notre-Dame-des-Fleurs* (1942) (Figure 13)

Figure 13. Kazuo Ohno as La Argentina by Eikoh Hosoe, 2014



Source: Eikoh Hosoe (2014, pp. 82-85).

Rumors suggest that, in the nights following his street performance, drag shows inspired by Kazuo Ohno (with his hats and kimonos) popped up throughout São Paulo's nightlife. During this event, alongside renowned names from the visual arts, music, theater, dance, and the club scene, a crowd gathered at the old Dama Xoc performance venue, at the nearby gas station, and in the adjacent warehouse. Among the participating artists were Del Pilar Sallum, Edilson Viriato, Adrienne Gallinari, Nina Moraes, Waldo Bravo, Nazareth Pacheco, Vasco Acioli, Monina Rapp, Carlos Coelho, Fernando Cardoso, and Marta Neves (in the project *Os Remorsos São Moscas*), Claudio Cretti, and Rosana Mariotto. The carioca drag performer Lola Batalhão also took the stage, as well as a reading of the text "A Dama da Noite" by playwright and writer Caio Fernando Abreu, created in the 1980s.

This event heralded the queer wave that would emerge in the following decades. Actor Gilberto Gavronski embodied the character Dana from Abreu's text, simulating what at the

time critic Erika Palomino identified as a “postmodern drag queen.” Additionally, actress Renata Jesion read letters from playwright Antonin Artaud, and Zé Celso Martinez staged a happening inspired by “Buzina do Chacrinha.”

What made Kazuo Ohno’s gestures catch the attention of the drag community amid the immense profusion of performances and images was a particular way of creating a body that can even be provoked by an external image (an icon of music, dance, or literature), but incarnates in the male body, rendering classic gender dichotomies indistinct and thus pointing to new ways of thinking about the drag scene.

What seems most relevant in these contexts, concerning the discussions that relate word, fashion, and image, is precisely the strategy for constituting these bodies. Just as in kabuki with the onnagata and in Kazuo Ohno’s *butō*, clothing and makeup are not merely accessories, but fabulatory modes of being (Greiner, 2017).

The question that pulses throughout the constitution of singular and subversive bodies is: how does an image become visible through these movements of the body and not merely appear as a fantasy or costume? Personification ceases to be just a representation for entertainment and becomes a way of life.

In this sense, fashion is fabulatory, as it creates distinct and non-dichotomous bodily possibilities while establishing new affects, generating new movements, and ensuring visibility for previously invisibilized modes of existence.

The term “fabulation” has been used in different ways and often refers to literature, as a singular possibility of dealing with fiction as a potential to generate movements (Greiner, 2021, p.170).

To strengthen this proposal, it is important to revisit some conceptual discussions that consider how a body produces its

image and knowledge. The bodymedia theory (Katz; Greiner, 2015), mentioned earlier in this article, helps to think about the processes of personification, as it denies the understanding of the body as a vehicle or instrument. In this perspective, the body is always “corpar” (Katz, 2021), meaning it is a process that continues to constitute itself in flow throughout life and in co-evolution with the environments it traverses.

The relationship between external image (costume and makeup) and internal image (subjectivity) occurs through a mutual establishment. Thus, the drag body and the trans body (such as the *onnagata*), are not merely a fantasy or the personification of specific characters, but ways to give visibility to subjectivities in process. There exists a destabilized instance between fiction and reality, as the fictional image of gender continues to fabulate subjective potential.

In the case of *butoh*, as proposed at the beginning of the movement by Tatsumi Hijikata and Kazuo Ohno himself, the dancing body would be a dead body laid bare to life (Uno, 2018). Death for these dancers would not be an endpoint but a starting point, as the main aptitude of this dance would be to destabilize the self to enable the opening of a body to radical otherness.

5. FINAL CONSIDERATIONS

The exercise of personification, tested centuries before the *butoh* experience by the *onnagata* of kabuki, already rehearsed the coexistence of two simultaneous images indistinctly blended in the bodies of the actors. As highlighted in the bodymedia theory, it is not merely an image that is seen, but an internal image that, according to neurologist António Damásio (apud Greiner, 2005), could be referred to as thought. In this perspective, even sharing distinct contexts, drag scenes, kabuki, and *butoh* find themselves at unusual crossroads. It is the movement of the body that dresses the image and, in turn, crosses gestures, lives, and singularities in a

pulsation that dares to challenge given certainties.

Thus, drag fashion becomes a subversive fabulatory device to elucidate subjectivities and problematize given categories that, despite being questioned for many centuries, remain encapsulated in stereotypes that trigger power relations and the banishment of bodies that escape neoliberal standards.

Endnotes

¹ Drag balls: Also known as ballrooms, these are events where drag performances and competitions take place. The first manifestations of underground ball culture began alongside the sexual liberation movements of the 1960s, allied with the hippie movement and the Stonewall protests. Between the 1970s and 1980s—coinciding with the height of the AIDS epidemic, which particularly affected the already marginalized queer population—the culture of drag balls truly consolidated, gaining momentum (Lawrence, 2011).

² Claudia Guimarães earned her undergraduate and master's degrees in Visual Arts from ECA-USP and worked in documentary photography for magazines in Brazil and Spain, which earned her several awards throughout her professional life. She had a significant influence in the 1990s, when she further delved into biographical photographs of real characters, most of which were published in the newspaper Folha de São Paulo.

³ "Travesti" is a term used in Brazil to describe a gender identity that is culturally distinct from terms commonly used in English, such as *transgender* or *transvestite*. For this reason, "travesti" is often kept in its original form in academic and cultural discussions to honor its unique historical and social significance. In Brazil, unlike traditional Western concepts, the term "travesti" is not strictly equivalent to "trans woman", as not all travestis identify fully with the term "woman." Historically, travestis in Brazil have carved out a strong cultural presence and political activism, often in the face of systemic discrimination and social marginalization. The identity also embodies a resistance to Western gender binaries, embracing instead a fluid and self-defined experience of femininity that is deeply embedded in the Latin American experience. For these reasons, "travesti" is maintained in its original Portuguese form when discussed in English-language contexts, preserving the cultural specificity and autonomy of this identity.

REFERÊNCIAS

ARIOSHI, Sawako. *Kabuki Dancer: a Novel of the Woman who Founded Kabuki*. Trad. James Brandon. Tokyo: Kodansha International, 1972.

AZOULAY, Ariella. *The Civil Contract of Photography*. Zone Books. p. 15-31, p. 85-135 e p. 375-411. New York, 2008.

BRAGA, Joana; BOURROUL, Camila, HAMPSHIRE, Maria Paula. **A Teoria do Círculo Mágico e Drag Queens**: um estudo sobre práticas de consumo, rituais imersivos de transformação e construção de identidade. Monografia (graduação). ESPM-SP, 2020.

De Vos, Patrick. **Jouer et Vivre en Femme, Statut Corporel de L'Onnagata du Kabuki in Le Corps en Jeu**. Paris: CNRS, 2000, p. 133-150.

FELITTI, Chico. **Rainhas da Noite**: as travestis que tinham São Paulo a seus pés. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

GREINER, C. **O Corpo, pistas para estudos indisciplinados**. São Paulo: ed. Annablume, 2005.

GREINER, C. **Leituras do Corpo no Japão**. São Paulo: n-1, 2015.

GREINER, C. **Fabulações do corpo japonês**. São Paulo: n-1, 2017.

GREINER, Christine. "Fabulações da dor". In PAIS, Ana. Dossiê Dramaturgias dos Afectos: Sentimentos Públicos e Performance. **Revista Dramaturgias**, Periódicos UnB N.18 (2021), p. 170-180. <http://periodicos.unb.br/index.php/dramaturgias/article/view/41286/31941>

HAMPSHIRE, Maria Paula. **Retratos transviados**: uma leitura política da construção midiática de corpos dissidentes. Dissertação de Mestrado orientação Christine Greiner. PUC-SP, 2023.

HOSOE, Eikoh. **Corpos de Imagens**. Realização: Sesc São Paulo, 2014.

KATZ, H.; GREINER, C. (Orgs.) **Arte e Cognição, corpomídia, comunicação e política**. São Paulo: ed. Annablume, 2015.

KATZ, Helena. "Corpar, porque corpo também é verbo". In: BASTOS, Helena. **Coisas vivas**: fluxos que informam. São Paulo: ECA-USP, 2021.

LAWRENCE, Tim. **A history of drag balls, houses and the culture of voguing**. Londres: Soul Jazz Books, 2011.

LEITER, Samuel L. **A Kabuki Reader**. (Ed.) Nova York: M. E. Sharpe, 2002.

OLIVEIRA, Cristiano Nascimento; ARAUJO, Leonardo Trindade. **Reconfigurações do consumo televisivo no reality show RuPaul's Drag Race**. Culturas Midiáticas, ano IX, n. 17, p. 293-309, 2016.

PRECIADO, Beatriz (Paul). **Manifesto Contrassexual, práticas subversivas de identidade sexual**, trad. Maria Paula Gurgel Ribeiro. São Paulo: edições n-1, 2014.

UNO, Kuniichi. **Hjikata Tatsumi, pensar um corpo esgotado**, trad. Christine Greiner. São Paulo: n-1, 2018.

XIANG, Zairong, **Antigos Caminhos Queer**, trad. Paula Faro e Gil Lourenço. São Paulo: ed n-1, 2024.

Reflexões para uma moda em perspectivas afrodiaspórica e decolonial

Greg Alexandre Malaquias

Mestranda, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) / gregalxmalaquias@gmail.com
Orcid:<https://orcid.org/0009-0007-9898-240X> / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9635017719890641>

Alexandra Eliza Vieira Alencar

Doutora, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) / xanda.alencar@gmail.com
Orcid:<https://orcid.org/0000-0003-3305-6046> / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1463037286528609>

Enviado: 31/07/2024 | Aceito: 06/11/2024



Reflexões para uma moda em perspectivas afrodiaspórica e decolonial

RESUMO

Há muito já se problematiza sobre a moda, e seu sistema, enquanto produções da cultura ocidental supremacista branca capitalista (hooks, 2019), podendo-se acrescentar patriarcal, cissexista, cisheteronormativa e ciscolonial (Vergueiro, 2016) como provocações. Este estudo tem como objetivo ressaltar a importância das perspectivas afrodiaspóricas e decolonial para tensionar o campo da moda, sobretudo a relação entre estética, corpo, moda e processos de subjetivação. Considerando a importância de perspectivas corporificadas e situadas (Kilomba, 2019; Haraway, 1995), esta pesquisa básica com revisão bibliográfica demonstra a busca por saberes afirmativos na elaboração da percepção crítica e sensível sobre moda, sistema de moda e estética, de modo a ressaltar as contribuições dos Feminismos Negros, da Teoria Decolonial, Transfeminismo e das discussões sobre Moda e Decolonialidade. Assim, em honra aos esforços de mulheres negras e de perspectivas afrodiaspóricas, propõe-se a valorização de subjetividades negras, bem como da ancestralidade, possibilitando reflexões com perspectivas corporificadas no campo da moda acerca de processos de subjetivação e, ainda, de cultura e estética a partir da contribuição dessas subjetividades. Foi possível compreender que o campo da moda é político, que a estética é política, assim como os dispositivos de produção de existências, de modos de estar, ser e fazer mundo.

Palavras-chave: Decolonialidade; Moda; Perspectivas Afrodiaspóricas.

Reflections on fashion by afro-diasporic and decolonial perspectives

ABSTRACT

For a long time, fashion and the fashion system have been discussed as productions of capitalist white supremacist Western culture (hooks, 2019), and we can add patriarchal, cissexist, cisheteronormative, and ciscolonial (Vergueiro, 2016) provocations. This study aims to highlight the importance of Afrodiasporic and decolonial perspectives to tension the field of fashion, especially the relationship between aesthetics, body, fashion and processes of subjectivation. Considering the importance of embodied and situated perspectives (Kilomba, 2019; Haraway, 1995), this study is a basic research with bibliographic review for affirmative knowledge in developing a critical and sensitive understanding of fashion, the fashion system, and aesthetics. It highlights the contributions of Black Feminisms, Decolonial Theory, Transfeminism, and discussions on Fashion and Decoloniality. Thus, in honor of the efforts of Black women and Afro-diasporic perspectives, it proposes the valorization of black subjectivities as well as ancestry, enabling reflections with embodied perspectives in the fashion field regarding processes of subjectivation and the body, as well as culture and aesthetics from the contributions of Black subjectivities. It was possible to understand that the field of fashion is political, that aesthetics are political, as well as devices for the production of existences, ways of being, being and making the world.

Keywords: Decoloniality; Fashion; Afro-diasporic Perspectives.

Reflexiones sobre una moda en perspectivas afro-diaspóricas y decoloniales

RESUMEN

Durante mucho tiempo se ha discutido la moda y el sistema de moda como producciones de la cultura occidental supremacista blanca capitalista (hooks, 2019), y podemos añadir patriarcal, cissexista, cisheteronormativa y ciscolonial (Vergueiro, 2016) como provocaciones. Este estudio tiene como objetivo resaltar la importancia de las perspectivas afro-diaspóricas y decoloniales para tensionar el campo de la moda, especialmente la relación entre estética, cuerpo, moda y procesos de subjetivación. Teniendo en cuenta la importancia de perspectivas corporificadas y situadas (Kilomba, 2019; Haraway, 1995), esta investigación básica con revisión bibliográfica demuestra la búsqueda de conocimientos afirmativos en la elaboración de una percepción crítica y sensible sobre la moda, el sistema de moda y la estética, resaltando las contribuciones de los Feminismos Negros, la Teoría Decolonial, el Transfeminismo y las discusiones sobre Moda y Decolonialidad. Así, en honor a los esfuerzos de mujeres negras y de perspectivas afro-diaspóricas, se propone valorar las subjetividades negras así como de la ancestralidad, permitiendo reflexiones con perspectivas corporificadas en el campo de la moda sobre procesos de subjetivación y el cuerpo, así como cultura y estética a partir de la contribución de subjetividades negras. Era posible entender que el campo de la moda es político, que la estética es política, así como dispositivos de la producción de existencias, modos de estar, ser y hacer mundo.

Palabras-clave: *Descolonialidad; Moda; Perspectivas afro-diaspóricas.*

1. PARA INÍCIO DE CONVERSA: MODA EM PERSPECTIVAS CORPORIFICADAS

Pode a moda ser compreendida a partir de perspectivas afrodiaspórica e decolonial? Este estudo é uma tentativa de ressaltar a importância das perspectivas afrodiaspórica e decolonial para tensionar o campo da moda, sobretudo a relação entre estética, corpo, moda e processos de subjetivação. Sem buscar verdades absolutas, soluções finais e esgotamentos.

É importante considerar a perspectiva interseccional, mas não apenas enquanto conceito. Acredita-se na importância de nutrir uma produção de saberes e fazeres em articulação efetiva à prática da interseccionalidade, evitando essencializações (Ferdinand, 2022) e essencialismos limitantes (Nascimento, 2021) na produção de saberes e fazeres, em busca de propor processos de criação que impulsionem a “desconstrução do caráter essencializador e biogênico dos padrões de gênero, raça, sexualidades etc.” (Lima, 2022, p. 134) e instrumentalizem a produção de conhecimento inclusive no campo da moda (Lima, 2022). Assim, o papel da interseccionalidade (Collins, 2016; 2019; Akotirene, 2020) neste estudo está para além de metodológico, demonstrando a necessidade de refletir a moda a partir de perspectivas afrodiaspórica e decolonial, lembrando ainda que “a interseccionalidade visa dar instrumentalidade teórico-metodológica à inseparabilidade estrutural do racismo, capitalismo e cisheteropatriarcado” (Akotirene, 2020, p. 14).

Considera-se as movimentações dos Feminismos Negros para “um ponto de vista de e para mulheres negras” (Collins, 2016, p. 101), ao se produzir conhecimento neste artigo, sem esquecer e invisibilizar a relevância do marcador étnico-racial, do dispositivo da racialidade (Carneiro, 2023; 2005) quando se produz a partir de subjetividades negras sobre subjetividades negras, sobretudo para subjetividades negras. Há duas subjetividades negras neste estudo: uma

travesti negra e uma mulher negra cisgênera. Neste sentido, torna-se imprescindível as perspectivas corporificadas e situadas (Kilomba, 2019; Haraway, 1995) na busca de fomentar, impulsionar, nutrir e contribuir para diálogos interseccionais que considerem nossas ações na vida cotidiana, em um compromisso muito levantado pela ação dos Feminismos Negros, que busca transformação social, “de modo a superar universalidades e essencialismos limitantes” (Nascimento, 2021, p. 22), também percebidas nas práticas do Transfeminismo.

Nesta pesquisa básica, em busca de transformação social e de contribuição aos estudos sobre moda e decolonialidade, ou moda decolonial, reitera-se uma abordagem de perspectivas corporificadas [sobretudo afrodiáspóricas], propondo um diálogo e uma revisão teórica com saberes e fazeres da Teoria Decolonial, Feminismos Negros e Transfeminismo em discussões sobre estética, corpo e moda – na tentativa de ressaltar a importância das perspectivas afrodiáspórica e decolonial ao problematizar a relação entre branquitude, cisgeneridade e o campo da moda na construção de senso crítico e percepção estética.

2. DAS MOVIMENTAÇÕES

A partir daqui considera-se a importância de ressaltar os estudos e movimentações que inspiram e conduzem as reflexões deste artigo. Neste sentido, a fim de tensionar a lógica do sistema de moda, é importante levar em conta a ideologia de dominação que permeia a cultura ocidental (Hooks, 2019; 2020^a; 2020^b). A mesma cultura ocidental de supremacia branca capitalista (Hooks, 2019; 2020^a; 2020^b), que consequentemente permeia a moda e sustenta a lógica do sistema de moda e, ainda, da colonialidade – do poder, do saber; a “colonialidade de gênero” (Lugones, 2014). Tanto a colonialidade quanto a cultura ocidental, não deixam de evidenciar os reflexos do colonialismo e da dominação; logo, é importante considerar os epistemicídios produzidos por epistemologias que se tornaram hegemônicas (Grosfoguel, 2016).

Para descolonizar o olhar e os reflexos da colonialidade de gênero (Lugones, 2020), destaca-se a importância de desnaturalizar e tensionar a categoria da cisgeneridade, crítica evidente do Transfeminismo que permite refletir a descolonização e a desnaturalização de nossos processos subjetivos, a produção de conhecimento, bem como provocar reflexões que atravessem o campo da moda.

O transfeminismo é, assim como o feminismo negro, a busca de uma voz coletiva na qual possamos expressar nossas mulheridades/feminilidades, como evidencia Patricia Hill Collins (2019). Um compartilhamento, que deve acontecer de modo articulado, com as nossas interseccionalidades raciais, etárias, de localização geográfica, de classe, entre outras (Nascimento, 2021, p. 51).

Neste sentido, em diálogo com Viviane Vergueiro (2016; 2015), considera-se a cisgeneridade como categoria analítica, possibilitando a construção de estudos, análises, teorias interseccionais, contribuindo assim com as discussões de um pensamento crítico decolonial.

[...] a cisgeneridade não diz respeito apenas a um processo subjetivo, mas a uma ordem política. Conforme traz Vergueiro (2016), trata-se de um conceito que **caminha em paralelo a produções sobre branquitude e heteronormatividade**, fazendo com que o entendimento de "cisgênero" não possa ser somente o de alguém que se identifica como tal, mas como alguém que é endereçado a diferentes lugares devido ao fato de ser cis. Cabe, então, considerar a **cisgeneridade como um marcador atuante no tecido social, fabricando reconhecimento epistêmico para uns, todavia, alienação para outros** (Favero, 2020, p. 6-7) [grifos nossos].

Assim, ao se compreender e desnaturalizar a branquitude¹, além do racismo e do sexismo, considerado aqui

cissexismo, na produção de opressões e dos epistemicídios, é possível transbordar também as percepções que alimentam o sistema de moda, e ainda da “ciscolonialidade” (Vergueiro, 2016; 2015), tensionando a relação entre moda e ciscolonialidade. Tanto a ciscolonialidade quanto a moda são dispositivos da cultura ocidental que alimentam o sistema de moda.

[...] a proposição conceitual de cisgeneridade se localiza para além de enfatizar o caráter de “ideologia cultural” que configura a cisgeneridade (e muito mais distante ainda, evidentemente, de um exercício de nomeação de “quem é cis e quem não é”). É uma proposição nos que incita, também, a desestabilizarmos hegemonias epistêmicas, legitimando e valorizando a necessidade dos saberes desde “olhares oposicionais”, parafraseando bell hooks (1992) (Vergueiro, 2016, p. 263).

Com isso, compreende-se a categoria de gênero como determinante para a organização social de sociedades ocidentais (Oyewúmí, 2021) e, ao refletir sobre o conceito de cisgeneridade como categoria analítica e decolonial (Vergueiro, 2016), torna-se imprescindível inclusive na contribuição de “uma crítica da opressão de gênero racializada, colonial e capitalista heterossexualizada visando uma transformação vivida do social” (Lugones, 2014) – ressaltando portanto a importância de perspectivas corporificadas (Kilomba, 2019; Haraway, 1995) ao se discutir sobre a moda e seu, tentativa deste artigo, e que se encontram com a teoria decolonial, bem como com perspectivas de pesquisadoras de moda e decolonialidade (Lima, 2022; Rosa, 2023; Vilela, 2022; Santos, 2020).

A colonialidade do gênero permite-me compreender a opressão como uma interação complexa de sistemas econômicos, racializantes e engendrados, na qual cada pessoa no encontro colonial pode ser vista como um ser vivo, histórico, plenamente caracterizado (Lugones, 2014, p. 941).

Como diz Lina Pereira, Linn da Quebrada, nos melódicos e sensíveis versões de “tudo”, canção do álbum “Trava Línguas”, no que parece ser uma crítica à cisgeneridade na constituição de subjetividades, sobretudo subjetividades negras e travestis: “Eu tinha tudo; Tudo, tudo, tudo, tudo; Tudo, tudo e mais um pouco; Tudo, tudo, tudo, tudo; Para te deixar”, no sentido que desistir da cisgeneridade se torna também uma movimentação política de rasura às convenções, aos essencialismos produzidos por uma tecnologia de gênero (Lauretis, 1987) e pela colonialidade de gênero (Lugones, 2014), que organizam as sociedades ocidentais e sua cultura, enquanto legitimam a cisgeneridade como um processo subjetivo natural. Assim, ciscolonialidade (Vergueiro, 2016) produz subjetividades hegemônicas – branquitude cisheteronormativa, cissexista, ciscolonial – para que as subjetividades que não se pareçam com as hegemônicas sejam dominadas, por meio das matrizes de opressão e dominação que marcam seus processos de subjetivação.

Ao considerar perspectivas corporificadas nos estudos de moda, e mais especificamente perspectivas de mulheres negras e afrodiaspóricas, é fulcral exaltar a potencialidade das críticas tecidas por Sueli Carneiro, em sua tese de doutorado acerca do dispositivo da racialidade (Carneiro, 2023; 2005). Logo, a relação dialética constitui o dispositivo da racialidade, no sentido que se “instaura, no limite, uma divisão ontológica, uma vez que a afirmação do ser das pessoas brancas se dá pela negação do ser das pessoas negras” (Carneiro, 2023, p. 13), ou seja, “a superioridade do Eu hegemônico, branco, é conquistada pela contraposição com o Outro, negro” (Carneiro, 2023, p. 13).

Para Isildinha Baptista Nogueira (1998), ao tratar de processos de subjetivação de subjetividades negras:

A ‘brancura’ passa a ser parâmetro de pureza artística, nobreza estética, majestade moral, sabedoria científica, etc. Assim, o branco encarna todas as virtudes, a manifestação da razão, do espírito e das idéias: ‘eles são a cultura, a civilização, em uma

palavra, a humanidade' (Nogueira, 1998, p. 88).

Sueli Carneiro (2003), em "Mulheres em Movimento", lembra que o "racismo também superlativa os gêneros por meio de privilégios que advêm da exploração e exclusão dos gêneros subalternos" (Carneiro, 2003, p. 119) e alerta para o fato de que a raça atua na constituição de "gêneros subalternizados" (Carneiro, 2003), quer dizer, a maneira pela qual se constrói a narrativa da representação das categorias homem e mulher difere em relação a subjetividades de pessoas negras e de pessoas brancas. Assim, pode-se pensar nas questões associadas

[...] a uma identidade feminina estigmatizada (das mulheres negras), e aqui poderíamos sugerir feminilidades e mulheridades estigmatizadas, como a masculinidades subalternizadas (dos homens negros) com prestígio inferior ao do gênero feminino do grupo racialmente dominante (das mulheres brancas) (Carneiro, 2003, p. 19).

Isto convida ao questionamento de como são construídas nossas subjetividades, diante da importância das representações no imaginário cultural e, conseqüentemente, da materialidade do corpo, e ao resgate da noção de dispositivo da racialidade e biopoder aprofundada na tese de doutorado de Sueli Carneiro e no livro "Dispositivo de racialidade" (Carneiro, 2023; 2005).

Assim, a noção de dispositivo como "prática divisora" (Carneiro, 2023) constitui "uma nova unidade em cujo o núcleo se aloja a uma nova identidade padronizada, e, fora dele, uma exterioridade oposta, mas essencial para a afirmação daquela identidade nuclear" (Carneiro, 2023, p. 28). Quando a autora desenvolve e aprofunda a noção de dispositivo da racialidade e biopoder (Carneiro, 2023; 2005), certamente produz um tensionamento que pode ser aplicado às maneiras pelas quais são construídas nossas pesquisas em moda, pas-

sando à construção de pesquisas engajadas com o fortalecimento de perspectivas interseccionais.

Ignorar a importância da racialidade, a importância de se refletir raça e etnia, classe, identidade de gênero, sexualidade, nacionalidade, geração, entre outros marcadores sociais, torna nossas análises rasas e produz a manutenção de uma ciscolonialidade de gênero que se valida do epistemicídio na construção de saberes e fazeres (Carneiro, 2023; 2005; Grosfoguel, 2016). O mesmo epistemicídio que recusa a existência da intelectualidade e saberes de subjetividades negras. Torna-se portanto relevante a consideração do dispositivo da racialidade e sua relação com biopoder na discussão sobre estética – tema muito abordado no campo da moda. O biopoder se expressa, incorpora-se na constituição da estética, seja enquanto pensamento ou identidade, seja enquanto uma construção política. Uma construção política de corporeidades é possível a partir da estética e de seu tensionamento.

Sueli Carneiro (2023) lembra como o branco se tornou o ideal de “Ser para os Outros” como forma de afirmação proveniente da burguesia, que instituiu o padrão estético desejável e até a forma de amor e sexualidade; assim, o corpo é a expressão dessa autoafirmação (Carneiro, 2023). Inspirada em Michel Foucault e na noção de dispositivo, a autora alerta o seguinte:

[...] o dispositivo da racialidade também produz uma dualidade entre positivo e negativo, tendo na cor da pele o fator de identificação do normal, e a branca será a sua representação (Carneiro, 2023, p. 31).

Trata-se da branca enquanto representação de normatividade. E, se no corpo pode-se encontrar a autoafirmação do padrão estético, faz-se necessário, além de nomear e reconhecer esse padrão estético para problematizar sua naturalização e transformar o imaginário social, considerar as diferenças ao corpo branco cisheteronormativo como possibilidades estéticas, afirmativas, de existência, enquanto sub-

jetividades. Neste sentido, resgata-se a perspectiva de Isildinha Baptista Nogueira (1998), buscando compreender como o efeito das representações constroem a coletividade e ainda nossas subjetividades: “a vida coletiva, assim como a vida psíquica dos indivíduos, se faz de representações, ou seja, de figurações mentais” (Nogueira, 1998, p. 40).

Também faz sentido a provocação de inquietações acerca da importância de se construir saberes e fazeres corporificados, afirmativos, de modo que seja possível reconhecer o

[...] caminho de **valorização da nossa ancestralidade**, como base para a criação de imagens e processos respeitáveis a nós mesmas em primeiro lugar, para **potencializar os processos criativos e produtivos nesse campo, centrando as reflexões e métodos na realidade das pessoas criadoras e não com base na utilização métodos de ensino elaborados a partir de roteiros prontos ou fórmulas a serem reproduzidas acriticamente** (Lima, 2022, p. 36) [grifos nossos].

Como é se construir subjetivamente, percebendo que seus pares, corporeidades pares, são idealizados para não serem desta forma constituídos? A partir disso, considera-se a apropriação da noção de corpo-documento de Beatriz Nascimento, a partir de Alex Ratts (2007), lembrando que corpo, além de ser pontuado de significados, pode ser entendido como memória – compreendida como de suma importância no estudo das subjetividades negras e na constituição de corporeidades negras (Ratts, 2007), sobretudo ao se refletir sobre uma construção que se dá em movimento e se repensar o corpo a partir de perspectivas outras que não “a manutenção de uma técnica corporal disciplinar” (Aires, 2019, p. 99), que produz vidas e mortes.

Afinal, compreende-se “que **‘não se nasce mulher negra, torna-se [mulher negra] por meio de formas diversas de resistência’**” (Lima, 2022, p. 139) e, para que se honre as movimentações de mulheres negras mais velhas

como Beatriz Nascimento, além de transbordar a noção de corpo-documento e a relação com as subjetividades negras, propõe-se construir coletiva e continuamente movimentos afirmativos que fortaleçam a nutrição e a constituição de subjetividades negras – de modo que as perspectivas corporificadas e situadas, mais especificamente afrodiaspóricas, se tornem imprescindíveis.

É urgente considerar o dispositivo da racialidade para refletir criticamente o campo da moda, seu sistema e nossas perspectivas estéticas. É urgente situar saberes e fazeres, corporificá-los e descolonizá-los. Novamente, pode a moda ser compreendida pelas perspectivas afrodiaspórica e decolonial?

2.1 Moda Decolonial e Modativismo

Ao se considerar a importância de uma reflexão sobre moda a partir de perspectivas corporificadas, enfatiza-se que, para uma produção corporificada efetiva, faz-se urgente afirmar

[...] o quão indissociáveis são a pessoa observadora e o fato por ela analisado nos processos de observação ao passo em que analisa as contradições do mundo social e busca compreender a singularidade dos fatos (Lima, 2022, p. 115).

Para a pesquisadora de moda decolonial, Heloisa Helena de Oliveira Santos (2020), ao “avaliarmos o próprio conceito de tempo e mudança como construções ocidentais, é possível discutirmos mesmo a própria noção de moda” (Santos, 2020, p. 168) e, neste sentido, transbordar discussões no campo de moda não apenas nomeando a relação do sistema de moda e a supremacia branca capitalista (Hooks, 2019; 2020^a; 2020^b), mas tensionando as dinâmicas que constroem tal relação como dispositivo da constituição de subjetividades.

Acredita-se ser possível refletir sobre o campo da moda para além do sentido da visão, do privilégio visual o qual se

insiste nas sociedades ocidentais (Oyewùmí, 2021), ao considerar a atuação dos diferentes sentidos – visão, audição, tato, olfato e paladar – nas elaborações relacionadas a uma percepção estética de perspectiva crítica, sobretudo nas reflexões sobre moda e o sistema de moda. Refletir sobre moda numa percepção estética crítica, além de acionar a importância de valorizar saberes corporificados, evoca a relação com perspectivas decoloniais, e o conceito de “cosmopercepção” proposto por Oyeronké Oyewùmí (2021).

O termo ‘cosmovisão’, que é usado no Ocidente para resumir a lógica cultural de uma sociedade, capta o privilégio ocidental do visual. É eurocêntrico usá-lo para descrever culturas que podem privilegiar outros sentidos. **O termo ‘cosmopercepção’ é uma maneira mais inclusiva de descrever a concepção de mundo por diferentes grupos culturais.** (Oyewùmí, 2021, p. 29) [grifos nossos].

Logo, o campo da moda transborda os sentidos enquanto uma cultura visual inserida em uma perspectiva ocidentizada de moda e cultura; a relação entre moda e cultura não se esgota no sentido da visão e ao que se vê, pois outros sentidos tornam-se também relevantes. E se corpo é documento como bem lembra Beatriz Nascimento (1989; 2022), a moda faz parte dos dispositivos do corpo. Afinal,

[...] a moda e a biopolítica e colonialidade exercem paralelamente um poder sobre [o corpo] baseado na construção racial, legitimada por um processo bastante violento chamado colonização e, finalmente, a política das diferenças, que envolve principalmente questões identitárias e representações culturais simbólicas em relação ao Outro negro como forma de garantir a manutenção do privilégio estrutural racial branco (Vilela, 2022, p. 23).

Nas perspectivas de Caroline Barreto de Lima (2022),

A moda afeta ou determina não apenas nossas vestes, pois mesmo o corpo nu, as nossas habitações, o desenho urbano e demais formas visíveis ao nosso redor, têm a direcionadas as formas da construção de sentido e significado nos mais variados universos da nossa convivência e ao mesmo tempo em que age como correspondente do imperativo capitalista, atua também como uma forma de materialização dos códigos culturais e sociais sobre a aparência (Lima, 2022, p. 111).

A moda e a ciscolonialidade, enquanto dispositivos das sociedades ocidentais, tornam colonizado o corpo e, consequentemente, pode-se apontar a colonização do corpo [negro] (Vilela, 2022) como o que mais interessa para tratar de perspectivas que transbordem as noções coloniais, num movimento de afirmar saberes e fazeres afrodiaspóricos, com a teoria decolonial para refletir sobre moda e suas reverberações, de modo a contribuir para uma “cosmopercepção”, que considere a articulação de um pensamento interseccional, crítico, sensível, de saberes corporificados – compreendendo assim a “existência da racialidade como um domínio que produz poderes, saberes e subjetividades pela negação e interdição de poderes, saberes e subjetividades” (Carneiro, 2023, p. 13), imprescindível para a continuidade desse diálogo.

3. METODOLOGIA

Quando não se intenciona em permanecer na lógica de produção de uma ciência neutra, o fato de poder revisitar feminismos negros, as contribuições de mulheres negras, perspectivas afrodiaspóricas e aplica-los nesse estudo é importante para a reflexão que se pretende sobre moda e seu sistema em articulação com perspectivas transfeministas e decoloniais. Considera-se aqui uma revisão bibliográfica e, como parte da metodologia, a importância da autodefinição e autoavaliação (Collins, 2016, p. 102):

Autodefinição envolve desafiar o processo de validação do conhecimento político que resultou em imagens estereotipadas externamente definidas da condição feminina afro-americana. Em contrapartida, a autoavaliação enfatiza o conteúdo específico das autodefinições das mulheres negras, substituindo imagens externamente definidas com imagens autênticas de mulheres negras.

A autodefinição em perspectivas afrodiáspórica e decolonial contribui para a avaliação das problemáticas da supremacia branca capitalista, da branquitude, da cisgeneridade e da ciscolonialidade que atravessam a moda e seu sistema, compreendendo a diversidade de perspectivas e corporeidades existentes para a reflexão e o questionamento do campo da moda. Assim, na esteira da reivindicação de Carol Barreto de Lima (2022), para quem moda é política, o “Modativismo” apresenta-se como processo de criação do presente estudo, que se aproxima de uma etnografia corporificada à luz das reverberações de corpo-documento de Beatriz Nascimento, para que seja possível tensionar a moda e seu sistema, o corpo e a estética, em diálogo com o Transfeminismo e a Teoria Decolonial.

Neste sentido, considera-se que a interseccionalidade (Collins, 2019; 2016; Akotirene, 2020), o sistema de opressão que atravessa a produção de saberes corporificados (Kilomba, 2019; Haraway, 1995), bem como o que Carla Akotirene (2020) descreve como “avenidas identitárias em que mulheres negras são repetidas vezes atingidas pelo cruzamento e sobreposição de gênero, raça e classe, modernos aparatos coloniais” (p. 14) expressam os saberes e fazeres que constroem também essa pesquisa de finalidade básica e perspectiva crítica. Considera-se ainda a articulação com Kimberlé Crenshaw, por meio do conceito de interseccionalidade, fundado das movimentações de mulheres negras, com o papel de refletir de modo articulado as experiências não exclusivamente de mulheres negras, incluindo outras identidades no debate, como mulheres não-negras, transexuais,

travestis e *queers* (Akotirene, 2020).

Assim, afirma-se a influência, os reflexos das matrizes de opressão e dominação e, a partir de uma crítica decolonial, busca-se construir qualitativamente outras perspectivas em autodefinição e autoavaliação, como propõe Patricia Hill Collins (2019; 2016), de forma a acionar tensionamentos de teoria-prática e valorizar cosmopercepções propostas pelas perspectivas afrodiáspórica e decolonial, para enfim evitar mais epistemícios, sobretudo no campo da moda.

4. DAS REFLEXÕES, RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como é se construir subjetivamente, percebendo que seus pares, corporeidades pares, são idealizados para não serem desta forma constituídos? Compreende-se neste contexto o papel dos Feminismos Negros, inclusive como inspiração de novos pensamentos e teorias, novas práticas e perspectivas. O transfeminismo, por exemplo, se nutre e se fortalece do diálogo construído conjuntamente aos pensamentos feministas negros, afinal já não é mais segredo que o movimento feminista, não só negligenciou a consideração de experiências de mulheres negras na sua construção, como mostrou-se relutante à inclusão de agendas transfeministas, recusando a articulação dessas subjetividades no fortalecimento das perspectivas feministas, que insistem ainda na valorização e exaltação da realidade de mulheres brancas cisgêneras de classe abastada, magras e sem deficiência (Nascimento, 2021).

Pensar conjuntamente com Grada Kilomba e Franz Fanon torna-se ato fundamental para um pensamento crítico acerca da constituição de subjetividades – sobretudo subjetividades negras. Estas representam o local de “Outridade” (Kilomba, 2019) em relação ao mundo branco e às suas representações idealizadas a partir do homem branco cisgênero de classe alta magro e sem deficiência (Nascimento, 2021). É o modo tragicamente cômico, na perspectiva aqui adotada, que uniu os termos homem e humanidade como uma coisa só, enquanto ser universal. Não se passará horas retomando

essa história, pois pode-se rasurá-la e construir novas formas de ser, estar e fazer mundo.

Permanecer na lógica de produção de uma ciência neutra, refletindo especificamente moda e seu sistema da mesma maneira, sem posicionar-se, sem compreender a diversidade de perspectivas e corporeidades existentes, é contribuir para a manutenção das matrizes de opressão e dominação. É contribuir para mais um movimento de epistemicídio que deslegitima, invisibiliza e oculta pontos de vistas distantes da supremacia branca, da branquitude, da cisgeneridade.

Continuar a manutenção de saberes e fazeres, de modos ser, estar e fazer mundo sob a lógica colonial é contribuir para a estratificação de uma história única, como denuncia Chimamanda Ngozi Adichie (2019); a história que não aceita novas perspectivas e nem se propõe à reflexividade como forma de atualização de práticas vigentes, que se fortalecem às custas de discursos estáticos de opressão e dominação; discursos coloniais.

Sugere-se nesta discussão o estranhamento, a reelaboração das histórias e teorias, das práticas, bem como a resignificação, novos inícios para a construção e a contribuição de articulação de um senso crítico, um pensamento revolucionário e transgressor (hooks, 2020a; 2020b), percepções que dialogam tanto com a noção de "Modativismo" proposta na tese de Carol Barreto (Lima, 2022), quanto com a "Arte de se (Re)Existir" de Verdi Lázaro Vilela (2022).

Nossa intenção é propor a constituição e a nutrição de um pensamento crítico estético, a valorizar a cosmopercepção, em perspectiva afrodiaspórica e decolonial, considerando desde as reverberações dos feminismos negros e movimentações de mulheres negras, até sua articulação com a teoria decolonial, transfeminismo, moda e decolonialidade. O que se ouve, o que se fala, o que se sente, o que se vê, o que se toca, constroem a experiência estética, o pensamento estético. O que se veste, os locais que se frequenta, os textos que se lê, o que se dança, o que se come, tudo isso contribui para a nutrição e o fortalecimento da estética enquanto expe-

riência sensível e pensamento crítico (hooks, 2021; Kilomba, 2019), na constituição de subjetividades.

Das problemáticas do corpo, seus sentidos e a constituição de subjetividades, bem como sua relação com a dimensão estética, considera-se a potencialidade e a necessidade de se evocar reflexões corporificadas e situadas (Kilomba, 2019; Haraway, 1995) ao se relacionar moda, corpo e estética. Logo, estética constrói subjetividades, faz parte de processos de subjetivação. Sendo assim, parte-se de uma perspectiva decolonial (Lima, 2022; Vilela, 2022; Vergueiro, 2015), que contribua para a descolonização do “corpo [negro]” (VILELA, 2022), tensionando a lógica da branquitude (Bento, 2002), da supremacia branca capitalista (Hooks, 2019; 2020^a; 2020^b) e da cisgeneridade (Vergueiro, 2016; 2015) que alimentam o sistema de moda – ao acionarem subjetividades negras e processos de subjetivação afirmativos, considerando tanto ancestralidade na exaltação de perspectivas de mulheres negras mais velhas e que há muito problematizam o corpo, a estética e, arrisca-se a dizer, a moda.

Deve-se considerar novas possibilidades de compreensão da produção de existências nas avenidas identitárias (Akotirene, 2019) de raça, etnia, classe, identidade de gênero, sexualidade, e ainda, nacionalidade, geração, entre outros, que possam marcar subjetividades negras e além. Enfatiza-se também que

[...] o sistema de gênero moderno/colonial não existe sem a colonialidade do poder, já que a classificação das populações em termos de raça é uma condição necessária de sua existência (Lugones, 2020, p. 72).

Neste sentido, tornam-se imprescindíveis as considerações sobre corpo-documento de Beatriz Nascimento (1989, 2022), recriando e reelaborando percepções de corpo [negro], corporeidades negras, sobretudo afastando-se do lugar de outridade produzido pela branquitude, que contribui tanto para a manutenção de estereótipos (Carneiro, 2003; Gonzalez, 1984; hooks, 2019; Kilomba, 2019; Fanon, 2008), não

aprofundada nesse estudo, mas que fazem parte da manutenção das matrizes de dominação e opressão que marcam a moda e seu sistema, o corpo e as percepções estéticas. Estereótipos, além de produzirem imagens de controle (Collins, 2019), consideradas as relações de poder, produzem ainda o epistemicídio e o genocídio da população negra (Carneiro, 2023; 2005), fortalecendo a dinâmica de estigmas raciais incorporados culturalmente.

A categoria da cisgeneridade “como um marcador atuante no tecido social, fabricando reconhecimento epistêmico para uns, todavia, alienação para outros” (Favero, 2020, p. 7) constrói elaborações das percepções de mundo, tornando importante identificar como o conceito de cisgeneridade, enquanto alimenta o conceito de branquitude, contribui para pensar moda e ciscolonialidade [de gênero]. Pode-se ainda mencionar que a branquitude e seu pacto narcísico (Bento, 2002) também alimentam o estatuto da cisgeneridade enquanto representações naturais, normativas do que são homens e mulheres. Quer dizer, homens brancos e mulheres brancas. Portanto, aponta-se para uma cisgeneridade que, além de cisheteronormativa, cissexista, ciscolonial (Vergueiro, 2016; 2015), se representa na brancura, no branqueamento (Gonzalez, 2020) da sensibilidade estética produzida pela branquitude, que por sua vez cria e recria o mundo branco (Kilomba, 2019; Gadelha, 2019; Fanon, 2008), autorizando desta forma o “homem branco, cis, heterossexual, de classe média, cristão, magro e sem deficiências” (Nascimento, 2021) como um ideal de existência, poder, saber e de representação.

Com isso, por meio de um diálogo no qual estética e política se tornam indissociáveis, quando se aborda a moda seu sistema, corpo e estética, em perspectiva modativista (Lima, 2022), propõe-se percepções inspiradas na importância da afirmação de subjetividades negras para se pensar além da estética do mundo branco (Carneiro, 2023; Pereira, 2017; Fanon, 2008; Cunha, 1986), contribuindo então para modos de ser e estar, fazer mundo a partir de pessoas pretas em

sua pluralidade, aprofundando a importância da nutrição de nossos modos de produzir existências e de se construir estudos engajados em perspectivas afrodiaspóricas e decoloniais para refletir sobre o sistema de moda, impulsionando nossas ações com o Modativismo (Lima, 2022).

Finalmente, compreende-se a necessidade de “mostrar a existência da racialidade como um domínio que produz poderes, saberes e subjetividades pela negação e interdição de poderes, saberes e subjetividades” (Carneiro, 2023, p. 13), contribuindo para cosmopercepções que considerem a articulação de um pensamento interseccional com a estética em perspectivas afrodiaspóricas e decoloniais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com tantas movimentações, esta reflexão demonstrou o dispositivo da racialidade como indissociável de perspectivas corporificadas, sobretudo afrodiaspóricas e decoloniais. Como aprendemos com nossas mais velhas e mulheres negras, não é sobre cultuarmos pensamentos hegemônicos e nos tornarmos hegemônicas enquanto intelectualidades pretas como os colonizadores. Se não olharmos ao redor e percebermos a gama de subjetividades capazes de tamanha intelectualidade, reproduziremos uma lógica da supremacia branca que, já sabemos, tem como passatempo brincar com o poder nas relações, de modo que signifique apenas dominação e controle. A cultura dessa lógica de epistemicídio desconsidera produções corporificadas e situadas, sobretudo afrodiaspóricas e decoloniais, na produção de conhecimento, controlando a estética e a política.

Nosso maior interesse aqui, em honra às considerações de Beatriz Nascimento acerca de corpo-documento, é provocar a importância de produções corporificadas para refletirmos sobre o campo da moda e seus sentidos no contexto das discussões sobre moda e colonialidade, corpo e estética – desde a introdução que aponta um início de conversa que não se esgota aqui, construindo rotas, num movimento de

afirmar saberes e fazeres afrodiaspóricos nos processos de constituição de subjetividades e de senso crítico, caminhando com uma revisão teórica dos Feminismos Negros e perspectivas afrodiaspóricas, da teoria decolonial, Transfeminismos e moda decolonial para construir transformação e novas e outras rotas.

Inspiradas nas considerações de Sueli Carneiro acerca de estética e as representações de mulheres negras e homens negros na cultura brasileira, problematizamos tanto a discursividade que atravessa a estética e sua construção culturalmente, quanto o incentivo à transformação desse imaginário estético construído a partir de um “mundo branco” alimentado pela colonialidade de gênero, a ciscolonialidade de gênero, de modo que a branquitude e a cisgeneridade normalizam tecnologias de gênero associadas à estéticas da brancura. O branqueamento e seu bombardeio imagético – que é estético e político – constrói subjetividades baseadas em representações que remetem ao homem branco cisgênero magro de classe abastada e sem deficiência.

As movimentações de mulheres negras, das perspectivas transfeministas lembram que nossas subjetividades são resistência e constroem resistência; nossas estéticas são resistência. Resistência sobretudo a um sistema que produz vidas e mortes, que escolhe quem vive e quem morre. Relembrando isso e evocando a transformação social, podemos aprofundar narrativas estéticas, de fato, interseccionais, e não mais apenas do mundo branco, eurocentradas que conduzem o ensino monocultural de moda (Rosa, 2023) e uma monocultura estética no campo da moda.

Estética é pensamento, senso crítico, transformação, movimento, cultura, é parte do ensino de moda. Faz-se urgente valorizar o local das perspectivas corporificadas e situadas, das contribuições afrodiaspórica e decoloniais na construção de senso crítico acerca de percepções de cultura, corpo e estética, subjetividades do sistema de moda, para pensar moda. Nós não somos e não queremos ser a “Outridade”, nós somos tão fabricadas e reais quanto a branquitude e a

cisgeneridade, e somos inclusive referências para se discutir, se aprofundar, produzir estética. E não aceitamos mais ser nomeadas por essas subjetividades que se entendem hegemônicas, pois não queremos fazer parte dessa lógica extrativista que alimenta uma história única, uma estética única, universal e limitante que não compreende a proliferação das diferenças.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Carol Barreto, Jutyara Mendes da Rosa e Hanayrá Negreiros, à disciplina de Feminismos Negros do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social/UFSC (PPGAS/UFSC) pelas diversas formas de inspiração e ao Programa de Bolsas Carrefour e a CAPES pelo financiamento da pesquisa.

Notas de fim de texto

¹ “branquitude é um lugar de privilégio racial, econômico e político, no qual a racialidade, não nomeada como tal, carregada de valores, de experiências, de identificações afetivas, acaba por definir a sociedade” (Bento, 2002, p.7).

REFERÊNCIAS

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **O perigo de uma história única**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

AIRES, Aliana. **De gorda a plus size**: a produção biopolítica do corpo nas culturas do consumo - entre Brasil e EUA. Tese (Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, 2019.

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2020.

BENTO, Maria Aparecida da Silva. **Pactos narcísicos no racismo**: branquitude e poder nas organizações empresariais e no poder público Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. 169 p

CARNEIRO, Sueli. **Dispositivo de racialidade:** a construção do outro como não-ser como fundamento do ser. Rio de Janeiro: Zahar, 2023.

CARNEIRO, Aparecida Sueli. **A construção do outro como não-ser como fundamento do ser.** 2005. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento. **Estudos Avançados**, v. 17, n. 49, p. 117-133, 2003.

COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro.** São Paulo: Boitempo, 2019 [2000].

COLLINS, Patricia Hill. Aprendendo com a outsider within: a significação sociológica do pensamento feminista negro. **Revista Sociedade e Estado**, v. 31, n. 1, jan./abr. 2016, p. 99-127.

CUNHA, Marlene de Oliveira. **Em busca de um espaço:** a linguagem gestual do candomblé de Angola. Dissertação de Mestrado do Departamento de Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, 1986.

FANON, Franz. **Peles negras, máscaras brancas.** Salvador: EDUFBA, 2008.

FAVERO, Sofia. Por uma ética pajubariana: a potência epistemológica das travestis intelectuais. **Equatorial – Revista do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social**, v. 7, n. 12, p. 1-22, 27 fev, 2020.

FERDINAND, Malcolm. **Uma ecologia decolonial:** pensar a partir do mundo caribenho. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

GADELHA, José Juliano. O sensível negro: rotas de fuga para performances, **Estudos da Presença**, Porto Alegre, v. 9, n. 4, p. 1-24, 2019.

GONZALEZ, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. **Revista Ciências Sociais Hoje**, Anpocs, 1984. p. 223-244.

GONZALEZ, Lélia. **Por um Feminismo Afro-Latino-Americano:** Ensaios, Intervenções e Diálogos. Rio Janeiro: Zahar, 2020.

GROSGOUEL, Ramon. A estrutura do conhecimento nas universidades ocidentalizadas: racismo/sexismo epistêmico e os quatro genocídios/epistemicídios do longo século XVI. **Revista Sociedade e Estado**, Brasília, v. 31, n.1, p. 25-49, jan/abr. 2016.

HOOKS, Bell. **Tudo sobre o amor:** novas perspectivas. São Paulo: Editora Elefante, 2021.

HOOKS, Bell. **Ensinando a transgredir:** educação como prática da liberdade. São Paulo: Wmf Martins Fontes, 2020a. Tradução:

Marcelo Brandão Cipolla.

HOOKS, Bell. **Teoria Feminista: da margem ao centro**. São Paulo: Perspectiva, 2020b.

HOOKS, Bell. **Olhares Negros: Raça e representação**. São Paulo: Editora Elefante, 2019.

HARAWAY, Donna. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **cadernos pagu**, Campinas, n.5, p. 07-41, 1995.

KILOMBA, Grada. **Memórias da Plantação: episódios de racismo cotidiano**. 1. ed. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

LAURETIS, Teresa de. **Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction**. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press, 1987.

LIMA, Caroline Barreto de. **Modativismo: práticas feministas e antirracistas em processos criativos decoloniais**. 2022. 293 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (Poscultura), Instituto de Humanidades, Artes e Ciências, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/38070>. Acesso em: 30 jan. 2024.

LUGONES, María. Rumo a um feminismo descolonial. **Revista Estudos Feministas** v. 22 n. 3. 2014.

LUGONES, María. Colonialidade e gênero. In: HOLLANDA, H. B (org.). **Pensamento feminista: perspectivas decoloniais**. Rio de Janeiro: Bazar do tempo, 2020. p. 52-83.

NASCIMENTO, Beatriz. **O negro visto por ele mesmo: ensaios, entrevistas e prosas**. RATTIS, Alex (org.). São Paulo: Ubu Editora, 2022.

NASCIMENTO, Beatriz. **Ôrí**. GERBER, Raquel (Dir.) São Paulo: Angra Filmes, 1989, 90min.

NOGUEIRA, Isildinha Baptista. **Significações do corpo negro**. 1998. Tese (Doutorado) – Doutorado em Psicologia, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 1998. 143 p.

OYEWÙMÍ, Oyèrónké. **A invenção das mulheres: construindo um sentido africano para os discursos ocidentais de gênero**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2021.

PEREIRA, Hanayrá Negreiros de Oliveira. **O Axé nas roupas: indumentária e memórias negras no candomblé angola do Redandá**. Dissertação (Mestrado em Ciência da Religião) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciência da Religião, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017. 133 p.

RATTS, Alex. **Eu sou atlântica:** sobre a trajetória de vida de Beatriz do Nascimento. São Paulo: IMESP, 2007.

ROSA, Jutyara Mendes da. **Os ventos do norte não movem moinhos:** memórias pretas em formação, sujeitos invisíveis e o ensino de moda brasileiro. 2023. 1 recurso on-line (25 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Design e Moda, Curso de Moda, Florianópolis, 2023. Disponível em: <http://sistemabu.udesc.br/pergamumweb/vinculos/0000af/0000af4d.pdf>. Acesso em: 12 mai. 2024.

SANTOS, Heloisa Helena de Oliveira. Uma análise teórica- política decolonial sobre o conceito de moda e seus usos. **Modapalavra**, Florianópolis, v. 28, n. 13, p. 164-190, 31 mar. 2020. Disponível em: <<https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/15948>>. Acesso em 30 jul. 2024.

VERGUEIRO, Viviane. Pensando a cisgeneridade como crítica decolonial. In: MESSEDER, S.; CASTRO, M.G.; MOUTINHO, L. (Orgs.). **Enlaçando sexualidades:** uma tessitura interdisciplinar no reino das sexualidades e das relações de gênero. Salvador: EDUFBA, 2016.

VERGUEIRO, Viviane. **Por inflexões decoloniais de corpos e identidades de gênero inconformes:** uma análise autoetnográfica da cisgeneridade como normatividade. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

VILELA, Verdi Lazaro Alves. **Moda afro-brasileira e a arte de (re) existir:** mapa de ativismo e aquilombamento no desenvolvimento de marcas antirracistas. 2022. 1 recurso on-line (239 p. Dissertação (Mestrado) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Design e Moda, Mestrado em Design de Vestuário e Moda, Florianópolis, 2022. Disponível em: <http://sistemabu.udesc.br/pergamumweb/vinculos/0000a2/0000a24e.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2024.

Reflections for fashion from an afro-diasporic and decolonial perspectives

Greg Alexandre Malaquias

Master's student, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) / gregalxmalaquias@gmail.com
Orcid: <https://orcid.org/0009-0007-9898-240X> / Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9635017719890641>

Alexandra Eliza Vieira Alencar

PhD, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) / xanda.alencar@gmail.com
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3305-6046> / <http://lattes.cnpq.br/1463037286528609>

Enviado: 31/07/2024 | Aceito: 06/11/2024



Reflections on fashion by afro-diasporic and decolonial perspectives

ABSTRACT

For a long time, fashion and the fashion system have been discussed as productions of capitalist white supremacist Western culture (hooks, 2019), and we can add patriarchal, cissexist, cishetero-normative, and ciscolonial (Vergueiro, 2016) provocations. This study aims to highlight the importance of Afrodiasporic and decolonial perspectives to tension the field of fashion, especially the relationship between aesthetics, body, fashion and processes of subjectivation. Considering the importance of embodied and situated perspectives (Kilomba, 2019; Haraway, 1995), this study is a basic research with bibliographic review for affirmative knowledge in developing a critical and sensitive understanding of fashion, the fashion system, and aesthetics. It highlights the contributions of Black Feminisms, Decolonial Theory, Transfeminism, and discussions on Fashion and Decoloniality. Thus, in honor of the efforts of Black women and Afro-diasporic perspectives, it proposes the valorization of black subjectivities as well as ancestry, enabling reflections with embodied perspectives in the fashion field regarding processes of subjectivation and the body, as well as culture and aesthetics from the contributions of Black subjectivities. It was possible to understand that the field of fashion is political, that aesthetics are political, as well as devices for the production of existences, ways of being, being and making the world.

Keywords: Decoloniality; Fashion; Afro-diasporic Perspectives.

Reflexões para uma moda em perspectivas afrodiaspórica e decolonial

RESUMO

Há muito já se problematiza sobre a moda, e seu sistema, enquanto produções da cultura ocidental supremacista branca capitalista (hooks, 2019), podendo-se acrescentar patriarcal, cissexista, cisheteronormativa e ciscolonial (Vergueiro, 2016) como provocações. Este estudo tem como objetivo ressaltar a importância das perspectivas afrodiaspóricas e decolonial para tensionar o campo da moda, sobretudo a relação entre estética, corpo, moda e processos de subjetivação. Considerando a importância de perspectivas corporificadas e situadas (Kilomba, 2019; Haraway, 1995), esta pesquisa básica com revisão bibliográfica demonstra a busca por saberes afirmativos na elaboração da percepção crítica e sensível sobre moda, sistema de moda e estética, de modo a ressaltar as contribuições dos Feminismos Negros, da Teoria Decolonial, Transfeminismo e das discussões sobre Moda e Decolonialidade. Assim, em honra aos esforços de mulheres negras e de perspectivas afrodiaspóricas, propõe-se a valorização de subjetividades negras, bem como da ancestralidade, possibilitando reflexões com perspectivas corporificadas no campo da moda acerca de processos de subjetivação e, ainda, de cultura e estética a partir da contribuição dessas subjetividades. Foi possível compreender que o campo da moda é político, que a estética é política, assim como os dispositivos de produção de existências, de modos de estar, ser e fazer mundo.

Palavras-chave: Decolonialidade; Moda; Perspectivas Afrodiaspóricas.

Reflexiones sobre una moda en perspectivas afro-diaspóricas y decoloniales

RESUMEN

Durante mucho tiempo se ha discutido la moda y el sistema de moda como producciones de la cultura occidental supremacista blanca capitalista (hooks, 2019), y podemos añadir patriarcal, cissexista, cisheteronormativa y ciscolonial (Vergueiro, 2016) como provocaciones. Este estudio tiene como objetivo resaltar la importancia de las perspectivas afro-diaspóricas y decoloniales para tensionar el campo de la moda, especialmente la relación entre estética, cuerpo, moda y procesos de subjetivación. Teniendo en cuenta la importancia de perspectivas corporificadas y situadas (Kilomba, 2019; Haraway, 1995), esta investigación básica con revisión bibliográfica demuestra la búsqueda de conocimientos afirmativos en la elaboración de una percepción crítica y sensible sobre la moda, el sistema de moda y la estética, resaltando las contribuciones de los Feminismos Negros, la Teoría Decolonial, el Transfeminismo y las discusiones sobre Moda y Decolonialidad. Así, en honor a los esfuerzos de mujeres negras y de perspectivas afro-diaspóricas, se propone valorar las subjetividades negras así como de la ancestralidad, permitiendo reflexiones con perspectivas corporificadas en el campo de la moda sobre procesos de subjetivación y el cuerpo, así como cultura y estética a partir de la contribución de subjetividades negras. Era posible entender que el campo de la moda es político, que la estética es política, así como dispositivos de la producción de existencias, modos de estar, ser y hacer mundo.

Palabras-clave: *Descolonialidad; Moda; Perspectivas afro-diaspóricas.*

1. STARTING THE CONVERSATION: FASHION IN EMBODIED PERSPECTIVES

Can fashion be understood from afro diasporic and decolonial perspectives? This study is an attempt to highlight the importance of afro diasporic and decolonial perspectives to challenge the field of fashion, especially the relationship between aesthetics, body, fashion, and processes of subjectivation. Without seeking absolute truths, final solutions, and exhaustiveness.

It is important to consider the intersectional perspective, but not merely as a concept. There is a belief in the importance of nurturing a production of knowledge and practices effectively articulated with the practice of intersectionality, avoiding essentializations (Ferdinand, 2022) and limiting essentialisms (Nascimento, 2021) in the production of knowledge and practices, in search of proposing creation processes that drive the deconstruction of the maintenance of notions capable of essentializing and rendering biological gender, race, and even sexual orientation standards, which also instrumentalizes the production of knowledge in the field of fashion (Lima, 2022). Thus, the role of intersectionality (Collins, 2016; 2019; Akotirene, 2020) in this study goes beyond methodological, demonstrating the need to reflect on fashion from afrodiasporic and decolonial perspectives, while also recalling that “intersectionality aims to provide theoretical-methodological tools to the structural inseparability of racism, capitalism, and cisheteropatriarchy” (Akotirene, 2020, p. 14).

The movements of Black Feminisms are considered for “a point of view of and for Black women” (Collins, 2016, p. 101), when producing knowledge in this article, without forgetting and making invisible the relevance of the ethnic-racial marker, the device of raciality (Carneiro, 2023; 2005) when producing from Black subjectivities about Black subjectivities, especially for Black subjectivities. There are two Black sub-

jectivities in this study: a Black transvestite and a cisgender Black woman. In this sense, it becomes essential to have embodied and situated perspectives (Kilomba, 2019; Haraway, 1995) in the search to foster, drive, nurture, and contribute to intersectional dialogues that consider our actions in everyday life, in a commitment greatly raised by the action of Black Feminisms, which seeks social transformation, “in order to overcome universalities and limiting essentialisms” (Nascimento, 2021, p. 22), also perceived in the practices of Transfeminism.

In this basic research, in search of social transformation and contribution to studies on fashion and decoloniality, or decolonial fashion, an approach of embodied perspectives [especially afro diasporic] is reiterated, proposing a dialogue and a theoretical review with knowledge and practices from Decolonial Theory, Black Feminisms, and Transfeminism in discussions about aesthetics, body, and fashion – in an attempt to highlight the importance of afro diasporic and decolonial perspectives in problematizing the relationship between whiteness, cisgender identity, and the field of fashion in the construction of critical sense and aesthetic perception.

2. ON THE MOVEMENTS

From here, the importance of highlighting the studies and movements that inspire and guide the reflections of this article is considered. In this sense, in order to challenge the logic of the fashion system, it is important to take into account the ideology of domination that permeates Western culture (hooks, 2019; 2020a; 2020b). The same Western culture of white capitalist supremacy (hooks, 2019; 2020a; 2020b), which consequently permeates fashion and sustains the logic of the fashion system and, furthermore, of coloniality – of power, of knowledge; the “coloniality of gender” (Lugones, 2014). Both coloniality and Western culture do not fail to highlight the reflections of colonialism and domination; therefore, it is important to consider the epistemicides produ-

ced by epistemologies that have become hegemonic (Grosfoquel, 2016).

To decolonize the gaze and the reflections of the coloniality of gender (Lugones, 2020), the importance of denaturalizing and challenging the category of cisgender identity is emphasized, an evident critique of Transfeminism that allows for reflection on the decolonization and denaturalization of our subjective processes, the production of knowledge, as well as provoking reflections that traverse the field of fashion.

Transfeminism is, like Black feminism, the search for a collective voice in which we can express our womanhoods/femininities, as evidenced by Patricia Hill Collins (2019). A sharing that must happen in an articulated manner, with our racial, age, geographical location, class, and other intersectionalities (Nascimento, 2021, p. 51).

In this sense, in dialogue with Viviane Vergueiro (2016; 2015), cisgender identity is considered as an analytical category, enabling the construction of studies, analyses, and intersectional theories, thus contributing to discussions of a critical decolonial thought.

[...] cisgender identity does not only pertain to a subjective process but to a political order. As Vergueiro (2016) points out, it is a concept that runs parallel to productions about whiteness and heteronormativity, making the understanding of "cisgender" not just about someone who identifies as such, but about someone who is addressed to different places due to being cis.

It is therefore important to consider cisgender identity as an active marker in the social fabric, fabricating epistemic recognition for some, while alienation for others (Favero, 2020, p. 6-7) [emphasis added].

Thus, by understanding and denaturalizing whiteness¹, in addition to racism and sexism, considered here as cissexism, in the production of oppressions and epistemicides, it is also possible to overflow the perceptions that feed the fashion system, and also of “ciscoloniality” (Vergueiro, 2016; 2015), challenging the relationship between fashion and ciscoloniality. Both ciscoloniality and fashion are devices of Western culture that feed the fashion system.

“[...] the conceptual proposition of cisgender identity is located beyond emphasizing the character of ‘cultural ideology’ that shapes cisgender identity (and even further away, evidently, from an exercise of naming ‘who is cis and who is not’). It is a proposition that also incites us to destabilize epistemic hegemonies, legitimizing and valuing the need for knowledge from ‘oppositional perspectives,’ paraphrasing bell hooks (1992) (Vergueiro, 2016, p. 263).”

With this, the category of gender is understood as a determinant for the social organization of Western societies (Oyewùmí, 2021) and, when reflecting on the concept of cisgender identity as an analytical and decolonial category (Vergueiro, 2016), it becomes essential even in contributing to “a critique of racialized, colonial, and capitalist heterosexualized gender oppression aimed at a lived transformation of the social” (Lugones, 2014) – thus highlighting the importance of embodied perspectives (Kilomba, 2019; Haraway, 1995) when discussing fashion and its, the attempt of this article, which intersects with decolonial theory, as well as with perspectives from researchers on fashion and decoloniality (Lima, 2022; Rosa, 2023; Vilela, 2022; Santos, 2020).

The coloniality of gender allows me to understand oppression as a complex interaction of economic, racializing, and engendered systems, in which each person in the colonial encounter can be seen as a

living, historical, fully characterized being (Lugones, 2014, p. 941).

As Lina Pereira, Linn da Quebrada, says in the melodic and sensitive versions of “everything,” a song from the album “Trava Línguas,” which seems to be a critique of cisgender identity in the constitution of subjectivities, especially black and trans subjectivities: “I had everything; Everything, everything, everything, everything, everything; Everything, everything and a little more; Everything, everything, everything, everything; To leave you,” in the sense that giving up cisgender identity also becomes a political movement of erasure of conventions, of essentialisms produced by a technology of gender (Lauretis, 1987) and by the coloniality of gender (Lugones, 2014), which organize Western societies and their culture, while legitimizing cisgender identity as a natural subjective process. Thus, ciscoloniality (Vergueiro, 2016) produces hegemonic subjectivities – cisheteronormative whiteness, cissexist, ciscolonial – so that subjectivities that do not resemble the hegemonic ones are dominated, through the matrices of oppression and domination that mark their processes of subjectivation.

When considering embodied perspectives in fashion studies, and more specifically perspectives of black and afro-diasporic women, it is crucial to exalt the potential of the critiques woven by Sueli Carneiro in her doctoral thesis on the device of raciality (Carneiro, 2023; 2005). Thus, the dialectical relationship constitutes the device of raciality, in the sense that it “establishes, at its limit, an ontological division, since the affirmation of the being of white people occurs through the denial of the being of black people” (Carneiro, 2023, p. 13).

Sueli Carneiro (2003), in “Mulheres em Movimento,” reminds us that “racism also superlatives genders through privileges that arise from the exploitation and exclusion of subaltern genders” (Carneiro, 2003, p. 119) and warns that race acts in the constitution of “subalternized genders” (Carneiro,

2003), meaning that the way the narrative of representation of the categories of man and woman is constructed differs in relation to the subjectivities of black people and white people. Thus, one can think about the issues associated...

[...] to a stigmatized feminine identity (of black women), and here we could suggest stigmatized femininities and womanhoods, as well as subaltern masculinities (of black men) with lower prestige than that of the feminine gender of the racially dominant group (of white women) (Carneiro, 2003, p. 19).

This invites questioning about how our subjectivities are constructed, given the importance of representations in the cultural imaginary and, consequently, the materiality of the body, and the retrieval of the notion of the device of raciality and biopower deepened in Sueli Carneiro's doctoral thesis (2005) and in the book "Dispositivo de racialidade" (Carneiro, 2023).

Thus, the notion of device as a "dividing practice" (Carneiro, 2023) constitutes "a new unit in which the core houses a new standardized identity, and outside of it, an opposing exteriority, but essential for the affirmation of that nuclear identity" (Carneiro, 2023, p. 28). When the author develops and deepens the notion of the device of raciality and biopower (Carneiro, 2023; 2005), it certainly produces a tension that can be applied to the ways in which our fashion research is constructed, moving towards the construction of research engaged with strengthening intersectional perspectives.

Ignoring the importance of raciality, the importance of reflecting on race and ethnicity, class, gender identity, sexuality, nationality, generation, among other social markers, makes our analyses shallow and produces the maintenance of a ciscoloniality of gender that validates epistemicide in the construction of knowledge and practices (Carneiro, 2023;

2005; Grosfoguel, 2016). The same epistemicide that denies the existence of the intellectuality and knowledge of black subjectivities. It thus becomes relevant to consider the device of raciality and its relationship with biopower in the discussion about aesthetics – a theme much addressed in the field of fashion. Biopower expresses itself, incorporates itself into the constitution of aesthetics, whether as thought or identity, or as a political construction. A political construction of corporealities is possible from aesthetics and its tensioning.

Sueli Carneiro (2023) reminds us how whiteness became the ideal of “Being for Others” as a form of affirmation stemming from the bourgeoisie, which established the desirable aesthetic standard and even the form of love and sexuality; thus, the body is the expression of this self-affirmation (Carneiro, 2023). Inspired by Michel Foucault and the notion of the device, the author warns the following:

[...] the device of raciality also produces a duality between positive and negative, with skin color being the factor for identifying the normal, and whiteness will be its representation (Carneiro, 2023, p. 31)

It is about whiteness as a representation of normativity. And, if in the body one can find the self-affirmation of the aesthetic standard, it is necessary, in addition to naming and recognizing this aesthetic standard to problematize its naturalization and transform the social imaginary, to consider the differences in the white cisheteronormative body as aesthetic, affirmative possibilities of existence, as subjectivities. In this sense, it is understood how the effect of representations constructs collectivity and our subjectivities. Isildinha Baptista Nogueira (1998) reminds us that “collective life, just like the psychic life of individuals, is made of representations, that is, of mental figurations” (Nogueira, 1998, p. 40).

It also makes sense to provoke inquiries about the importance of constructing embodied, affirmative knowledge

and practices, so that through debates and practical exercises, it is possible to recognize paths that value ancestry when creating images and processes capable of effectively respecting subjectivities, and to enhance the creative and productive processes in the field of fashion by centering reflections and methods on the reality of the creators, avoiding reliance on teaching methods based on ready-made scripts or formulas reproduced without critical sense (Lima, 2022).

What is it like to construct oneself subjectively, realizing that one's peers, equal corporealities, are idealized not to be constituted in this way? From this, the appropriation of Beatriz Nascimento's notion of body-document, as referenced by Alex Ratts (2007), is considered, recalling that the body, besides being marked by meanings, can be understood as memory – understood as of utmost importance in the study of black subjectivities and in the constitution of black corporealities (Ratts, 2007), especially when reflecting on a construction that occurs in movement and rethinking the body from perspectives other than “the maintenance of a disciplinary bodily technique” (Aires, 2019, p. 99), which produces lives and deaths.

After all, it is important to understand that one is not simply born a black woman; one becomes a black woman through various forms of resistance (Lima, 2022). To honor the movements of older black women like Beatriz Nascimento, in addition to overflowing the notion of body-document and the relationship with black subjectivities, it is proposed to collectively and continuously build affirmative movements that strengthen the nourishment and constitution of black subjectivities – so that embodied and situated perspectives, more specifically afro diasporic, become essential.

It is urgent to consider the device of raciality to critically reflect on the field of fashion, its system, and our aesthetic perspectives. It is urgent to situate knowledge and practices, embody them, and decolonize them. Again, can fashion be understood from afro-diasporic and decolonial perspectives?

2.1 DECOLONIAL FASHION AND MODATIVISM

When considering the importance of reflecting on fashion from embodied perspectives, it is emphasized that, for effective embodied production, it is urgent to affirm the intertwining of the observing person and the fact being analyzed in the processes of observation. This understanding highlights how inseparable they are, and thus the contradictions of the social world are analyzed, seeking to comprehend the uniqueness of the facts (Lima, 2022).

For the decolonial fashion researcher, Heloisa Helena de Oliveira Santos (2020), when we “evaluate the very concept of time and change as Western constructions, it is possible to discuss even the very notion of fashion” (Santos, 2020, p. 168). In this sense, expanding discussions in the field of fashion not only names the relationship between the fashion system and white capitalist supremacy (hooks, 2019; 2020a; 2020b) but also stresses the dynamics that construct this relationship as a device for the constitution of subjectivities.

It is believed that it is possible to reflect on the field of fashion beyond the sense of sight, the visual privilege that is insisted upon in Western societies (Oyewùmí, 2021), by considering the roles of different senses—sight, hearing, touch, smell, and taste—in the elaborations related to an aesthetic perception from a critical perspective, especially in reflections on fashion and the fashion system. Reflecting on fashion through a critical aesthetic perception, in addition to emphasizing the importance of valuing embodied knowledge, evokes the relationship with decolonial perspectives and the concept of “cosmoperception” proposed by Oyeronké Oyewùmí (2021).

The term ‘worldview,’ which is used in the West to summarize the cultural logic of a society, captures the Western privilege of the visual. It is Eurocentric to use it to describe cultures that may privilege other senses. The term ‘cosmoperception’ is a

more inclusive way to describe the conception of the world by different cultural groups. (Oyewùmí, 2021, p. 29) [emphasis added].

Thus, the field of fashion transcends the senses as a visual culture embedded in a Westernized perspective of fashion and culture; the relationship between fashion and culture is not exhausted in the sense of sight and what is seen, as other senses also become relevant. And if the body is a document, as Beatriz Nascimento (1989; 2022) aptly reminds us, fashion is part of the devices of the body. After all,

[...] fashion and biopolitics and coloniality exercise a parallel power over [the body] based on racial construction, legitimized by a rather violent process called colonization and, ultimately, the politics of difference, which primarily involves identity issues and symbolic cultural representations concerning the Black Other as a means of ensuring the maintenance of white structural racial privilege (Vilela, 2022, p. 23).

It can be understood, from the perspectives of Carol Barreto, how fashion is capable of affecting or determining not only clothing, as even the naked body, our dwellings, urban design, and other visible forms construct meaning and significance in a variety of universes of our coexistence. Simultaneously, fashion acts as a correspondent to the capitalist imperative and serves as a form of materialization of cultural and social codes regarding appearance (Lima, 2022).

Fashion and ciscoloniality, as devices of Western societies, render the body colonized, and consequently, one can point to the colonization of the [Black] body (Vilela, 2022) as particularly relevant for addressing perspectives that transcend colonial notions. This movement aims to affirm Afro-diasporic knowledge and practices, using decolonial theory to reflect on fashion and its reverberations, thereby contributing to a "cos-

moperception” that considers the articulation of an intersectional, critical, and sensitive thought of embodied knowledge. This understanding recognizes the “existence of raciality as a domain that produces powers, knowledge, and subjectivities through the denial and interdiction of powers, knowledge, and subjectivities” (Carneiro, 2023, p. 13), which is essential for the continuity of this dialogue.

3. METHODOLOGY

When there is no intention to remain within the logic of producing a neutral science, the ability to revisit Black feminisms, the contributions of Black women, and Afro-diasporic perspectives and apply them in this study is important for the reflection intended on fashion and its system in articulation with transfeminist and decolonial perspectives. Here, a bibliographic review is considered, and as part of the methodology, the importance of self-definition and self-assessment (Collins, 2016, p. 102):

Self-definition involves challenging the process of validating political knowledge that has resulted in externally defined stereotypical images of the African American female condition. In contrast, self-assessment emphasizes the specific content of Black women’s self-definitions, replacing externally defined images with authentic representations of Black women.

Self-definition within Afro-diasporic and decolonial perspectives contributes to the evaluation of the issues surrounding white capitalist supremacy, whiteness, cisgender norms, and ciscoloniality that permeate fashion and its system. This understanding encompasses the diversity of existing perspectives and corporealities for reflection and questioning within the field of fashion. Thus, following the assertion of Carol Barreto de Lima (2022), who posits that fashion is po-

litical, “Modativism” emerges as a process of creation for the present study, approaching a corporeal ethnography in light of Beatriz Nascimento’s body-document reverberations. This allows for a critical engagement with fashion and its system, the body, and aesthetics, in dialogue with Transfeminism and Decolonial Theory.

In this sense, intersectionality (Collins, 2019; 2016; Akotirene, 2020) is considered, as it addresses the system of oppression that traverses the production of embodied knowledge (Kilomba, 2019; Haraway, 1995). Carla Akotirene (2020) describes “identity avenues where Black women are repeatedly impacted by the intersection and overlap of gender, race, and class, modern colonial apparatuses” (p. 14), which express the knowledge and practices that also construct this research with a foundational and critical perspective. The articulation with Kimberlé Crenshaw’s concept of intersectionality is also acknowledged, reflecting the experiences not exclusively of Black women but including other identities in the debate, such as non-Black women, transsexuals, transvestites, and queers (Akotirene, 2020).

Thus, the influence and reflections of matrices of oppression and domination are affirmed, and from a decolonial critique, the aim is to qualitatively construct other perspectives in self-definition and self-assessment, as proposed by Patricia Hill Collins (2019; 2016). This approach seeks to activate tensions between theory and practice and to value the cosmoperceptions proposed by Afro-diasporic and decolonial perspectives, ultimately aiming to avoid further epistemic injustices, especially in the field of fashion.

4. REFLECTIONS, RESULTS AND DISCUSSION

How is it to construct oneself subjectively, realizing that one’s peers, similar corporealities, are idealized not to be constituted in this way? In this context, the role of Black Feminisms is understood, including as an inspiration for new thoughts and theories, new practices and perspectives.

Transfeminism, for example, nourishes and strengthens itself from the dialogue built jointly with Black feminist thoughts, as it is no longer a secret that the feminist movement not only neglected to consider the experiences of Black women in its construction but also showed reluctance to include trans-feminist agendas, refusing to articulate these subjectivities in strengthening feminist perspectives that still insist on valuing and exalting the reality of affluent, thin, cisgender white women without disabilities (Nascimento, 2021).

Thinking together with Grada Kilomba and Frantz Fanon becomes a fundamental act for critical thought about the constitution of subjectivities—especially Black subjectivities. These represent the place of “Otherness” (Kilomba, 2019) in relation to the white world and its idealized representations based on the thin, affluent, cisgender white man without disabilities (Nascimento, 2021). It is the tragically comic way, in the perspective adopted here, that united the terms man and humanity as one thing, as a universal being. We will not spend hours revisiting this history, as it can be redacted and new ways of being, existing, and making the world can be constructed.

Remaining in the logic of producing a neutral science, reflecting specifically on fashion and its system in the same way, without positioning oneself, without understanding the diversity of existing perspectives and corporealities, contributes to the maintenance of matrices of oppression and domination. It contributes to yet another movement of epistemicide that delegitimizes, invisibilizes, and obscures viewpoints distant from white supremacy, whiteness, and cisgender norms.

Continuing the maintenance of knowledge and practices, of ways of being, existing, and making the world under the colonial logic contributes to the stratification of a single story, as Chimamanda Ngozi Adichie (2019) denounces; a history that does not accept new perspectives and does not propose reflexivity as a way to update current practices, which strengthen at the expense of static discourses of oppression and domination; colonial discourses.

This discussion suggests estrangement, the re-elaboration of histories and theories, practices, as well as re-signification, new beginnings for the construction and contribution to articulating a critical sense, a revolutionary and transgressive thought (hooks, 2020a; 2020b), perceptions that dialogue with both the notion of “Modativism” proposed in Carol Barreto’s thesis (Lima, 2022) and the “Art of (Re)Existence” by Verdi Lázaro Vilela (2022).

Our intention is to propose the constitution and nourishment of a critical aesthetic thought, valuing cosmoperception from an afrodiasporic and decolonial perspective, considering the reverberations of Black feminisms and movements of Black women, as well as their articulation with decolonial theory, transfeminism, fashion, and decoloniality. What is heard, what is spoken, what is felt, what is seen, what is touched, all construct the aesthetic experience, the aesthetic thought. What is worn, the places frequented, the texts read, what is danced, what is eaten, all contribute to the nourishment and strengthening of aesthetics as a sensitive experience and critical thought (hooks, 2021; Kilomba, 2019), in the constitution of subjectivities.

Regarding the issues of the body, its meanings, and the constitution of subjectivities, as well as its relationship with the aesthetic dimension, the potentiality and necessity of evoking embodied and situated reflections (Kilomba, 2019; Haraway, 1995) when relating fashion, body, and aesthetics are considered. Thus, aesthetics constructs subjectivities; it is part of processes of subjectivation. Therefore, it starts from a decolonial perspective (Lima, 2022; Vilela, 2022; Vergueiro, 2015), which contributes to the decolonization of the “Black body” (VILELA, 2022), challenging the logic of whiteness (Bento, 2002), capitalist white supremacy (hooks, 2019; 2020a; 2020b), and cisgender norms (Vergueiro, 2016; 2015) that feed the fashion system—by activating Black subjectivities and affirmative subjectivation processes, considering both ancestry in the exaltation of perspectives of older Black women who have long problematized the body,

aesthetics, and, one might dare to say, fashion.

New possibilities for understanding the production of existences in the identity avenues (Akotirene, 2019) of race, ethnicity, class, gender identity, sexuality, and also nationality, generation, among others, that may mark Black subjectivities and beyond should be considered. It is also emphasized that...

[...] the modern/colonial gender system does not exist without the coloniality of power, since the classification of populations in terms of race is a necessary condition for its existence (Lugones, 2020, p. 72).

In this sense, the considerations about the body-document of Beatriz Nascimento (1989; 2022) become essential, recreating and reworking perceptions of the [Black] body, Black corporealities, especially moving away from the place of otherness produced by whiteness, which contributes to the maintenance of stereotypes (Carneiro, 2003; Gonzalez, 1984; hooks, 2019; Kilomba, 2019; Fanon, 2008), not deeply explored in this study, but which are part of the maintenance of the matrices of domination and oppression that mark fashion and its system, the body, and aesthetic perceptions. Stereotypes, in addition to producing images of control (Collins, 2019), considering the power relations, also produce epistemicide and genocide of the Black population (Carneiro, 2023; 2005), strengthening the dynamics of culturally embedded racial stigmas.

The category of cisgenerity "as an active marker in the social fabric, fabricating epistemic recognition for some, yet alienation for others" (Favero, 2020, p. 7) constructs elaborations of world perceptions, making it important to identify how the concept of cisgenerity, while feeding the concept of whiteness, contributes to thinking about fashion and cis-

coloniality [of gender]. It can also be mentioned that whiteness and its narcissistic pact (Bento, 2002) also feed the status of cisgenerity as natural, normative representations of what men and women are. That is, white men and white women. Therefore, it points to a cisgenerity that, in addition to being cisheteronormative, cissexist, and ciscolonial (Vergueiro, 2016; 2015), is represented in whiteness, in the whitening (Gonzalez, 2020) of the aesthetic sensitivity produced by whiteness, which in turn creates and recreates the white world (Kilomba, 2019; Gadelha, 2019; Fanon, 2008), thereby authorizing the “white, cis, heterosexual, middle-class, Christian, slim, and able-bodied man” (Nascimento, 2021) as an ideal of existence, power, knowledge, and representation.

Thus, through a dialogue in which aesthetics and politics become inseparable, when addressing fashion, its system, body, and aesthetics, from a modativist perspective (Lima, 2022), it proposes perceptions inspired by the importance of affirming Black subjectivities to think beyond the aesthetics of the white world (Carneiro, 2023; Pereira, 2017; Fanon, 2008; Cunha, 1986), thereby contributing to ways of being and existing, creating a world from Black people in their plurality, deepening the importance of nurturing our ways of producing existences and constructing studies engaged in afro-diasporic and decolonial perspectives to reflect on the fashion system, driving our actions with Modativism (Lima, 2022).

Finally, the need to “show the existence of raciality as a domain that produces powers, knowledge, and subjectivities through the denial and interdiction of powers, knowledge, and subjectivities” (Carneiro, 2023, p. 13) is understood, contributing to cosmoperceptions that consider the articulation of an intersectional thought with aesthetics in afro-diasporic and decolonial perspectives.

5. FINAL CONSIDERATIONS

With so many movements, this reflection demonstrated the device of raciality as inseparable from embodied pers-

pectives, especially afrodiasporic and decolonial ones. As we have learned from our elders and Black women, it is not about cultivating hegemonic thoughts and becoming hegemonic as Black intellectuals like the colonizers. If we do not look around and recognize the range of subjectivities capable of such intellectuality, we will reproduce a logic of white supremacy that, as we already know, has as its pastime playing with power in relationships, meaning only domination and control. The culture of this logic of epistemicide disregards embodied and situated productions, especially afrodiasporic and decolonial, in the production of knowledge, controlling aesthetics and politics.

Our main interest here, in honor of Beatriz Nascimento's considerations about the body as a document, is to provoke the importance of embodied productions for us to reflect on the field of fashion and its meanings in the context of discussions about fashion and coloniality, body and aesthetics – from the introduction that points to the beginning of a conversation that does not end here, building routes, in a movement to affirm afrodiasporic knowledges and practices in the processes of constituting subjectivities and critical sense, walking with a theoretical revision of Black Feminisms and afrodiasporic perspectives, decolonial theory, Transfeminisms, and decolonial fashion to build transformation and new and other routes.

Inspired by Sueli Carneiro's considerations about aesthetics and the representations of Black women and men in Brazilian culture, we problematize both the discursivity that traverses aesthetics and its culturally constructed nature, as well as the encouragement of transforming this aesthetic imaginary built from a "white world" fueled by gender coloniality, cisgender coloniality, in such a way that whiteness and cisgender normalize gender technologies associated with aesthetics of whiteness. Whitening and its image bombardment – which is both aesthetic and political – constructs subjectivities based on representations that refer to the thin, wealthy, able-bodied white cisgender man.

The movements of Black women, from transfeminist perspectives, remind us that our subjectivities are resistance and build resistance; our aesthetics are resistance. Resistance, above all, to a system that produces lives and deaths, that chooses who lives and who dies. Remembering this and evoking social transformation, we can deepen aesthetic narratives that are indeed intersectional, and no longer just from the white, Eurocentric world that leads to a monocultural fashion education (Rosa, 2023) and an aesthetic monoculture in the field of fashion.

Aesthetics is thought, critical sense, transformation, movement, culture; it is part of fashion education. It is urgent to value the place of embodied and situated perspectives, of afrodiasporic and decolonial contributions in building critical sense about perceptions of culture, body and aesthetics, subjectivities of the fashion system, to think about fashion. We are not and do not want to be the "Otherness"; we are as manufactured and real as whiteness and cisgender, and we are even references for discussing, deepening, and producing aesthetics. And we no longer accept being named by these subjectivities that see themselves as hegemonic, for we do not want to be part of this extractivist logic that feeds a single history, a single, universal, and limiting aesthetic that does not comprehend the prolific nature of differences.

ACKNOWLEDGEMENTS

We thank Carol Barreto, Jutyara Mendes da Rosa, and Hanayrá Negreiros, as well as the Black Feminisms course of the Graduate Program in Social Anthropology at UFSC (PP-GAS/UFSC) for their various forms of inspiration, and the Carrefour Scholarship Program and CAPES for funding part of the research. This collaboration and support were fundamental for the development of this study, which seeks to highlight the importance of afrodiasporic and decolonial perspectives in the field of fashion and in the construction of critical and sensitive subjectivities.

Endnotes

¹ “Whiteness is a place of racial, economic, and political privilege, in which raciality, unnamed as such, laden with values, experiences, and affective identifications, ultimately defines society” (Bento, 2002, p.7).

REFERÊNCIAS

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **O perigo de uma história única**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

AIRES, Aliana. **De gorda a plus size: a produção biopolítica do corpo nas culturas do consumo - entre Brasil e EUA**. Tese (Doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, 2019.

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2020.

BENTO, Maria Aparecida da Silva. **Pactos narcísicos no racismo: branquitude e poder nas organizações empresariais e no poder público** Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. 169 p

CARNEIRO, Sueli. **Dispositivo de racialidade: a construção do outro como não-ser como fundamento do ser**. Rio de Janeiro: Zahar, 2023.

CARNEIRO, Aparecida Sueli. **A construção do outro como não-ser como fundamento do ser**. 2005. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento. **Estudos Avançados**, v. 17, n. 49, p. 117-133, 2003.

COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro**. São Paulo: Boitempo, 2019 [2000].

COLLINS, Patricia Hill. Aprendendo com a outsider within: a significação sociológica do pensamento feminista negro. **Revista Sociedade e Estado**, v. 31, n. 1, jan./abr. 2016, p. 99-127.

CUNHA, Marlene de Oliveira. **Em busca de um espaço: a linguagem gestual do candomblé de Angola**. Dissertação de Mestrado do Departamento de Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, 1986.

FANON, Franz. **Peles negras, máscaras brancas**. Salvador: EDUFBA, 2008.

FAVERO, Sofia. Por uma ética pajubariana: a potência epistemológica das travestis intelectuais. **Equatorial – Revista do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social**, v. 7, n. 12, p. 1-22, 27 fev, 2020.

FERDINAND, Malcolm. **Uma ecologia decolonial**: pensar a partir do mundo caribenho. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

GADELHA, José Juliano. O sensível negro: rotas de fuga para performances, **Estudos da Presença**, Porto Alegre, v. 9, n. 4, p. 1-24, 2019.

GONZALEZ, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. **Revista Ciências Sociais Hoje**, Anpocs, 1984. p. 223-244.

GONZALEZ, Lélia. **Por um Feminismo Afro-Latino-Americano**: Ensaios, Intervenções e Diálogos. Rio Janeiro: Zahar, 2020.

GROSGUÉL, Ramon. A estrutura do conhecimento nas universidades ocidentalizadas: racismo/sexismo epistêmico e os quatro genocídios/epistemicídios do longo século XVI. **Revista Sociedade e Estado**, Brasília, v. 31, n.1, p. 25-49, jan/abr. 2016.

HOOKS, Bell. **Tudo sobre o amor**: novas perspectivas. São Paulo: Editora Elefante, 2021.

HOOKS, Bell. **Ensinando a transgredir**: educação como prática da liberdade. São Paulo: Wmf Martins Fontes, 2020a. Tradução: Marcelo Brandão Cipolla.

HOOKS, Bell. **Teoria Feminista**: da margem ao centro. São Paulo: Perspectiva, 2020b.

HOOKS, Bell. **Olhares Negros**: Raça e representação. São Paulo: Editora Elefante, 2019.

HARAWAY, Donna. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **cadernos pagu**, Campinas, n.5, p. 07-41, 1995.

KILOMBA, Grada. **Memórias da Plantação**: episódios de racismo cotidiano. 1. ed. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

LAURETIS, Teresa de. **Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction**. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press, 1987.

LIMA, Caroline Barreto de. **Modativismo**: práticas feministas e antirracistas em processos criativos decoloniais. 2022. 293 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (Poscultura), Instituto de Humanidades, Artes e Ciências, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/38070>. Acesso em: 30 jan. 2024.

LUGONES, María. Rumo a um feminismo descolonial. **Revista Estudos Feministas** v. 22 n. 3. 2014.

LUGONES, María. Colonialidade e gênero. In: HOLLANDA, H. B (org.). **Pensamento feminista: perspectivas decoloniais**. Rio de Janeiro: Bazar do tempo, 2020. p. 52-83.

NASCIMENTO, Beatriz. **O negro visto por ele mesmo**: ensaios, entrevistas e prosas. RATTS, Alex (org.). São Paulo: Ubu Editora, 2022.

NASCIMENTO, Beatriz. **Ôrí**. GERBER, Raquel (Dir.) São Paulo: Angra Filmes, 1989, 90min.

NOGUEIRA, Isildinha Baptista. **Significações do corpo negro**. 1998. Tese (Doutorado) – Doutorado em Psicologia, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 1998. 143 p.

OYEWÙMÍ, Oyèrónké. **A invenção das mulheres**: construindo um sentido africano para os discursos ocidentais de gênero. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2021.

PEREIRA, Hanayrá Negreiros de Oliveira. **O Axé nas roupas**: indumentária e memórias negras no candomblé angola do Redandá. Dissertação (Mestrado em Ciência da Religião) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciência da Religião, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017. 133 p.

RATTS, Alex. **Eu sou atlântica**: sobre a trajetória de vida de Beatriz do Nascimento. São Paulo: IMESP, 2007.

ROSA, Jutyara Mendes da. **Os ventos do norte não movem moí-nhos**: memórias pretas em formação, sujeitos invisíveis e o ensino de moda brasileiro. 2023. 1 recurso on-line (25 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Design e Moda, Curso de Moda, Florianópolis, 2023. Disponível em: <http://sistemabu.udesc.br/pergamumweb/vinculos/0000af/0000af4d.pdf>. Acesso em: 12 mai. 2024.

SANTOS, Heloisa Helena de Oliveira. Uma análise teórica- política decolonial sobre o conceito de moda e seus usos. **Modapalavra**, Florianópolis, v. 28, n. 13, p. 164-190, 31 mar. 2020. Disponível em: <<https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/15948>>. Acesso em 30 jul. 2024.

VERGUEIRO, Viviane. Pensando a cisgeneridade como crítica decolonial. In: MESSEDER, S.; CASTRO, M.G.; MOUTINHO, L. (Orgs.). **Enlaçando sexualidades**: uma tessitura interdisciplinar no reino das sexualidades e das relações de gênero. Salvador: EDUFBA, 2016.

VERGUEIRO, Viviane. **Por inflexões decoloniais de corpos e**

identidades de gênero inconformes: uma análise autoetnográfica da cisgeneridade como normatividade. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

VILELA, Verdi Lazaro Alves. **Moda afro-brasileira e a arte de (re) existir:** mapa de ativismo e aquilombamento no desenvolvimento de marcas antirracistas. 2022. 1 recurso on-line (239 p. Dissertação (Mestrado) - Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Design e Moda, Mestrado em Design de Vestuário e Moda, Florianópolis, 2022. Disponível em: <http://sistemabu.udesc.br/pergamumweb/vinculos/0000a2/0000a24e.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2024.

Onde estão as mulheres de corpo gordo na tabela de medidas da revista Manequim?

Évora Juliene França Ferreira

Mestre, Universidade Feevale / evorabordados@hotmail.com
Orcid: 0000-0001-9165-5472 / <http://lattes.cnpq.br/4826149317638624>

Renata Fratton Noronha

Doutora, Universidade Feevale / renatanoronha@feevale.br
Orcid: 0000-0002-2838-2405 / <http://lattes.cnpq.br/7710532275762424>

Enviado: 23/07/2024 | Aceito: 28/10/2024



Onde estão as mulheres de corpo gordo na tabela de medidas da revista *Manequim*?

RESUMO

A representatividade é fundamental, tanto nas questões sociais quanto no âmbito da moda, especialmente quando se trata de corpos reais. Esta pesquisa teve como objetivo analisar como a representação das mulheres de corpos gordos é retratada na revista *Manequim* na década de 1990 e na atualidade. Para isso, foram selecionadas quatro edições da revista que apresentaram alterações nas suas tabelas de medidas, sendo duas edições correspondentes aos anos de 1991 e 1996 e duas edições do ano de 2022. A metodologia aplicada baseou-se em uma revisão bibliográfica e na análise de conteúdo centrada nas tabelas de medidas, nos moldes e na interpretação das edições mencionadas. Foi possível constatar que, na década de 1990, houve um breve período de melhora na representatividade das mulheres com corpos gordos na revista. No entanto, ao longo dos anos, muito se discutiu sobre representação, mas pouco se fez para atender às demandas das consumidoras. Os resultados indicam que, embora haja uma intenção de incluir mulheres gordas na revista *Manequim*, essa inclusão ocorre nos textos, porém não se reflete nas tabelas de medidas. Isso demonstra uma discrepância entre o discurso e a prática, evidenciando que a representatividade ainda é um desafio a ser superado no campo da moda.

Palavras-chave: Corpo Gordo; Tabela de medidas; *Revista Manequim*.

Where are the plus-size women in Manequim magazine's measurement chart?

ABSTRACT

Representation is crucial in both social issues and fashion, especially when it comes to real bodies. This research aimed to analyze how the representation of plus-size women is portrayed in Manequim magazine in the 1990s and today. For this, four editions of the magazine were selected that presented changes in their measurement tables, two editions corresponding to the years 1991 and 1996 and two editions from the year 2022. The methodology applied was based on a bibliographical review and analysis content centered on measurement tables, templates and interpretation of the editions mentioned. The methodology applied was based on an in-depth literature review, encompassing books and articles, as well as a detailed analysis of the four measurement charts from the mentioned issues. It was possible to observe that, in the 1990s, there was a brief period of improvement in the representation of plus-size women in the magazine. However, over the years, much has been discussed about representation, but little has been done to meet consumer demands. The results indicate that, although there is an intention to include plus-size women in Manequim magazine, this inclusion occurs in the texts but is not reflected in the measurement charts. This shows a discrepancy between discourse and practice, highlighting that representation is still a challenge to be overcome in the fashion field.

Keywords: *Plus-Size Body; Measurement Chart; Manequim Magazine*

¿Dónde están las mujeres con cuerpos gordos en la tabla de medidas de la revista Manequim?

RESUMEN

La representatividad es fundamental tanto en las cuestiones sociales como en el ámbito de la moda, especialmente cuando se trata de cuerpos reales. Esta investigación tuvo como objetivo analizar cómo la representación de las mujeres con cuerpos gordos se retrata en la revista Manequim en la década de 1990 y en la actualidad. Para ello, se seleccionaron cuatro ediciones de la revista que presentaron cambios en sus tablas de medidas, siendo dos ediciones correspondientes a la década de 1990 y dos ediciones más recientes. La metodología aplicada se basó en la revisión bibliográfica y el análisis de contenidos enfocados a tablas de medidas, plantillas e interpretación de las ediciones mencionadas. Fue posible constatar que, en la década de 1990, hubo un breve período de mejora en la representatividad de las mujeres con cuerpos gordos en la revista. Sin embargo, a lo largo de los años, se ha discutido mucho sobre representación, pero poco se ha hecho para atender las demandas de las consumidoras. Los resultados indican que, aunque hay una intención de incluir a mujeres gordas en la revista Manequim, esta inclusión ocurre en los textos, pero no se refleja en las tablas de medidas. Esto demuestra una discrepancia entre el discurso y la práctica, evidenciando que la representatividad aún es un desafío a superar en el campo de la moda.

Palabras-clave: *Cuerpo Gordo; Tabla de medidas; Revista Manequim.*

1. INTRODUÇÃO

Este artigo se propõe analisar a representatividade do corpo gordo na moda, utilizando a revista *Manequim* como objeto de estudo. A pesquisa se baseia na seguinte questão norteadora: de que forma a revista *Manequim* auxiliou e auxilia na representatividade de mulheres de corpo gordo em suas tabelas de medidas, no decorrer da década de 1990 até a atualidade?

Justifica-se a relevância de estabelecer debates no campo científico sobre a representação de corpos fora do padrão na moda, em específico do corpo gordo feminino. Além disso, destaca-se uma pesquisa na qual se aplica um estudo prático sobre tabelas de medidas da revista, verificando se este periódico atende a mulheres de corpo gordo, conforme mencionado em suas capas. Tal levantamento foi desenvolvido com o objetivo de investigar de que maneira a revista se posiciona, na prática, nas questões de representação do corpo gordo na moda.

O artigo apresenta três seções, além da introdução e da conclusão: a primeira está destinada ao entendimento de como a materialidade se atrela ao corpo, bem como o corpo padronizado é difundido pela moda; as classificações dos corpos e o entendimento do surgimento e evolução das tabelas de medidas no Brasil e a importância da representatividade de mulheres de corpos gordos nas revistas e novelas brasileiras. A outra apresenta a *Revista Manequim* e sua importância para o público feminino, destacando como este periódico contribui para afastar as mulheres da invisibilidade, incluindo a metodologia utilizada para a conclusão da pesquisa, seguindo o método proposto por Penn (2015). A última seção destina-se à apresentação dos resultados e discussões sobre de que maneira a *Revista Manequim* tem representado mulheres de corpo gordo em suas tabelas de medidas da década de 1990 e na atualidade.

2. DO CORPO AO EU: CONSTRUÇÕES IDENTITÁRIAS E A MATERIALIDADE

Para analisar a representatividade – ou a falta dela – de corpos gordos na *Revista Manequim* é importante compreender como a materialidade está ligada ao corpo. Nesse sentido, Butler (2001, p. 154) explica que: “O que constitui a fixidez do corpo, seus contornos, seus movimentos, será plenamente material, mas a materialidade será repensada como o efeito do poder, como o efeito mais produtivo do poder.” Após o entendimento de que a materialidade é uma espécie de efeito de poder, busca-se o esclarecimento de como a moda interfere na materialidade dos corpos.

Brandes e Souza (2012) explicam que formas e volumes do corpo são controlados e idealizados a fim de atingirem a imagem da perfeição. Nesse sentido, informações e a tendência da moda são propagadas de modo praticamente instantâneo, impactando-o. Já Foucault (1987) aborda o poder exercido sobre o corpo e evidencia que estas manifestações de poder são mais imediatas e acabam sendo, de certo modo, exercidas pelo indivíduo. Segundo o autor, o poder disciplinar está presente em diversos ambientes e é por meio das observações, dos exames, das notas e dos resultados que é produzido o saber sobre o indivíduo.

Pensando nos corpos gordos femininos, Aires (2019) esclarece que eles são entendidos a partir de discursos de poder que podem ser simplesmente midiáticos, negativos e patológicos. Assim, a partir dessa formulação do problema, busca-se explorar como os discursos negativos sobre corpos gordos são articulados na mídia e na cultura, levando à exclusão social e reforçando estereótipos, além de investigar as consequências desses discursos para as mulheres.

Seguindo esse entendimento, os consumidores das revistas de moda como a *Manequim*, ao se depararem com a ausência da representatividade de corpos gordos, tendem a observar que, de certo modo, as revistas exercem um tipo de

poder que se caracteriza pela influência sobre as mulheres para seguirem uma busca incessante pelo corpo magro e pela juventude.

Nesse sentido, segundo Woodward (2012, p. 18), essa “falta de representatividade também acaba posicionando o indivíduo como sujeito, pois é por essa via que situamos nossa identidade, quem somos e quem buscamos ser”. Ou seja, considerando o corpo apenas em sua dimensão física, na sua forma material, biológica e orgânica, é improvável que se encontre um indivíduo que não tenha tido seu corpo modificado de alguma forma na sociedade contemporânea.

As diferenças físicas entre os corpos, contudo, acabam se tornando um processo classificatório que separa os indivíduos e os classifica em seus aspectos físicos, étnicos e culturais. Assim, ganham adjetivos que os identificam e os categorizam como: o branco, o negro, o índio, o muçulmano, o magro, o gordo. Esses adjetivos marcam os indivíduos e os excluem da contraparte a qual não são pertencentes, oprimindo esses corpos e subjugando-os a partir do senso comum.

Esses argumentos levam a pensar sobre a importância do corpo representado na sociedade e em como esse corpo se manifesta nos meios de comunicação atualmente. Tomaz *et al.* (2020) afirmam que a mídia cotidiana nos influencia, criando uma falsa fisionomia corporal e padronizada para a sociedade, o que leva as pessoas a fazerem de tudo para terem o corpo perfeito e magro.

Com isso, observa-se que a maneira pela qual os corpos são retratados pela moda, pela mídia e pelos veículos de comunicação incita reflexões sobre o corpo e suas formas, dando a ele nome, tamanho e classificação. Com relação justamente à forma do corpo, quando classificações são criadas para determinar que este possui características específicas como sendo “o corpo magro” ou o “corpo gordo”, estes se dividem dentro de parâmetros que são considerados adequados pela sociedade.

Em 1990, o tipo de corpo que servia de referência era

o de modelos e *top models* magras, em detrimento à representatividade dos corpos de mulheres gordas ou de corpos naturais. Foi com o surgimento de movimentos como o *The Body Positive* que atualmente é possível ver mulheres gordas nas passarelas, nos programas televisivos e nas revistas de moda. Em outras palavras, esses corpos sempre existiram, mas apenas há poucos anos é possível vê-los em espaços midiáticos.

Torna-se relevante outro movimento que surgiu no *Instagram*: #movimentocorpolivre. Dirigida pela jornalista e escritora Alexandra Gurgel, a iniciativa busca ir além do aspecto estético e abrange questões ligadas a direitos de acessibilidade, representação, aceitação e saúde (Gurgel, 2020). Então, como explicam Matos, Alves e Barretto (2022), movimentos como estes não têm a intuição de fazer com que as mulheres se conformem com seus corpos, mas a de promover um comportamento mais gentil em relação a ele.

Na indústria da moda, é importante frisar, o padrão corporal torna-se ainda mais rígido, considerando-se o fato de que o tamanho padrão na moda brasileira corresponde a modelos muito magras, que, possivelmente, vestem o tamanho 38/40 da tabela de medidas.

Conforme Sant'Anna (2014), o "corpo da moda" é criado pela imagem padronizada a qual é difundida e, desta maneira, mulheres cultuam um determinado tipo de beleza como sendo o que almejam. Com isso, surgem cada vez mais relatos de mulheres insatisfeitas com seus corpos e que buscam por diversos processos cirúrgicos a fim de se moldar ao que a sociedade impõe.

Desta forma, ser obeso ou ter excesso de peso se tornou uma realidade vista com preconceito pelo fato de ser o diferente do que é mostrado o tempo todo pela mídia. Esse tipo de incentivo pelo corpo magro e jovem cria uma sociedade ansiosa e obcecada pelo corpo da capa da revista de moda.

2.1 Classificações dos corpos: Por que medir?

Ressalta-se que as tabelas de medidas são essenciais para livros didáticos de modelagem e para revistas de moda que oferecem moldes para confecção. Adentrando-se a esfera das classificações, nota-se que inicialmente as pessoas eram selecionadas como magras ou gordas e as roupas ofertadas no mercado da moda geralmente eram PP, P, M, G e GG – sistema usado nos Estados Unidos (Hakime; Ferreira, 2018). Tamanhos especiais, como o XG, XGG, EXG e EXGG, não constavam nas grades de produção; assim, pessoas de corpo maior, menor, diferente ou gordo tinham que confeccionar suas próprias roupas.

Interessante se faz compreender como surgiu a tabela de medidas no país, para entender que a escassez de roupas para todos os tamanhos tenha surgido possivelmente pelo fato de ainda ser recente a numeração oficial de roupas no Brasil. Analisando revistas de moda, é notório que os moldes e tabelas disponíveis vão até certa numeração. Então, olhar para essas tabelas de medidas é importante, inclusive, para compreender que elas estão dentro desse sistema de falta de representação, uma vez que funcionam como um tipo de mecanismo da representatividade, ou seja, um indivíduo só é representado na revista se vestir determinados tamanhos.

Exemplo disso é o manual de medidas que foi lançado em maio de 1995 pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas - NBR 13377), que definiu o tamanho máximo e o mínimo das peças de vestuário feminino, masculino e infantil que mensuravam a circunferência do tórax, busto, pescoço, cintura e altura da pessoa e o tamanho era escolhido pela circunferência do pescoço. Contudo, tal tabela de medidas não foi pensada para o corpo da mulher, já que a normatização toma por base a tabela de medidas masculinas, tendo sido adaptada para as mulheres.

A problemática de reproduzir padrões masculinos na tabela de medidas feminina é estabelecer que mulheres se moldem às proporções do gênero masculino. Desse modo, não foram levadas em consideração as peculiaridades do cor-

po feminino que precisa se moldar ao masculino e que, em determinadas partes, é menor e sem volume.

É possível pensar que as representações são produzidas e inventadas conforme se reproduz coletivamente comportamentos que ditam o corpo ideal e a moda a ser seguida, criando hierarquização de classe, de etnia, de gênero e social. Desse modo, exclui os indivíduos que não são representados nas capas de revistas, que não encontram roupas para seu biotipo corporal, que, por muitas vezes, têm seus direitos vetados por olhares preconceituosos. Em contrapartida, todo o sistema que oprime causa uma reação que leva os indivíduos invisibilizados, que estão à margem da sociedade a buscarem pertencimento a algo, a lutarem pela sua representatividade. No âmbito da moda, esse pode ter sido um fator importante, que culminou no surgimento de novas classificações denominadas de *Midsize* (tamanho médio) e *Plus Size* (tamanho grande).

2.2 Representações do Corpo Gordo nas Revistas e Novelas Brasileiras

Para compreender como o corpo magro é difundido pelas revistas é importante mencionar a pesquisa das autoras Campos, Cecílio e Penaforte (2016, p. 6), cujo título é "Corpo-vitrine, ser mulher e saúde: produção de sentidos nas capas da Revista Boa Forma". As autoras se dedicaram a pesquisar como o corpo das mulheres, principalmente o magro, são representados nas revistas e contribuem para o entendimento de que o corpo magro também passa pelo processo da aprovação social.

Ainda segundo essas autoras, as revistas especializadas no tema da manutenção do corpo magro e saudável manipulam os consumidores para seguirem as orientações ali apresentadas por especialistas, sendo que não levam em consideração que essas orientações não são acessíveis para todos os tipos de corpos femininos (Campos; Cecílio; Penaforte, 2016).

O entendimento que pode ser depreendido é que cor-

pos magros e definidos devem ser expostos com o mínimo de roupa e eles são um espaço simbólico na “construção dos modos de subjetividade e identidade, ligado aos estados de ânimo, o corpo passa a ser possível alvo de dominação e controle, ao prescrever normas de conduta e valores, uma forma de capital” (Campos; Cecílio; Penaforte, 2016, p. 616). Dessa maneira, o corpo magro passa por uma supervalorização, que, por conseguinte, é aproveitada pelo mecanismo de controle e objetificação.

Nesse sentido, o corpo padrão acaba sendo idealizado e desejado como se fosse um objeto a ser consumido e que, para ser aceito na sociedade de consumo, os indivíduos precisam atender às condições de elegibilidade definidas pelos padrões que o mercado estabelece. Refletindo sobre a atualidade, que tipo de imagens relacionadas ao corpo as mulheres contemporâneas consomem? Para responder à questão, observar programas como as novelas é uma maneira de confirmar o que está sendo disseminado, pois a *Revista Manequim* utiliza imagens das atrizes para suas capas.

Então, ao analisar a década de 2020, as novelas exibidas na Rede Globo foram *Amor de Mãe*, *Um lugar ao Sol*, *Pantanal*, *Travessia*, *Terra e Paixão* e *Renascer*. Dentre essas novelas, apenas uma levantou questões relacionadas ao corpo gordo. A novela *Um Lugar ao Sol* contou com a personagem Nicole, interpretada pela atriz Ana Baird, que representava uma mulher de corpo gordo que sofria gordofobia. Na trama, a personagem é dubladora e cresceu acostumada a descontar na comida o carinho e atenção que lhe faltava. Em razão de seu corpo, a personagem era vítima de vários preconceitos.

A importância de ter atrizes como Ana Baird em novelas diz respeito ao fato de que mulheres como ela são defensoras da positividade corporal, responsáveis pela representatividade das mulheres de corpo gordo dentro da sociedade. Então, se mulheres de corpo gordo começam a ser apresentadas nos meios televisivos, isso impacta também nos periódicos que utilizam as novelas como referência no Brasil. A atriz, nesse sentido, aborda as dificuldades que teve em conseguir

se colocar no mercado como atriz, justamente por ser uma pessoa de corpo gordo. Além disso, ela própria menciona que interpretar a personagem Nicole foi importante para que se sentisse representada.

A partir de tal perspectiva, o mercado midiático influencia na beleza corporal, projetando-se em objetificar o corpo. Estabelece, ademais, uma espécie de mercado das aparências, no qual o sujeito pode ter o corpo que quiser – esse corpo fornece um tipo de moeda de troca pela qual é possível comprar beleza e *status* e expõe os resultados obtidos de um corpo que não é mais natural.

A objetificação do corpo feminino foi introduzida na cultura cotidiana e se firmou como uma forma de “normalidade” pelo fato de o Brasil, em específico, ser um país colonizado, onde as questões voltadas aos direitos e ao respeito às mulheres foram tardiamente atendidas comparada com a dos homens. Resultado disso, que, praticamente duas décadas depois de 1970, em 1988, a Constituição Federal passou a reconhecer as mulheres como iguais aos homens.

As menções tardias a esses direitos das mulheres confirmam a importância das lutas femininas que buscam direitos igualitários, o que não significa dizer que outras muitas questões estão plenamente asseguradas. Esse cenário reforça a necessidade de articulações para evitar que comportamentos discriminatórios e excludentes sejam reproduzidos livremente. É necessário reafirmar, portanto, os espaços sociais das mulheres e de suas corporalidades, sobretudo em se tratando de mulheres com proporções corporais que destoam de padrões socialmente impostos. Em outras palavras, trata-se de não alimentar a cultura machista e, muitas vezes, sexista do corpo padronizado.

Nessa questão, a moda também tem responsabilidade quanto à falta de representatividade do corpo gordo, tanto no que tange à exibição desses corpos quanto no que se refere à confecção de peças de vestuário.

3. A REVISTA MANEQUIM E A METODOLOGIA

A *Manequim* figura como um importante periódico desde 1960, justamente por criar conteúdo para as mulheres no que se refere à beleza, à moda e à saúde e fornece, dessa maneira, material de pesquisa que permite olhar para as representações sobre o corpo feminino ao longo das décadas. Na última atualização do *Mídia Kit* da *Revista Manequim*, em fevereiro de 2021, consta que o *site* tinha o alcance de mais de 2 milhões de páginas vistas por mês, mais de 1,4 milhão em sessões e mais de 1,3 milhão de usuários únicos, resultando em 65% de *ad viewability* (Grupo Perfil, 2022).

Atualmente, os dados fornecidos pela revista apontam que os principais interesses de seus consumidores são Moda e Beleza, correspondendo a 81%, e assuntos relacionados à televisão, 67%. A revista tem como foco a moda feminina e o público-alvo são as classes A, B e C. Os números de leitoras mulheres (93%) e leitores homens (7%), evidenciam que a revista tem uma função importante para as mulheres, principalmente considerando que muitas buscam na revista uma forma de aprender a costurar para diferentes finalidades: desde a produção de roupas para o seu tamanho corporal ou para garantir uma forma de sustento financeiro.

Por essa perspectiva, destaca-se a existência de uma relação entre essas revistas com a educação e a profissionalização das mulheres. Esse argumento pode ser analisado pelo fato de 2% do consumidor ser de classe social A/B e 98% sendo de classe social C. Sendo que o público que mais consome a revista corresponde a idades entre 35 e 59 anos.

Outro ponto que merece destaque é que a revista tem, entre suas pautas, mulheres protagonistas de novelas nacionais e, a fim de buscar proximidade com as atrizes, a *Manequim* fortalece a ideia de que é possível copiar os *looks* usados por pessoas que estão em evidência nos programas televisivos. Uma questão que pode ser explicada quanto a essa aproximação das leitoras com as imagens de atrizes de sucesso diz respeito à criação de um imaginário que, para

uma mulher ser bela como as estrelas da televisão, basta seguir os passos disponibilizados por revistas como a *Manequim*.

É igualmente importante mencionar que a revista afirma, em seu site institucional, na página dedicada a informações para novas assinaturas, que se preocupa em incluir mulheres de diferentes corpos e idades. “A leitora é inspirada independentemente de seu tipo de corpo, estilo ou faixa etária” (Editora Escala, 2023). Esse excerto sobre o posicionamento do periódico é mais uma evidência que reforça a necessidade de investigar como a representatividade das diferenças entre mulheres ocorre em espaços midiáticos.

Outro fato relevante a ser aqui lembrado é que a revista surgiu na década de 1960, período no qual o Brasil ainda copiava muito a moda europeia. Isso inclui a *Revista Manequim*, que utilizava moldes vindos de fora do país e os adaptava para o consumo brasileiro. A relação com as tendências europeias condiz com o que Sant’Anna (2014) expõe ao mencionar que as modelos internacionais Veruschka e Twiggy eram consideradas moderníssimas. As modelos que serviam de inspiração tinham corpos muito magros e esse ideal de beleza acabava fazendo com que as mulheres se submetessem a dietas para perder peso e manter a boa aparência difundida pelas modelos referenciadas.

Nesse período ocorreu, ademais, o aumento de pessoas que passaram às classes médias no país pelo fato de a economia ter crescido em um ritmo acelerado. Com isso, a *Revista Manequim* se manteve no mercado, crescendo com a sociedade de consumo porque produzia materiais que pretendiam ajudar mulheres que estavam entrando no mercado de trabalho a se vestir e se comportar diante da sociedade. Até então, esse privilégio era voltado à elite brasileira.

Em relação à escolha da revista, o primeiro motivo de reflexão e de escolha do período analisado foi a observação de que, nas revistas de décadas anteriores a 1990, o corpo gordo não era facilmente citado. Assim, seria improvável que se obtivesse um levantamento satisfatório para este estudo.

A escolha de estabelecer o recorte temporal desta pesquisa na década de 1990 deu-se porque, nesse período, uma das tendências que predominou o campo da moda ficou conhecida como *heroin chic*, que eram corpos extremamente magros, parecendo doentes, e jovens.

Baseando-se nesses argumentos, o intuito foi o de pesquisar a representatividade da mulher de corpo gordo na década de 1990, considerando o fato de que pessoas de corpo gordo sempre existiram. Então, a busca centrou-se em investigar como elas foram representadas nesse período, justamente considerado a década da magreza, onde predominava esse padrão, bem quando a revista começou a enfatizar nas suas capas assuntos relacionados a mulheres de corpo gordo. Por conseguinte, a análise da pesquisa se volta para a atualidade, visando observar como, hoje, a revista representa as mulheres de corpo gordo e qual o impacto que isso tem na sociedade depois de mais de 24 anos em que a revista diz produzir conteúdo também para mulheres de corpo gordo.

Dessa forma, é possível dizer que a *Revista Manequim* se encontra em uma posição de referência para as mulheres brasileiras por auxiliar a afastar a mulher da invisibilidade, dando voz a mulheres de diferentes classes sociais e diferentes faixas etárias, bem como a tentativa de representar diferentes corpos.

Além disso, por meio dela, pode-se observar reverberações da cultura nacional. Isso leva a considerar que, nesse periódico, dada a sua envergadura no que tange ao alcance do público feminino, as mulheres brasileiras também foram construindo sua história e formando a sua identidade, por meio dos espaços que ocupam, sejam eles na moda ou em outros âmbitos da sociedade.

Por outro lado, periódicos como a *Manequim*, de certo modo, também foram responsáveis por difundir padrões de beleza, em específico, por meio das propagandas. Corroborando o exposto, Sant'Anna (2014) afirma que a propaganda dos produtos para emagrecer havia se tornado frequente na imprensa por meio da insistência em controlar o peso

das mulheres por meio de remédios, emagrecedores e chás. Anúncios desse tipo eram assíduos nas páginas da *Revista Manequim*.

Esta seção encaminha a finalização da pesquisa, a qual utilizou a análise de conteúdo e de imagem e as tabelas de medidas e moldes, seguindo o método proposto por Penn (2015, p. 331).

[...] teoricamente, o processo de análise nunca se exaure e, por conseguinte, nunca está completo. Isto é, é sempre possível descobrir uma nova maneira de ler uma imagem, ou um novo léxico, ou sistema diferente, para aplicar à imagem.

Entretanto, seguindo o raciocínio da autora, quando uma análise visa demonstrar um ponto específico, como no caso desta pesquisa sobre a representação do corpo gordo, o analista se justifica ao se limitar aos aspectos relevantes do material.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO: O CORPO GORDO REPRESENTADO NAS TABELAS DA REVISTA MANEQUIM

A fim de efetivar a pesquisa, faz-se necessário efetuar a verificação nas tabelas de medidas oferecidas pela revista entre a década de 1990 e atualmente. Para isso, foi preciso constatar se houve mudanças relevantes dos tamanhos destinados às mulheres de corpo gordo na revista nesses últimos 24 anos, recorte temporal desta pesquisa.

Para fazer a análise das tabelas de medidas, é importante saber como estavam os índices de obesidade no Brasil no início dos anos 1990. Nesse sentido, são apresentados a seguir os dados levantados pela Pesquisa Nacional sobre Saúde e Nutrição (PNSN), realizada entre julho e setembro de 1989, a qual teve o objetivo de analisar o estado nutricional da população brasileira mediante a coleta de dados antropométricos.

métricos. “Percebeu-se que cerca de 27 milhões de brasileiros (32%) apresentam algum grau de excesso de peso (IMC ≥ 25). Destes, 27% de homens e 38% de mulheres obesas” (Pesquisa..., 1989, p. 2).

Vale lembrar que os índices de obesidade em adultos no Brasil, em 2019, chegaram a um total de 55,4%, sendo maior entre homens (57,1%) do que entre mulheres (53,9%) (ABESO, 2023). Então, nos anos 1990 já existia um aumento significativo de mulheres obesas no Brasil, porém, na moda e na mídia a exigência era seguir a referência das *top models*.

Após esse entendimento dos dados de mulheres de corpo gordo no Brasil, e de como era a imagem que se esperava delas, as tabelas de medidas selecionadas a partir de quatro edições pesquisadas passam a ser então analisadas. Nesse sentido, há mais de uma tabela estudada, a fim de observar as modificações no decorrer do tempo, sendo elas das edições de junho 1991, janeiro 1996, março 2022 e setembro 2022.

A presente análise considera as medidas da linha da cintura referentes aos tamanhos ofertados, justamente por ser, na cintura, que há um aumento relacionado ao tamanho dos indivíduos. Outro critério é que são analisadas somente as medidas da linha da cintura na tabela feminina, pelo fato de ser o recorte relevante para esta pesquisa.

Na Figura 1, segue a observação da primeira tabela disponível dos anos 1990 correspondente ao mês de junho de 1991 e disponibilizada pela *Revista Manequim*.

Figura 1. Tabela de Medidas da revista Manequim - Junho 1991 Ano 32 nº06/378

	MULHERES								
MANEQUIM	38	40	42	44	46	48	50	52	54
IDADE									
TAMANHO									
OMBRO									
TÓRAX									
BUSTO	82	86	90	94	98	104	110	116	122
CINTURA	66	68	72	76	80	86	92	98	104
QUADRIS	88	92	96	100	104	110	116	122	128
ALTURA DA FRENTE	42	43	44	45	46	47	48	49	50
ALTURA DO BUSTO	25	26	27	28	29	30	31	32	33
CONTORNO DO BRAÇO	26	27	28	29	30	32	34	36	38
LARGURA DAS COSTAS	34	35	37	38	40	41	42	44	45

Fonte: Acervo pessoal de uma das Autoras, 2024.

Na tabela de 1991, a revista oferecia do tamanho 38 ao tamanho 54. Na revista, porém, não há nenhum molde para pessoas do tamanho 54. O maior tamanho oferecido nesta edição é o 50 referente a cinco peças de roupa, as quais correspondem a uma cintura de 92 centímetros.

Na Figura 2 é analisada a tabela de medidas, de janeiro de 1996, em que é possível observar algumas mudanças.

Figura 2. Tabela de Medidas da revista Manequim - Janeiro 1996 Ano 37nº 01/433

MULHERES	PP		P		M		G		GG		EG	
	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
A-OMBRO	11	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,8	15,5	16,3	17	17,7
B-BUSTO	74	78	82	86	90	94	98	104	110	116	122	128
C-CINTURA	56	60	64	68	72	76	80	86	92	98	104	110
D-QUADRIS	80	84	88	92	96	100	104	110	116	122	128	134
E-ALT.FRENTE	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51
F-CONT.BRAÇO	24	25	26	27	28	29	30	32	34	36	38	40
G-LARG.COSTAS	30,5	32	34	35	37	38	40	41	42	44	45	46
H-PESCOÇO	29	30	31	33	36	37	38	40	42	44	45	47
I-ALT.BUSTO	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34

Fonte: Acervo pessoal de uma das Autoras, 2024.

Como pode-se observar, na tabela de medidas de 1996, a *Revista Manequim* fez acréscimos de tamanhos na tabela feminina: numerações 34 e 36 para tamanhos menores e 56 para tamanhos maiores. Com o tamanho 56, a cintura máxima que a revista oferece é de 110 centímetros de circunferência, atendendo, então, a um maior número de mulheres de corpo gordo. Interessante considerar que foram aumentados dois tamanhos para mulheres de corpo magro, o que pode significar que havia a busca por tamanhos menores pelas consumidoras da revista. Isso pode ser reflexo da tendência *heroin chic*, que estava vigente na moda na década de 1990, conforme explanado anteriormente.

Além de haver o acréscimo de tamanhos, a tabela também começou a direcionar os consumidores para quais medidas seguiam: PP, P, M, G, GG e EG, a fim de facilitar qual molde poderia ser mais bem adaptado ao corpo da cliente.

As investigações desta pesquisa ainda se direcionaram aos moldes disponibilizados pela revista para mulheres de corpo gordo. Na contagem dos moldes, os tamanhos máximos disponibilizados foram apenas um de saia-calça do tamanho 54, o que corresponde a 104 centímetros de circunferência da cintura, e outro de uma túnica, que está identificado como sendo tamanho EG, que, conforme a revista, é adequado as

cinturas de 104 a 110 centímetros. Não fica claro, no entanto, se realmente eles vestem o tamanho 56 oferecido pela revista.

Dessa forma, para a consumidora saber se o tamanho EG realmente veste uma cintura com a medida de 110 centímetros, é necessário que esse molde seja copiado em um papel específico para modelagem e conferida as suas medidas antes de produzir a roupa.

Na Figura 3, consta a tabela de medidas do mês de março de 2022:

Figura 3. Tabela de Medidas da revista Manequim- Março 2022 nº745

TAMANHOS	PP		P		M		G		GG		EG		EGG	
MANEQUINS	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56	58	60	62
A. Busto	82	86	90	94	98	102	106	110	114	118	122	126	130	134
B. Cintura	66	70	74	78	82	86	90	94	98	102	106	110	114	118
C. Quadris	88	92	96	100	104	108	112	116	120	124	128	132	136	140
D. Compr. blusa	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53
E. Larg. costas	34	35	36	37	38	39	39	40	40	41	53	54	55	56
F. Larg. braço	26	26	27	28	30	32	34	36	38	39	40	41	42	43
G. Ombro	11,5	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,5	15	15,5	16	16,5	17	17,5

Fonte: Acervo pessoal de uma das Autoras, 2024.

Da análise da tabela de medidas de 1996 para a de 2022 passaram-se 26 anos e, neste período, houve muitas mudanças referentes ao corpo da mulher, principalmente o corpo gordo, bem como o aumento do índice de obesidade no Brasil, como já mencionado.

Na observação da tabela de 2022, é possível verificar que houve um aumento significativo da representatividade de tamanhos maiores. O tamanho 40 da tabela de 1996, no qual a cintura equivalia a 68 centímetros, corresponde, agora, a 96 centímetros de cintura. Por outro lado, a circunferência dos tamanhos maiores teve uma diminuição, por exemplo: em 1996, o tamanho 56 (maior ofertado) media 110 centímetros de circunferência e em 2022 esse mesmo tamanho

passou a equivaler a 106 centímetros, ou seja, aconteceu uma diminuição de quatro centímetros.

Então, mesmo que a *Revista Manequim* tenha aumentado a tabela de medidas para o tamanho 62, em termos de circunferência de medidas, os tamanhos maiores perderam circunferência desde o tamanho 54 da tabela, enquanto os tamanhos menores do 36 ao 50 ganharam alguns centímetros.

O aumento nos tamanhos menores significa que a revista se preocupou em atender ao maior número de mulheres e que se atualizou em relação ao aumento geral das medidas das mulheres brasileiras. Contudo, o fato de a revista apenas ampliar o tamanho oferecido e diminuí-lo em centímetros de circunferência não auxilia as mulheres de corpo gordo. Além disso, pensando nos moldes oferecidos na revista, o maior número do maior molde é apenas uma calça para o tamanho 54.

Por fim, na Figura 4, consta a tabela mais recente utilizada pela Revista Manequim em agosto de 2022.

Figura 4. Tabela de Medidas da revista Manequim- Setembro 2022 nº751

Tamanho/Descrição	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54
A. Contorno do busto	84	88	92	96	100	104	108	112	118	124
B. Contorno da cintura	70	74	78	82	86	90	94	98	104	110
C. Contorno do quadril	90	94	98	102	106	110	114	118	124	130
D. Altura da frente	43	43	43,5	43,5	44	44	44,5	44,5	45	45
E. Largura das costas	35	36	37	38	39	40	41	42	43,5	45
F. Contorno do braço	27	29	31	33	35	37	39	41	44	47
G. Ombro	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,5	15	16	16,5
H. Pescoço	35	36	37	38	39	40	41	42	42,5	43
I. Altura do gancho	26	26	26,5	26,5	27	27	27,5	27,5	28	28

Fonte: Acervo pessoal de uma das Autoras, 2024.

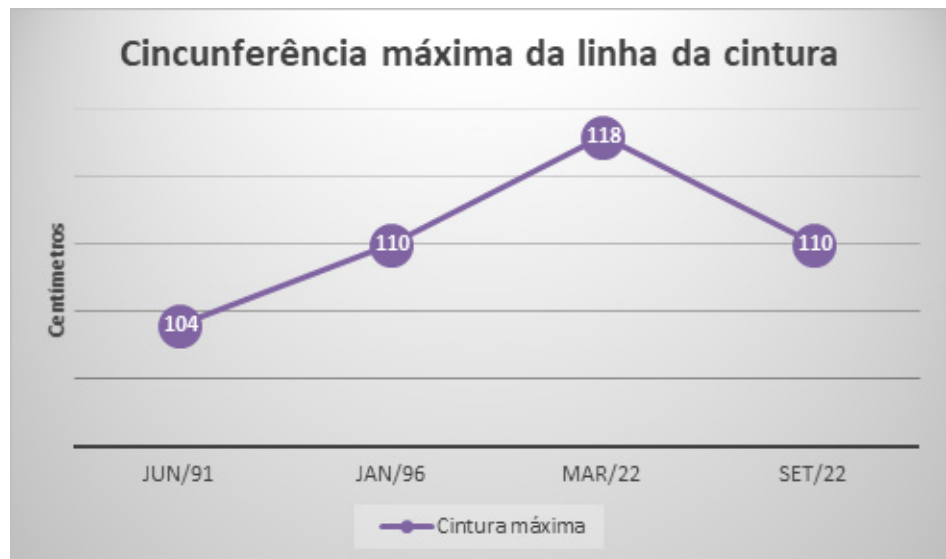
Nesta edição, a revista atualizou sua tabela de medidas conforme as regras da ABNT e sua consultora Cristiane Lalla, (Revista Manequim, 2022, p. 4), comenta que "é possível

observar a diferença principalmente na circunferência da cintura, que aumentou mais de tamanho em relação a outras medidas referentes a tabela”.

Então, ao verificar as diferenças da tabela de março de 2022 para setembro do mesmo ano, é notório que, na tabela de setembro de 2022, a revista voltou a excluir os tamanhos grandes 56, 58, 60 e 62. Antes, o tamanho 62 vestia uma cintura de 118 centímetros; atualmente, o maior tamanho oferecido é o 54, que corresponde a uma cintura de 110 centímetros. Na citada edição, há dois moldes disponíveis desse tamanho: uma camisa e uma calça. Com essa mudança, houve uma perda de oito centímetros no total da circunferência.

Desta vez, contudo, todos os tamanhos aumentaram quatro centímetros de circunferência na linha da cintura, deixando a entender que a população magra ganhou mais tamanho na cintura. Mesmo com a adequação da tabela de medidas para as normas da ABNT, fica evidente que, por mais que a revista mencione em praticamente todas suas capas moldes disponíveis para mulheres *plus size*, isso de fato não se concretiza. Nesse sentido, comparado às outras tabelas analisadas, a tabela atual voltou a oferecer a mesma medida da tabela de 1996 com uma cintura máxima de 110 centímetros. Para esclarecer de maneira visual, apresenta-se a seguir o Gráfico 1 com as respectivas mudanças.

Gráfico 1. Tabela de Medidas disponíveis na Revista Manequim (1991-1996-2022).



Fonte: Elaborado pela autora.

Observando este gráfico, constata-se que, em termos de tamanhos de molde, a revista estava atendendo melhor às mulheres em sua tabela de março de 2022. Todavia, com a adaptação dos seus moldes para a tabela vigente, que segue a ABNT, houve uma redução no tamanho máximo da cintura.

Além disso, houve uma diminuição de oferta dos tamanhos maiores que antes existiam. Essa exclusão de circunferências de cinturas maiores na revista acontece justamente quando se estimou a elevação do peso no país, conforme informa a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) 2019, que diz que nos últimos 17 anos dobrou o percentual de pessoas adultas obesas. Entre 2002 e 2003, o percentual apontava 12,2%, índice que passou, em 2019, para 26,8%. Isso levou a proporção da população adulta com excesso de peso a passar de 43,3% para 61,7%, praticamente dois terços da população brasileira (Ministério Da Saúde, 2020). É notório, portanto, que cada vez mais será necessária a representatividade de pessoas gordas nesse tipo de periódico.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo das tabelas de medidas e dos moldes disponíveis na revista foi importante para verificarmos se, realmente, a *Manequim* atende ao público *plus size* e o que tem disponível para essas mulheres. Entretanto, com o levantamento aqui apresentado, ficou evidente que as chamadas nas capas da revista não correspondem, na prática, aos moldes oferecidos nas revistas da década de 1990 e nem na atualidade.

Por meio da análise das tabelas de medidas, foi possível confirmar que a revista ofereceu tamanhos até o 62 por muitos anos; porém, tal promessa acontece somente na tabela de medidas, pois ao folhear a revista não é possível encontrar moldes para esse tamanho e os moldes maiores que constam são poucos. Ou seja, se uma mulher de corpo gordo compra a revista para confeccionar suas peças, provavelmente não encontrará moldes para seu tamanho – o que indica que existe um apagamento do corpo gordo.

Observou-se que a revista oferece, na prática e de forma incoerente, moldes que seriam destinados a mulheres de corpo gordo com um máximo de 110 centímetros de circunferência na cintura. No entanto, 110 centímetros representam um corpo médio, e não um corpo *plus size*.

Na tabela de medidas da revista, o tamanho GG da edição de março de 2022 apresenta uma circunferência de cintura equivalente a 110 centímetros. No entanto, na tabela atual de setembro de 2022, essa medida é agora considerada como tamanho EG – essa alteração resulta na diminuição em centímetros da linha máxima da cintura, criando uma “falsa impressão” de aumento em relação às referências em siglas como G, GG e EG. Assim, se essa medida representa o máximo que a revista oferece nos moldes, ela não é adequada para um corpo realmente gordo.

Por fim, o estudo contribui para a representatividade das mulheres de corpo gordo no Brasil e pode servir de estudo para futuras pesquisas relacionadas à inclusão destas mulheres, tanto na moda como na mídia, podendo este estudo ter

continuidade para análise de tabela de medidas de livros didáticos ou de marcas de vestuário destinadas ao público *plus size*.

AGRADECIMENTOS

A presente pesquisa foi realizada com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)- Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

- AIRES, Aliana. **De gorda a plus size: a moda do tamanho grande**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA PARA O ESTUDO DA OBESIDADE E SÍNDROME METABÓLICA – ABESO. Mapa da Obesidade. **Site Abeso**, São Paulo, 2023. Disponível em: <https://abeso.org.br/obesidade-e-sindrome-metabolica/mapa-da-obesidade>. Acesso em: 10 mai. 2023.
- BRANDES, Aline Zendonadi; SOUZA, Patrícia de Mello. Corpo e moda pela perspectiva do contemporâneo. **Projética**, v. 3, n. 1, p. 119-129, 2012.
- BUTLER, Judith. Corpos que Pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). O Corpo Educado: Pedagogias da Sexualidade (Org. Guacira Lopes Louro). **Belo Horizonte, Autêntica**, 2001.
- CAMPOS, Maria Teresa de Assis; CECÍLIO, Mariana Silva; PENAFORTE, Fernanda Rodrigues. Corpo-vitrine, ser mulher e saúde: produção de sentidos nas capas da Revista Boa Forma. **Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde**, [S.l.], v. 11, n. 3, p. 611-628, 2016.
- EDITORA ESCALA. Assine Escala: Sobre a Manequim. **Site da Editora Escala**, São Paulo, 2023. Disponível em: <https://assineescala.com.br/Manequim-3-2/>. Acesso em: 10 mai. 2023.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução: Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 1987.
- GRUPO PERFIL. **Mídia Kit 2022 Q1 – V1**. Site Grupo Perfil Brasil, São Paulo, 2022. Disponível em: https://grupoperfilbrasil.com.br/download/MIDIA_KIT_2022.pdf. Acesso em 20 jan.2023.
- GURGEL, Alexandra. **Pare de se odiar: porque amar o próprio**

corpo é um ato revolucionário. Rio de Janeiro: Best Seller, 2020.

HAKIME, Rafael; FERREIRA, Verena. Como surgiu a numeração das roupas? **Revista Superinteressante**, São Paulo, 30 ago. 2018. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-surgiu-numeracao-das-roupas/>. Acesso em: 5 jan.2023.

MATOS, Ariele; ALVES, Juliana; BARRETTO, Letícia. Movimento body positive e o corpo gordo. **Caderno Discente**, [S.l.], v. 7, n. 1, p. 28-36, 2022.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Saúde prepara ações para controle do excesso de peso e da obesidade. **Site Ministério da Saúde**, 21 out. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2020/outubro/saude-prepara-acoes-para-controle-do-excesso-de-peso-e-da-obesidade>. Acesso em: 10 mai. 2023.

PENN, G. Análise semiótica de imagens paradas. In: BAUER, M. W; GASKELL, G (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 13. ed. Petrópolis: Vozes, 2015. p. 319-342.

PESQUISA NACIONAL SOBRE SAÚDE E NUTRIÇÃO. [S.l.; S.n], 1989. Disponível em: <https://www.nescon.medicina.ufmg.br/biblioteca/imagem/1551.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2023.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

TOMAZ, Rafael Cândido *et al.* Corpo Padrão: um estudo sobre as concepções do corpo feminino exposto pela mídia. **Revista Latino-Americana de Psicologia Corporal**, [S.l.], v. 7, n. 10, p. 120-145, 2020.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2012.

Where are the plus-size women in *Manequim* magazine's measurement chart?

Évora Juliene França Ferreira

Master's, Universidade Feevale / evorabordados@hotmail.com
Orcid: 0000-0001-9165-5472 / <http://lattes.cnpq.br/4826149317638624>

Renata Fratton Noronha

PhD, Universidade Feevale / renatanoronha@feevale.br
Orcid: 0000-0002-2838-2405 / <http://lattes.cnpq.br/7710532275762424>

Submitted: 23/07/2024 | Accepted: 28/10/2024



Where are the plus-size women in Manequim magazine's measurement chart?

ABSTRACT

Representation is crucial in both social issues and fashion, especially when it comes to real bodies. This research aimed to analyze how the representation of plus-size women is portrayed in Manequim magazine in the 1990s and today. For this, four editions of the magazine were selected that presented changes in their measurement tables, two editions corresponding to the years 1991 and 1996 and two editions from the year 2022. The methodology applied was based on a bibliographical review and analysis content centered on measurement tables, templates and interpretation of the editions mentioned. The methodology applied was based on an in-depth literature review, encompassing books and articles, as well as a detailed analysis of the four measurement charts from the mentioned issues. It was possible to observe that, in the 1990s, there was a brief period of improvement in the representation of plus-size women in the magazine. However, over the years, much has been discussed about representation, but little has been done to meet consumer demands. The results indicate that, although there is an intention to include plus-size women in Manequim magazine, this inclusion occurs in the texts but is not reflected in the measurement charts. This shows a discrepancy between discourse and practice, highlighting that representation is still a challenge to be overcome in the fashion field.

Keywords: *Plus-Size Body; Measurement Chart; Manequim Magazine*

Onde estão as mulheres de corpo gordo na tabela de medidas da revista *Manequim*?

RESUMO

A representatividade é fundamental, tanto nas questões sociais quanto no âmbito da moda, especialmente quando se trata de corpos reais. Esta pesquisa teve como objetivo analisar como a representação das mulheres de corpos gordos é retratada na revista *Manequim* na década de 1990 e na atualidade. Para isso, foram selecionadas quatro edições da revista que apresentaram alterações nas suas tabelas de medidas, sendo duas edições correspondentes aos anos de 1991 e 1996 e duas edições do ano de 2022. A metodologia aplicada baseou-se em uma revisão bibliográfica e na análise de conteúdo centrada nas tabelas de medidas, nos moldes e na interpretação das edições mencionadas. Foi possível constatar que, na década de 1990, houve um breve período de melhora na representatividade das mulheres com corpos gordos na revista. No entanto, ao longo dos anos, muito se discutiu sobre representação, mas pouco se fez para atender às demandas das consumidoras. Os resultados indicam que, embora haja uma intenção de incluir mulheres gordas na revista *Manequim*, essa inclusão ocorre nos textos, porém não se reflete nas tabelas de medidas. Isso demonstra uma discrepância entre o discurso e a prática, evidenciando que a representatividade ainda é um desafio a ser superado no campo da moda.

Palavras-chave: Corpo Gordo; Tabela de medidas; *Revista Manequim*.

¿Dónde están las mujeres con cuerpos gordos en la tabla de medidas de la revista Manequim?

RESUMEN

La representatividad es fundamental tanto en las cuestiones sociales como en el ámbito de la moda, especialmente cuando se trata de cuerpos reales. Esta investigación tuvo como objetivo analizar cómo la representación de las mujeres con cuerpos gordos se retrata en la revista Manequim en la década de 1990 y en la actualidad. Para ello, se seleccionaron cuatro ediciones de la revista que presentaron cambios en sus tablas de medidas, siendo dos ediciones correspondientes a la década de 1990 y dos ediciones más recientes. La metodología aplicada se basó en la revisión bibliográfica y el análisis de contenidos enfocados a tablas de medidas, plantillas e interpretación de las ediciones mencionadas. Fue posible constatar que, en la década de 1990, hubo un breve período de mejora en la representatividad de las mujeres con cuerpos gordos en la revista. Sin embargo, a lo largo de los años, se ha discutido mucho sobre representación, pero poco se ha hecho para atender las demandas de las consumidoras. Los resultados indican que, aunque hay una intención de incluir a mujeres gordas en la revista Manequim, esta inclusión ocurre en los textos, pero no se refleja en las tablas de medidas. Esto demuestra una discrepancia entre el discurso y la práctica, evidenciando que la representatividad aún es un desafío a superar en el campo de la moda.

Palabras-clave: *Cuerpo Gordo; Tabla de medidas; Revista Manequim.*

1. INTRODUCTION

This article aims to analyze the representativeness of the fat body in fashion, using *Manequim* magazine as an object of study. The research is based on the following guiding question: how has *Manequim* magazine helped and helps to represent fat women in its measurement tables, from the 1990s to the present day?

This is justified by the relevance of establishing debates in the scientific field about the representation of non-standard bodies in fashion, specifically the fat female body. In addition, the research is based on a practical study of the magazine's measurement tables, checking whether the magazine caters for women with fat bodies, as mentioned on its covers. This survey was carried out with the aim of investigating how the magazine positions itself, in practice, on issues of the representation of the fat body in fashion.

The article has three sections, in addition to the introduction and conclusion: the first is aimed at understanding how materiality is linked to the body, as well as how the standardized body is disseminated by fashion; the classifications of bodies and understanding the emergence and evolution of measurement tables in Brazil and the importance of the representation of women with fat bodies in Brazilian magazines and soap operas. The other section presents *Manequim magazine* and its importance to the female public, highlighting how this periodical contributes to keeping women from invisibility, including the methodology used to conclude the research, following the method proposed by Penn (2015). The final section presents the results and discusses how *Manequim magazine* has represented fat women in its tables of measurements from the 1990s to the present day.

2. FROM THE BODY TO THE SELF: IDENTITY CONSTRUCTIONS AND MATERIALITY

In order to analyze the representation of fat bodies in *Manequim magazine*, it is important to understand how materiality is linked to the body. In this sense, Butler (2001, p. 154) explains that: "What constitutes the fixity of the body, its contours, its movements, will be fully material, but materiality will be rethought as the effect of power, as the most productive effect of power." After understanding that materiality is a kind of power effect, we seek to clarify how fashion interferes with the materiality of bodies.

Brandes and Souza (2012) explain that body shapes and volumes are controlled and idealized in order to achieve the image of perfection. In this sense, information and fashion trends are propagated almost instantaneously, impacting the body. Foucault (1987), on the other hand, discusses the power exercised over the body and points out that these manifestations of power are more immediate and end up being, in a way, exercised by the individual. According to the author, disciplinary power is present in various environments and it is through observations, exams, grades and results that knowledge about the individual is produced.

Thinking about fat female bodies, Aires (2019) clarifies that they are understood from discourses of power that can be simply media, negative and pathological. Thus, based on this formulation of the problem, the aim is to explore how negative discourses about fat bodies are articulated in the media and culture, leading to social exclusion and reinforcing stereotypes, as well as investigating the consequences of these discourses for women.

Following this understanding, consumers of fashion magazines such as *Manequim*, when faced with the lack of representation of fat bodies, tend to observe that, in a way, the magazines exercise a type of power that is characterized by influencing women to follow an incessant search for a thin body and youth.

In this sense, according to Woodward (2012, p. 18), this

"lack of representation also ends up positioning the individual as a subject, since it is through this that we situate our identity, who we are and who we seek to be". In other words, considering the body only in its physical dimension, in its material, biological and organic form, it is unlikely to find an individual who has not had their body modified in some way in contemporary society.

The physical differences between bodies, however, end up becoming a classificatory process that separates individuals and classifies them in terms of their physical, ethnic and cultural aspects. Thus, they are given adjectives that identify and categorize them as: white, black, Indian, Muslim, thin, fat. These adjectives mark individuals and exclude them from the counterpart to which they do not belong, oppressing these bodies and subjugating them based on common sense.

These arguments lead us to think about the importance of the body represented in society and how this body manifests itself in the media today. Tomaz *et al.* (2020) state that the daily media influences us, creating a false and standardized body physiognomy for society, which leads people to do everything they can to have the perfect, slim body.

As a result, the way in which bodies are portrayed by fashion, the media and communication vehicles prompts reflections on the body and its shapes, giving it a name, size and classification. With regard to the shape of the body, when classifications are created to determine that it has specific characteristics, such as "the thin body" or the "fat body", these are divided into parameters that are considered appropriate by society.

In the 1990s, the body type comprehended as a reference was that of thin models (known as *top models*), to the detriment of the representation of the bodies of fat women or natural bodies. It was with the emergence of movements such as *The Body Positive* that it is now possible to see fat women on catwalks, television programs and fashion magazines. In other words, these bodies have always existed, but only recently have they been seen in the media.

Another movement that has emerged on *Instagram* is relevant: #movimentocorpolivre. Led by journalist and writer Alexandra Gurgel, the initiative seeks to go beyond the aesthetic aspect and covers issues related to accessibility rights, representation, acceptance and health (Gurgel, 2020). So, as Matos, Alves and Barretto (2022) explain, movements like these don't have the intention of making women conform to their bodies, but rather to promote kinder behavior towards them.

In the fashion industry, it is important to emphasize, the body standard becomes even more rigid, considering that the standard size in Brazilian fashion corresponds to very thin models, who possibly wear size 38/40 in the size chart.

According to Sant'Anna (2014), the "fashionable body" is created by the standardized image that is disseminated and, in this way, women worship a certain type of beauty as what they want. As a result, there are more and more reports of women who are dissatisfied with their bodies and who seek out various surgical procedures in order to mold themselves to what society imposes

In this way, being obese or overweight has become a reality viewed with prejudice because it is different from what is shown all the time by the media. This kind of encouragement for a slim, youthful body creates a society that is anxious and obsessed with the body on the cover of a fashion magazine.

2.1 **Body classifications: Why measure?**

It should be noted that measurement tables are essential for modeling textbooks and for fashion magazines that offer patterns for clothing. Moving into the realm of classifications, it can be seen that initially people were selected as thin or fat and the clothes offered on the fashion market were generally PP, P, M, G and GG - a system used in the United States (Hakime; Ferreira, 2018). Special sizes, such as XG, XGG, EXG and EXGG, were not included in the production grids, so people with larger, smaller, different or fatter bodies

had to make their own clothes.

It is interesting to understand how the table of measurements came about in the country, in order to understand that the scarcity of clothes for all sizes may have arisen from the fact that the official numbering of clothes in Brazil was still recent. Looking at fashion magazines, it's clear that the patterns and tables available go up to a certain size. Therefore, looking at these measurement tables is important, not least to understand that they are part of this system of lack of representation, since they function as a kind of representativeness mechanism, i.e. an individual is only represented in the magazine if they wear certain sizes.

An example of this is the manual of measurements that was launched in May 1995 by ABNT (Brazilian Association of Technical Standards - NBR 13377), which defined the maximum and minimum size of women's, men's and children's garments that measured the circumference of the chest, bust, neck, waist and height of the person and the size was chosen by the circumference of the neck. However, this table of measurements was not designed for women's bodies, since the standardization is based on the male table of measurements and was adapted for women.

The problem with reproducing male standards in the female measurement chart is that it requires women to conform to male proportions. In this way, the peculiarities of the female body, which needs to be molded to the male body and which, in certain parts, is smaller and lacks volume, have not been taken into account.

It is possible to think that representations are produced and invented as behaviours are collectively reproduced that dictate the ideal body and the fashion to be followed, creating class, ethnic, gender and social hierarchies. This excludes individuals who aren't represented on magazine covers, who can't find clothes for their body type, who often have their rights vetoed by prejudiced looks. On the other hand, the whole system that oppresses causes a reaction that leads invisible individuals, who are on the margins of society, to seek

to belong to something, to fight for their representation. In fashion, this may have been an important factor, culminating in the emergence of new classifications called Midsize and Plus Size.

2.2 Representations of the Fat Body in Brazilian Magazines and Novels

In order to understand how the thin body is disseminated by magazines, it is important to mention the research by the authors Campos, Cecílio and Penaforte (2016, p. 6), whose title is "Corpo-vitrine, ser mulher e saúde: produção de sentidos nas capas da Revista Boa Forma". The authors researched how women's bodies, especially thin ones, are represented in magazines and contributed to the understanding that the thin body also goes through the process of social approval.

According to these authors, magazines specializing in maintaining a slim and healthy body manipulate consumers into following the guidelines presented by specialists, without taking into account that these guidelines are not accessible to all female body types (Campos; Cecílio; Penaforte, 2016).

The understanding that can be drawn from this is that thin, defined bodies should be displayed with minimal clothing and that they are a symbolic space in the "construction of modes of subjectivity and identity, linked to states of mind, the body becomes a possible target of domination and control, by prescribing norms of conduct and values, a form of capital" (Campos; Cecílio; Penaforte, 2016, p. 616). In this way, the slim body is overvalued, which is then exploited by the mechanism of control and objectification.

In this sense, the standard body ends up being idealized and desired as if it were an object to be consumed and that, in order to be accepted in consumer society, individuals need to meet the eligibility conditions defined by the standards that the market establishes. Reflecting on the present day, what kind of body-related images do contem-

porary women consume? To answer this question, watching programs such as soap operas is one way of confirming what is being disseminated, since *Manequim magazine* uses images of actresses for its covers.

So, when analyzing the 2020s, the soap operas shown on Rede Globo were *Amor de Mãe*, *Um lugar ao Sol*, *Pantanal*, *Travessia*, *Terra e Paixão* and *Renascença*. Of these soap operas, only one raised issues related to the fat body. The soap opera *Um Lugar ao Sol* featured the character Nicole, played by actress Ana Baird, who represented a woman with a fat body who suffered from fatphobia. In the plot, the character is a voice actress and grew up accustomed to taking her lack of affection and attention out on food. Because of her body, the character was the victim of various prejudices.

The importance of having actresses like Ana Baird in soap operas is that women like her are defenders of body positivity, responsible for the representation of fat women in society. So, if women with fat bodies start to be featured on television, this also has an impact on the periodicals that use soap operas as a reference in Brazil. In this sense, the actress discusses the difficulties she has had in finding a place in the acting market, precisely because she has a fat body. She also mentions that playing the character Nicole was important for her to feel represented.

From this perspective, the media market influences body beauty, projecting itself to objectify the body. It also establishes a kind of appearance market, in which the subject can have the body they want - this body provides a kind of bargaining chip through which it is possible to buy beauty and *status* and exposes the results obtained from a body that is no longer natural.

The objectification of the female body was introduced into everyday culture and established itself as a form of "normality" due to the fact that Brazil, in particular, was a colonized country, where issues related to women's rights and respect were belatedly addressed compared to those of men. As a result, practically two decades after 1970, in 1988, the

Federal Constitution began to recognize women as equal to men.

The late mentions of these women's rights confirm the importance of women's struggles for equal rights, which does not mean that many other issues are fully guaranteed. This scenario reinforces the need for action to prevent discriminatory and exclusionary behavior from being freely reproduced. It is therefore necessary to reaffirm the social spaces of women and their bodies, especially when it comes to women with body proportions that deviate from socially imposed standards. In other words, it's about not feeding the macho and often sexist culture of the standardized body.

In this respect, fashion also bears responsibility for the lack of representation of the fat body, both in terms of displaying these bodies and in terms of making garments.

3. MANEQUIM MAGAZINE AND METHODOLOGY

Manequim has been an important periodical since the 1960s, precisely because it creates content for women on beauty, fashion and health and thus provides research material that allows us to look at representations of the female body over the decades. In the latest update of *Manequim Magazine's Media Kit*, in February 2021, it was reported that the *site* had a reach of more than 2 million page views per month, more than 1.4 million in sessions and more than 1.3 million unique users, resulting in 65% *ad viewability* (Grupo Perfil, 2022).

Currently, the data provided by the magazine shows that the main interests of its consumers are Fashion and Beauty, corresponding to 81%, and television-related subjects, 67%. The magazine focuses on women's fashion and its target audience is classes A, B and C. The numbers of female readers (93%) and male readers (7%) show that the magazine plays an important role for women, especially considering that many look to the magazine as a way of learning to

sew for different purposes: from producing clothes to fit their body size or to ensure a financial livelihood.

From this perspective, there is a relationship between these magazines and women's education and professionalization. This argument can be analyzed by the fact that 2% of consumers are from social class A/B and 98% are from social class C. The public that most consumes the magazine is aged between 35 and 59.

Another point worth highlighting is that the magazine features women who are the protagonists of national soap operas and, in order to seek proximity with the actresses, *Manequim* strengthens the idea that it is possible to copy the looks worn by people who are in the spotlight on television programs. One issue that can be explained in terms of the closeness of readers to the images of successful actresses is the creation of an imaginary that, in order for a woman to be beautiful like the television stars, all she has to do is follow the steps provided by magazines such as *Manequim*.

It is also important to mention that the magazine states on its institutional website, on the page dedicated to information for new subscriptions, that it is concerned with including women of different bodies and ages. "The reader is inspired regardless of her body type, style or age group" (Editora Escala, 2023). This excerpt about the magazine's positioning is further evidence that reinforces the need to investigate how the representation of differences between women occurs in media spaces.

Another relevant fact to remember here is that the magazine appeared in the 1960s, a period when Brazil was still copying European fashion to a large extent. This included *Manequim magazine*, which used patterns from abroad and adapted them for Brazilian consumption. The relationship with European trends is in line with what Sant'Anna (2014) says when he mentions that the international models Veruschka and Twiggy were considered very modern. The models who served as inspiration had very slim bodies and this ideal

of beauty ended up making women submit to diets in order to lose weight and maintain the good looks spread by the models mentioned.

This period also saw an increase in the number of people joining the country's middle classes, due to the fact that the economy was growing at a fast pace. As a result, *Manequim magazine* remained on the market, growing with the consumer society because it produced material intended to help women who were entering the job market to dress and behave in front of society. Until then, this privilege was reserved for the Brazilian elite.

With regard to the choice of magazine, the first reason for reflection and for choosing the period analyzed was the observation that, in magazines from the decades before 1990, the fat body was not easily mentioned. It would therefore be unlikely to obtain a satisfactory survey for this study. The choice to set the time frame for this research in the 1990s was made because, in this period, one of the trends that predominated in the fashion field was known as *heroin chic*, which were extremely thin, sick-looking, young bodies.

Based on these arguments, the aim was to research the representation of fat women in the 1990s, considering the fact that fat people have always existed. So, the search focused on investigating how they were represented in this period, rightly considered the decade of thinness, where this standard predominated, and when the magazine began to emphasize issues related to fat women on its covers. Therefore, the research analysis turns to the present day, with the aim of observing how the magazine represents fat women today and what impact this has on society after more than 24 years in which the magazine claims to produce content for fat women as well.

In this way, it is possible to say that *Manequim magazine* is in a position of reference for Brazilian women by helping to remove women from invisibility, giving a voice to women from different social classes and different age groups, as well as trying to represent different bodies.

Moreover, through it, we can see the reverberations of national culture. This leads us to consider that in this periodical, given its scope in terms of reaching the female audience, Brazilian women were also building their history and forming their identity through the spaces they occupied, whether in fashion or in other areas of society.

On the other hand, periodicals such as *Manequim*, in a way, were also responsible for disseminating beauty standards, specifically through advertisements. Corroborating the above, Sant'Anna (2014) states that advertisements for slimming products had become frequent in the press due to the insistence on controlling women's weight through medicines, slimming products and teas. Advertisements of this type were regulars in the pages of *Manequim magazine*.

This section concludes the research, which used content and image analysis and tables of measurements and patterns, following the method proposed by Penn (2015, p. 331).

[...] theoretically, the process of analysis is never exhausted and therefore never complete. In other words, it is always possible to discover a new way of reading an image, or a new lexicon, or a different system, to apply to the image.

However, following the author's reasoning, when an analysis aims to demonstrate a specific point, as in the case of this research on the representation of the fat body, the analyst is justified in limiting himself to the relevant aspects of the material.

4. RESULTS AND DISCUSSION: THE FAT BODY REPRESENTED IN THE CHARTS OF MANEQUIM MAGAZINE

In order to carry out the research, it is necessary to check the tables of measurements offered by the magazine between the 1990s and today. To do this, it was necessary

to see if there had been any significant changes in the sizes given to fat women in the magazine over the last 24 years, the time frame of this research.

In order to analyze the size charts, it is important to know how obesity rates were in Brazil in the early 1990s. In this sense, we present below the data collected by the National Health and Nutrition Survey (PNSN), carried out between July and September 1989, which aimed to analyze the nutritional status of the Brazilian population by collecting anthropometric data. "It was found that around 27 million Brazilians (32%) were overweight to some degree (BMI \geq 25). Of these, 27% of men and 38% of women were obese" (Pesquisa..., 1989, p. 2).

It is worth noting that adult obesity rates in Brazil in 2019 reached a total of 55.4%, being higher among men (57.1%) than among women (53.9%) (ABESO, 2023). In the 1990s, there was already a significant increase in the number of obese women in Brazil; however, fashion and media demanded that they follow the standard set by top models.

After understanding the data on plus-size women in Brazil and the image expected of them, the selected measurement charts from the four researched editions are then analyzed. In this context, more than one chart is studied to observe the changes over time. These include the editions from June 1991, January 1996, March 2022, and September 2022.

This analysis considers the waistline measurements for the available sizes, precisely because the waist is where an increase related to individuals' size is observed. Another criterion is that only the waistline measurements in the women's size chart are analyzed, as this is the relevant focus of this research.

In Figure 1, the first available chart from the 1990s, corresponding to June 1991, provided by *Revista Manequim*, is presented.

Figure 1. Measurement Chart from Revista Manequim - June 1991, Year 32, No. 06/378

	MULHERES								
MANEQUIM	38	40	42	44	46	48	50	52	54
IDADE									
TAMANHO									
OMBRO									
TÓRAX									
BUSTO	82	86	90	94	98	104	110	116	122
CINTURA	66	68	72	76	80	86	92	98	104
QUADRIS	88	92	96	100	104	110	116	122	128
ALTURA DA FRENTE	42	43	44	45	46	47	48	49	50
ALTURA DO BUSTO	25	26	27	28	29	30	31	32	33
CONTORNO DO BRAÇO	26	27	28	29	30	32	34	36	38
LARGURA DAS COSTAS	34	35	37	38	40	41	42	44	45

Source: Personal collection of one of the Authors, 2024.

In the 1991 chart, the magazine offered sizes from 38 to 54. However, there is no pattern provided for size 54. The largest size offered in this edition is 50, corresponding to five pieces of clothing, with a waist measurement of 92 centimeters.

In Figure 2, the measurement chart from January 1996 is analyzed, where some changes can be observed.

Figure 2. Measurement Chart from Revista Manequim - January 1996, Year 37, No. 01/433

MULHERES	PP		P		M		G		GG		EG	
	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
A-OMBRO	11	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,8	15,5	16,3	17	17,7
B-BUSTO	74	78	82	86	90	94	98	104	110	116	122	128
C-CINTURA	56	60	64	68	72	76	80	86	92	98	104	110
D-QUADRIS	80	84	88	92	96	100	104	110	116	122	128	134
E-ALT.FRENTE	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51
F-CONT.BRAÇO	24	25	26	27	28	29	30	32	34	36	38	40
G-LARG.COSTAS	30,5	32	34	35	37	38	40	41	42	44	45	46
H-PESCOÇO	29	30	31	33	36	37	38	40	42	44	45	47
I-ALT.BUSTO	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34

Source: Personal collection of one of the Authors, 2024.

As can be observed, in the 1996 measurement chart, *Revista Manequim* added sizes to the women’s chart: sizes 34 and 36 for smaller sizes and 56 for larger sizes. With size 56, the maximum waist measurement offered by the magazine is 110 centimeters in circumference, thus accommodating a greater number of plus-size women. It is interesting to note that two smaller sizes were added for slim women, which could indicate that there was a demand for smaller sizes among the magazine’s readers. This may reflect the *heroin chic* trend that was prevalent in 1990s fashion, as previously discussed.

In addition to the added sizes, the chart also began to guide consumers toward size categories: PP, P, M, G, GG, and EG, to help customers better identify which pattern might be best suited to their body.

This research also examined the patterns provided by the magazine for plus-size women. In counting the patterns, the maximum sizes offered included only one pair of culotte pants in size 54, corresponding to a waist circumference of 104 centimeters, and a tunic labeled as size EG, which, according to the magazine, is suitable for waists measuring 104 to 110 centimeters. It is unclear, however, whether these patterns truly fit the size 56 offered by the magazine.

Therefore, for consumers to know if size EG actually fits a 110-centimeter waist, it is necessary to trace the pattern onto specific modeling paper and verify the measurements before producing the garment.

In Figure 3, the measurement chart from March 2022 is shown.

Figure 3. Measurement Chart from Revista Manequim - March 2022, No. 745

TAMANHOS	PP		P		M		G		GG		EG		EGG	
MANEQUINS	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56	58	60	62
A. Busto	82	86	90	94	98	102	106	110	114	118	122	126	130	134
B. Cintura	66	70	74	78	82	86	90	94	98	102	106	110	114	118
C. Quadris	88	92	96	100	104	108	112	116	120	124	128	132	136	140
D. Compr. blusa	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53
E. Larg. costas	34	35	36	37	38	39	39	40	40	41	53	54	55	56
F. Larg. braço	26	26	27	28	30	32	34	36	38	39	40	41	42	43
G. Ombro	11,5	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,5	15	15,5	16	16,5	17	17,5

Source: Personal collection of one of the Authors, 2024.

From the analysis of the 1996 measurement chart to that of 2022, 26 years have passed, and during this period, there have been many changes related to women’s bodies, especially plus-size bodies, as well as the increase in obesity rates in Brazil, as previously mentioned.

In the 2022 chart, it is possible to observe a significant increase in the representation of larger sizes. Size 40 in the 1996 chart, with a waist measurement of 68 centimeters, now corresponds to a waist measurement of 96 centimeters. Conversely, the circumference of larger sizes has decreased; for example, in 1996, the largest size offered, 56, measured 110 centimeters in circumference, whereas in 2022, this same size now measures 106 centimeters, reflecting a decrease of four centimeters.

Thus, even though *Revista Manequim* expanded the measurement chart up to size 62, in terms of circumference,

the larger sizes have lost centimeters starting from size 54, while the smaller sizes from 36 to 50 have gained some centimeters.

The increase in smaller sizes indicates that the magazine aimed to cater to a larger number of women and updated itself according to the general increase in Brazilian women’s measurements. However, simply expanding the size range while reducing circumference in centimeters does not help plus-size women. Additionally, regarding the patterns offered in the magazine, the largest available pattern is only a pair of pants in size 54.

Finally, in Figure 4, the most recent measurement chart used by *Revista Manequim* in August 2022 is shown.

Figure 4. Measurement Chart from Revista Manequim - September 2022, No. 751

Tamanho/Descrição	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54
A. Contorno do busto	84	88	92	96	100	104	108	112	118	124
B. Contorno da cintura	70	74	78	82	86	90	94	98	104	110
C. Contorno do quadril	90	94	98	102	106	110	114	118	124	130
D. Altura da frente	43	43	43,5	43,5	44	44	44,5	44,5	45	45
E. Largura das costas	35	36	37	38	39	40	41	42	43,5	45
F. Contorno do braço	27	29	31	33	35	37	39	41	44	47
G. Ombro	11,5	12	12,5	13	13,5	14	14,5	15	16	16,5
H. Pescoço	35	36	37	38	39	40	41	42	42,5	43
I. Altura do gancho	26	26	26,5	26,5	27	27	27,5	27,5	28	28

Source: Personal collection of one of the Authors, 2024.

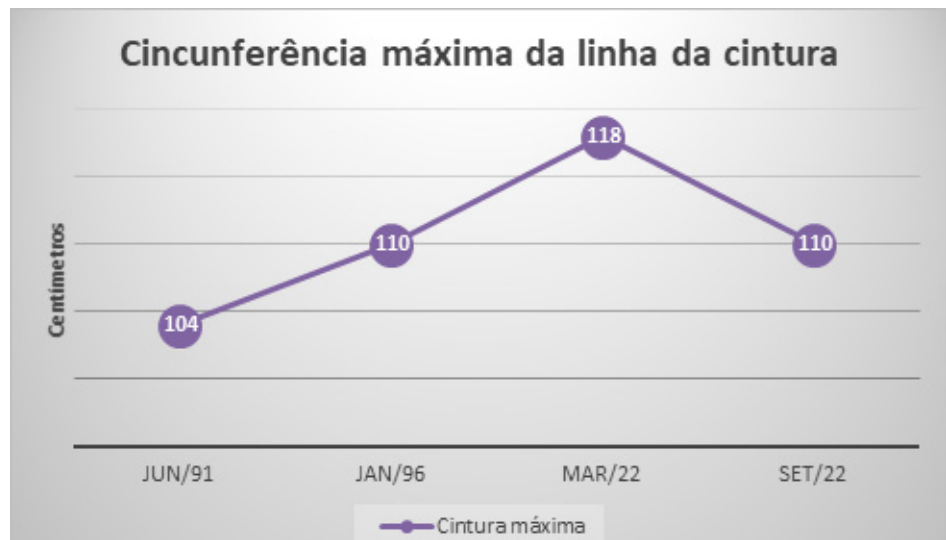
In this edition, the magazine updated its measurement chart according to ABNT standards, and its consultant Cristiane Lalra (*Revista Manequim*, 2022, p. 4) notes that ‘it is possible to observe the difference primarily in waist circumference, which has increased more than other measurements on the chart.’

When comparing the March 2022 chart to that of September of the same year, it is evident that in the September

2022 chart, the magazine once again excluded larger sizes 56, 58, 60, and 62. Previously, size 62 accommodated a waist circumference of 118 centimeters; currently, the largest size offered is 54, corresponding to a 110-centimeter waist. In this edition, two patterns are available in this size: a shirt and a pair of pants. With this change, there has been a total loss of eight centimeters in waist circumference.

This time, however, all sizes increased by four centimeters in waist circumference, suggesting that the slim population gained more waist size. Despite adjusting the measurement chart to ABNT standards, it is evident that, even though the magazine mentions on almost all its covers that patterns are available for plus-size women, this does not materialize in practice. In this regard, compared to the other charts analyzed, the current chart has reverted to offering the same maximum waist measurement as the 1996 chart, with a maximum waist of 110 centimeters. To visually clarify this, Graph 1 is presented below, showing the respective changes.

Graph 1. Measurement Charts available in Revista Manequim (1991-1996-2022).



Source: Prepared by the author.

Observing this graph, it is evident that, in terms of pat-

tern sizes, the magazine was better catering to women in its March 2022 chart. However, with the adaptation of its patterns to the current chart following ABNT standards, there was a reduction in the maximum waist size offered.

Additionally, there was a decrease in the availability of larger sizes that previously existed. This exclusion of larger waist circumferences in the magazine occurs precisely when an increase in weight in the country was estimated. According to the 2019 National Health Survey (PNS), the percentage of obese adults has doubled in the last 17 years. Between 2002 and 2003, the percentage was 12.2%, which increased to 26.8% in 2019. This led the proportion of the adult population with excess weight to rise from 43.3% to 61.7%, almost two-thirds of the Brazilian population (Ministry of Health, 2020). It is evident, therefore, that the representation of plus-size individuals in this type of publication will increasingly be necessary.

5. FINAL CONSIDERATIONS

The study of the measurement charts and the patterns available in the magazine was important to verify whether *Manequim* truly caters to the plus-size audience and what it offers for these women. However, the findings presented here made it evident that the claims on the magazine covers do not correspond, in practice, to the patterns offered in magazines from the 1990s or today.

Through the analysis of the measurement charts, it was possible to confirm that the magazine offered sizes up to 62 for many years; however, this promise is only reflected in the measurement chart, as one cannot find patterns for this size when flipping through the magazine, and the larger patterns that do exist are few. In other words, if a plus-size woman buys the magazine to create her garments, she will likely not find patterns for her size—indicating a marginalization of plus-size bodies.

It was observed that the magazine inconsistently offers patterns supposedly intended for plus-size women with a maximum waist circumference of 110 centimeters. However, 110 centimeters represent an average body, not a plus-size body.

In the measurement chart of the magazine, size GG in the March 2022 edition has a waist circumference of 110 centimeters. However, in the current chart from September 2022, this measurement is now classified as size EG—this change results in a reduction in the maximum waist measurement, creating a “false impression” of an increase concerning the references in labels such as G, GG, and EG. Thus, if this measurement represents the maximum that the magazine offers in patterns, it is not suitable for a truly plus-size body.

Finally, this study contributes to the representation of plus-size women in Brazil and can serve as a basis for future research related to the inclusion of these women in both fashion and media. This study could be extended to analyze measurement charts from educational books or clothing brands aimed at the plus-size audience.

ACKNOWLEDGMENTS

This research was conducted with the support of the Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel - Brazil (CAPES) - Funding Code 001.

REFERENCES

AIRES, Aliana. **From fat to plus size: the fashion of larger sizes.** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

BRAZILIAN ASSOCIATION FOR THE STUDY OF OBESITY AND METABOLIC SYNDROME – ABESO. Obesity Map. **Abeso website**, São Paulo, 2023. Available at: <https://abeso.org.br/obesidade-e-sindrome-metabolica/mapa-da-obesidade>. Accessed on: May 10, 2023.

BRANDES, Aline Zendonadi; SOUZA, Patrícia de Mello. Body and fashion from a contemporary perspective. **Projetica**, v. 3, n. 1, p. 119-129, 2012.

BUTLER, Judith. Bodies that Matter: on the discursive limits of "sex." In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). *The Educated Body: Pedagogies of Sexuality*. **Belo Horizonte: Autêntica**, 2001.

CAMPOS, Maria Teresa de Assis; CECÍLIO, Mariana Silva; PENAFORTE, Fernanda Rodrigues. Display body, being a woman and health: production of meanings in the covers of *Revista Boa Forma*. **Demetra: Food, Nutrition & Health**, [S.l.], v. 11, n. 3, p. 611-628, 2016.

EDITORA ESCALA. Subscribe to Escala: About Manequim. **Editora Escala website**, São Paulo, 2023. Available at: <https://assineescala.com.br/Manequim-3-2/>. Accessed on: May 10, 2023.

FOUCAULT, Michel. **Discipline and Punish: the birth of the prison**. Translated by: Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 1987.

GRUPO PERFIL. **Media Kit 2022 Q1 – V1**. Grupo Perfil Brasil website, São Paulo, 2022. Available at: https://grupoperfilbrasil.com.br/download/MIDIA_KIT_2022.pdf. Accessed on: January 20, 2023.

GURGEL, Alexandra. **Stop hating yourself: because loving your own body is a revolutionary act**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2020.

HAKIME, Rafael; FERREIRA, Verena. How did clothing sizing originate? **Revista Superinteressante**, São Paulo, August 30, 2018. Available at: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-surgiu-numeracao-das-roupas/>. Accessed on: January 5, 2023.

MATOS, Ariele; ALVES, Juliana; BARRETTO, Letícia. The body positive movement and the fat body. **Caderno Discente**, [S.l.], v. 7, n. 1, p. 28-36, 2022.

MINISTRY OF HEALTH. Health prepares actions for the control of overweight and obesity. **Ministry of Health website**, October 21, 2020. Available at: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2020/outubro/saude-prepara-acoes-para-controle-do-excesso-de-peso-e-da-obesidade>. Accessed on: May 10, 2023.

PENN, G. Semiotic analysis of still images. In: BAUER, M. W; GASKELL, G (ed.). **Qualitative research with text, image, and sound: a practical manual**. 13th ed. Petrópolis: Vozes, 2015. p. 319-342.

NATIONAL SURVEY ON HEALTH AND NUTRITION. [S.l.; S.n], 1989. Available at: <https://www.nescon.medicina.ufmg.br/biblioteca/imagem/1551.pdf>. Accessed on: November 10, 2023.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **History of beauty in Brazil**. São Paulo: Contexto, 2014.

TOMAZ, Rafael Cândido et al. Standard Body: a study on the conceptions of the female body exposed by the media. **Revista Latino-Americana de Psicologia Corporal**, [S.l.], v. 7, n. 10, p.

120-145, 2020.

WOODWARD, Kathryn. Identity and difference: a theoretical and conceptual introduction. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identity and difference: the perspective of cultural studies**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2012.

