

FEMINISMO E MODA COMO PROTESTO: A COR PRETA NO GLOBO DE OURO DE 2018

FEMINISM AND FASHION AS A PROTEST: BLACK COULOR IN THE GOLD GLOBE 2018

CAMILA LAMARTINE*
camilalamartinemb@gmail.com

Este estudo pretende refletir acerca do feminismo enquanto ideologia impulsionadora de mudança na esfera social a partir do uso da moda como símbolo de protesto, já que, na estruturação sistemática, permanece diretamente suscetível à questão política global. Os movimentos organizados feministas foram fundamentais na conquista e consolidação dos direitos das mulheres desde o século XIX e permanecem atuais e atuantes na conjuntura política do mundo contemporâneo. Assim, a partir do movimento americano TIME'S UP fruto do ativismo feminista online, originado após polémicas de assédio na indústria cinematográfica, observou-se uma associação entre moda e feminismo na perceção da moda como forma de protesto durante os prémios do Globo de Ouro de 2018.

Palavras-Chave: Feminismo; Moda; Movimentos Feministas; *Time's Up*; Ativismo feminista *online*.

This study intends to reflect on feminism as an ideology that drives change in the social sphere by fashion as a symbol of protest, since, in the systematic structuring, it remains directly susceptible to the global political issue. Organized feminist movements have been instrumental in conquering and consolidating women's rights since the 19th century and remain current and active in the political context of the contemporary world. Thus, from the American TIME'S UP movement as a result of online feminist activism, originated after controversies of harassment in the film industry, there was an association between fashion and feminism in the perception of fashion as a form of protest during the 2018 Gold Globe Awards.

Keywords: Feminism; Fashion; Feminist Movements; Time's Up; Online Feminist Activism.

Data de receção: 2021-01-15
Data de aceitação: 2021-03-20
DOI: 10.21814/2i.3163

* Doutoranda em Ciências da Comunicação, Universidade Nova de Lisboa (UNL), Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH), Investigadora do ICNOVA, Lisboa, Portugal. ORCID: 0000-0002-0011-7773.

Não acredito que existam qualidades, valores, modos de vida especificamente femininos: seria admitir a existência de uma natureza feminina, quer dizer, aderir a um mito inventado pelos homens para prender as mulheres na sua condição de oprimidas. Não se trata para a mulher de se afirmar como mulher, mas de tornarem-se seres humanos na sua integridade.

— Simone de Beauvoir

1. Feminismo: a luta por igualdade

As vozes femininas no decorrer da história da humanidade foram caladas, minoradas e, na maioria das vezes, promulgadas por homens que se sentiam autorizados (e com poder) de falar por elas, seja em aspetos de interesses ou de deveres, e principalmente, de direitos cívicos. O silêncio se traduz como uma condição feminina, acompanhando-a desde as escrituras bíblicas (Solnit, 2017), uma vez que imerge nas próprias raízes da sociedade patriarcal.

A primeira opressão de classes é a do sexo feminino pelo sexo masculino (Shishkin, 2018), que restringe a figura da mulher a uma posição aquém do desenvolvimento social, atribuindo-lhe, portanto, um lugar social de minoria determinado pelo rebaixamento implícito do sexo (Solnit, 2017). No entanto, com a propagação dos ideais de igualdade e cidadania, imputados pelo Iluminismo francês, inúmeras revoluções contribuíram para o crescimento e disseminação do feminismo, ainda que o termo só tenha ganhado significado no século seguinte (Tavares, 2010), já que as mulheres estavam diretamente envolvidas nestas rebeliões.

É, portanto, que se ouve falar pela primeira vez do termo feminismo, após a Revolução Francesa que, como refere Garcia (2015), foi uma derrota para as mulheres, pois, apesar de lutarem em lateralidade, foram silenciadas pelo novo código penal que as limitava a lugares de obediência. Desta forma, percebe-se notório esforço na construção de estruturas sociopolíticas que favorecessem os homens em diversas áreas da sociedade, secundarizando as mulheres propositadamente (Offen, 2008).

Consternadas com tal discriminação, muitas mulheres reivindicam os seus direitos enquanto cidadãs na esfera pública. Em França, a ativista Olympe de Gouges (1748-1793) publicou no ano de 1791 a *Declaração dos Direitos da Mulher e da Cidadã* clamando por direitos iguais para homens e mulheres. Em Inglaterra, um ano depois, a escritora Mary Wollstonecraft (1759-1797) publicou o livro *Uma Reivindicação pelos Direitos da Mulher* que expôs a tirania doméstica que se exercia, impedindo as mulheres de viverem as suas próprias vidas, no que diz respeito tanto a lazer, quanto a educação.

Assim, a luta feminina se trava pelos direitos básicos sociais na intenção de alterar as estruturas do Estado vigente, ganhando força com o movimento sufragista, principalmente no Reino Unido e nos Estados Unidos, ampliando cada vez mais o seu alcance através de manifestações, greves de fome, e até prisões, a fim de mobilizar a opinião pública (Saffioti, 2013). Foi a partir da busca pelo voto democrático que o feminismo começou a ser visto como um movimento organizado, ainda que não tenha aberto espaço às obras e intelecto feminino, perpetuando o patriarcado (Tavares, 2006).

De acordo com Kaplan (1992), o movimento feminista se divide em três grandes momentos, sendo o primeiro em meados do século XIX, o segundo se tratando do período pós-segunda guerra e o terceiro diz respeito à luta pela igualdade no mercado de trabalho até os dias atuais. Contudo, após o advento do ciberespaço, já se defende a

consolidação de uma quarta vaga feminista que é caracterizada, sobretudo, pelo seu surgimento online (Silva, 2019).

As Grandes Guerras obrigam que a mulher saia da casa e apareça no mercado de trabalho para sustentar e alimentar os seus filhos já que, na maioria das vezes, os seus maridos haviam sido enviados para o campo de batalha (Silva, 2019). De acordo com o jornal britânico *The Guardian*, na Primeira Guerra o número de operárias nas fábricas de munição, no Reino Unido, passou de 412 mil para 1,65 milhão entre 1914 e 1918, enquanto as trabalhadoras no transporte, que eram 18 mil, passaram a 117 mil no mesmo intervalo de tempo.

Durante as primeiras décadas do século XX o voto foi conquistado pelas mulheres na maioria dos países em simultaneidade com a libertação nas frentes educacionais (conquista que não contemplou todas as mulheres de facto) (Miguel & Biroli, 2014), sendo a alfabetização de ambos os sexos, apontada pela historiadora Karen Offen (2008), a grande caracterização desse período. Contudo, a luta sufragista deu continuidade ao sistema patriarcal, pois ainda havia questões que individualmente as mulheres tinham de solucionar, como a educação dos filhos e a violência doméstica (Anderson, 2008).

Dessa forma, as mulheres começam a indagar acerca do papel e da significação de ser mulher, fomentadas, sobretudo, pelo livro *O segundo sexo* da filósofa Simone de Beauvoir (1908-1986), considerado marco da segunda vaga feminista e de todo o feminismo em si (Silva, 2019). Para Garcia (2015) este fomento garante nova prospeção ao movimento feminista que sofrera certo declínio entre as duas Grandes Guerras.

Não se deve, entretanto, acreditar que a simples justaposição do direito de voto a um ofício constitua uma perfeita libertação: hoje o trabalho não é a liberdade. Uma senhora importante e bem pensante fez recentemente um inquérito entre as operárias das fábricas Renault; afirma que preferem ficar em casa a trabalhar na fábrica. Sem dúvida, pois elas só conseguem a independência econômica no meio de uma classe economicamente oprimida; e por outro lado as tarefas realizadas na fábrica não as dispensam dos cuidados do lar. Na hora atual (...) em sua maioria as mulheres que trabalham não se evadem do mundo feminino tradicional; não recebem da sociedade, nem do marido, a ajuda que lhes seria necessária para se tornarem concretamente iguais aos homens. (Beauvoir, 1980, p. 450)

Apesar da mudança social que as mulheres já haviam conquistado, elas ainda não eram propriamente consideradas “sujeito”, estando sempre à mercê dos seus pais e maridos, tudo isso numa atmosfera pública insuflada de manifestações sociais que, no entendimento de Silva (2019), proporcionou o desenvolvimento de um sentido de união e coletividade.

Essa concepção de uma consecução feminina baseada em assuntos liberais e individuais fortaleceu a crítica da imposição de uma “mulher universal” fortemente criticada com a eclosão da terceira vaga a partir da necessidade de enxergar as diversas opressões sociais, ainda que tenha o género como fator basilar, causando uma rutura entre o sujeito feminino na busca de uma agenda desconstrucionista relacionada à corporeidade da identidade sexual e das diversas identidades da própria mulher (Silva, 2019; Martinez, 2019).

Com o surgimento da internet, descentraliza-se a comunicação conotando ao espaço digital um sentido democrático, o que, no caso especificamente do feminismo, como refere Martinez (2019), permitiu maior propagação e disseminação dos ideais feministas, vindo a questionar representações femininas e seu papel no espaço informatizado através do que se passou a denominar ciberfeminismo.

Assim, a quarta vaga do movimento feminista caracteriza-se por sua identidade múltipla, permissora de diversos recortes a partir da tecnologia digital, indicando

afastamentos sociais e referências culturais dos sítios onde se situam, sem, contudo, colocar em segundo plano o combate à dominação sistemática e estrutural (Tomazetti, 2015). Todavia, esse termo coletivo distancia-se do reconhecimento de igualdade por si só, levantando um sentido de diferença, no entendimento que, mesmo em lateralidade, o movimento se compõe por diversidade (Silva, 2019).

A premissa da igualdade é articulada com a concepção das diversas formas de ser igual, e logo, de inclusão e de pertença. Isto posto, o conceito de interseccionalidade eleva-se a partir do reconhecimento dos diferentes aspetos que cruzam a identidade, como raça, classe, etnicidade, sexualidade, e claro, género (Maclaran, 2015). Essas particularidades são identificadas como camadas de opressão, na medida em que, através da interseccionalidade, busca-se uma conciliação entre as demandas de género com as de outras minorias submetidas a interação e interferência quotidiana de diferentes estruturas (Martinez, 2019).

O feminismo, portanto, é um projeto político que de forma permanente almeja equilíbrio de poder entre os sexos na provocação constante da dominação masculina (Offen, 2008), permitindo, enquanto crítica, a observação do enquadramento dessa constância de poder, como complicação primordial para abordagens de teorias políticas (Miguel & Biroli, 2014) que deixam em segundo plano características e vivências específicas do indivíduo.

Enquanto movimento prático, o feminismo constitui-se de multiplicidade e transversalidade (Castells, 2003; Tavares, 2006) na afirmação constante da definição identitária da mulher, um “esforço histórico, individual ou coletivo, formal ou informal, no sentido de redefinir o género feminino em oposição direta ao patriarcalismo” (Castells, 2003, p. 212). Este esforço decaiu sobre a organização conjunta para consciencialização e do ativismo constante ao patriarcado enquanto ideologia social, tendo sido único na contribuição para manifestações públicas, na formulação de grupos de autoconsciência e ainda espaços de ajuda pessoal e coletiva (Garcia, 2015).

1.1. Movimentos Feministas

Enquanto movimento social, o feminismo veio se opor à dependência do patriarcado, questionando amplamente as relações humanas no âmbito da justiça, autonomia, democracia e identidade (Miguel & Biroli, 2014). Como refere Descarries (2002), os movimentos feministas reúnem um conjunto de discursos e práticas que dão prioridade à luta das mulheres para denunciar a desigualdade de género.

A primeira associação efetivamente feminista se chamou Liga das Mulheres no ano de 1868. Esta organização funcionava como uma frente formada em protesto tanto à questão laboral, uma vez que havia um grande movimento dos próprios trabalhadores em relação às péssimas condições de trabalho do proletariado, quanto à negação do Congresso Internacional dos Trabalhadores ao trabalho feminino (Cisne, 2014, p. 33).

Ao longo dos anos seguintes, vão surgindo outras associações deste mesmo cunho a exemplo do Conselho Internacional das Mulheres (CIF) em 1888 e do Conselho Francês (CNFF) em 1901. Por volta de 1914, já eram contabilizadas 28 organizações de apoio às mulheres no intuito de promover a inserção feminina na esfera pública (Perrot, 2017).

O movimento sufragista mobilizou e envolveu milhares de mulheres em diversas partes do mundo, onde as sufragistas, como foram denominadas as integrantes do movimento, trocavam telefonemas, cartas e dividiam táticas de enfrentamento,

encabeçaram a luta que se estendeu ao longo de sete décadas de acordo com cada país e as suas respetivas constituições (Anderson, 2008).

Já durante a segunda vaga do feminismo origina-se o *Women's Liberation Movement* (WLM), promovendo certa estruturação à representatividade da mulher e as suas questões, especialmente no âmbito social e cultural, servindo de resposta à condição sobreposta de indivíduo e trabalhador oprimido à luz do capitalismo (Cisne, 2014).

Em 1968, durante o protesto à realização do concurso Miss América em Atlantic City, o *Women's Liberation Movement* reuniu cerca de 400 mulheres cujo objetivo foi empreender uma verdadeira crítica à imposição de regras e padrões de comportamento e beleza através da queima simbólica de sutiãs e objetos considerados símbolos de feminilidade (Silva, 2019). Assim, a ação conseguiu oferecer uma visibilidade global ao movimento feminista, ficando conhecido como *Bra-Burning* ou Queima dos Sutiãs.

Desde então, a luta social vem sendo mote do feminismo, abrangendo cada vez mais representações no tocante ao género e demais interseccionalidades. O feminismo atual detém uma notoriedade transnacional, inclusive nas Organizações das Nações Unidas (ONU), colocando em pauta a necessidade da construção de medidas de carácter político e público de fomento da igualdade de género, pois, como elucida Castells (2003), o feminismo atua em rede, caracterizando-se por ser flexível, diversificado e, especialmente, vital à sociedade.

De modo geral, assim como nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha, o feminismo fragmentou-se e não há uma única organização ou instituição que possa pretender falar em nome da mulher. Em vez disso, uma linha transversal atravessa toda a sociedade, enfatizando os interesses e valores femininos, de convenções profissionais a expressões culturais e partidos políticos [...] (Castells, 2003, p. 224).

Os movimentos feministas partiram da necessidade de construir um sujeito feminino independente e igualitário ao homem, e claro, essa emancipação não se faz unicamente na esfera económica, mas “envolve dimensões profundas da condição de se tornar humano, ou melhor, envolve a profundidade ontológica da construção do ser social como ser genérico” (Cisne, 2014, p. 94).

Na compreensão de Valente (2004), os movimentos feministas podem ser considerados o fenómeno revolucionário mais significativo do século XX pela forma que quebraram paradigmas num sistema patriarcal, autoritário e excludente. Esses movimentos conquistaram uma atuação e visibilidade internacional no intuito de discutir questões de género como uma pauta sem barreiras e fronteiras a partir da incorporação de teorias em forma de comprometimento político e ético (Oliveira, 2019).

1.1.1. Movimento *TIME'S UP*

O feminismo como movimento social nunca esteve tão vivo e tão mobilizado de acordo com Costa (2006), pois as suas ativistas estão mais conscientes dos seus direitos na sociedade. Assim, cientes do que podem/devem fazer/ter, falam, manifestam-se, organizam-se e se expõem, seja no mundo físico ou no digital.

Dessa forma, a luz de movimentos de cunho de denúncia, a exemplo do #MeToo nos Estados Unidos, que denunciou diversos casos de assédio e violação, bem como o #MeuAmigoSecreto em Brasil e #NiUnaMenos em Argentina, surge em janeiro de 2018 o *TIME'S UP*, cuja tradução para o português significaria o tempo acabou. Criado

por mais de 300 atrizes, argumentistas, realizadoras, escritoras e cantoras, o movimento tem como objetivo combater o assédio sexual no local de trabalho (Wexler et al., 2018).

Este movimento surgiu após a polémica envolvendo o famoso produtor de Hollywood, Harvey Weinstein, alvo também do movimento supracitado, #MeToo. Ele foi acusado de assédio sexual por diversas atrizes, modelos e funcionárias da sua empresa, estando entre elas celebridades internacionalmente famosas como Ashley Judd, Angelina Jolie e Salma Hayek.

Em seu site, o movimento *TIME'S UP* define-se como uma organização que insiste no trabalho seguro, justo e digno para mulheres de todos os tipos e busca, dessa forma, mudar o paradigma da cultura do local de trabalho que é imputada pela sociedade patriarcal vigente (*TIME'S UP*, 2019). A organização protesta acerca da desigualdade sistêmica e da injustiça nesse ambiente através de grupos de trabalho que se destinam a oferecer vozes às minorias, comunidade LGBTQI+ e, claro, às vítimas de assédio (Wexler et al., 2018).



Fig. 1 *Time's Up*, Carta Aberta (2019)

Em carta aberta, o movimento busca parcerias com principais defensores da igualdade e segurança a fim de aprimorar leis, políticas corporativas e contratos empregatícios, no intuito de também modificar o corpo diretivo e administrativo dessas empresas. Em concomitância, o movimento estimula toda forma de denúncia (identificada ou anônima) para que seus violadores sejam responsabilizados e, logo, penalizados (*TIME'S UP*, 2019). Dessa forma, busca justiça restaurativa e transaccional com enfoque na história da vítima (Wexler et al., 2018).

Assim, o *TIMES'S UP* toma um alcance cada vez maior por sua capacidade de intercomunicação e representatividade, principalmente após o protesto empreendido durante a realização dos Globos de Ouro de 2018. O movimento estimulou diversas outras

vítimas a denunciarem seus casos contra personalidades de Hollywood. Mais de 200 atores, produtores, roteiristas e realizadores foram denunciados por assédio sexual, dentre eles os famosos Dustin Hoffman, Ben Affleck, Sylvester Stallone, Larry King e John Travolta.

2. Moda: sistema e distinção

A moda funciona como uma expressão do ser, agregando e diferenciando, tomando conotação para além de segmentação entre classes sociais, marcando determinados períodos e atuando como marca de distinção pessoal (Barbosa, 2019). Ao mesmo tempo, a moda permite que haja uma busca pela igualdade social enquanto promove uma diferenciação através do individual (Freitas, 2005). Deve, portanto, ser interpretada a partir de uma ótica ampla, abandonando uma visão positivista empobrecedora (Lipovetsky, 2009) que não apresenta, como Freitas (2005) elucida, a sua mutabilidade lógica e força organizacional em relação com a própria sociedade.

Como refere Barthes (2009), a moda é um sistema de comunicação que, de forma ampla, origina toda uma linguagem e não pode, portanto, reduzir-se “a uma nomenclatura que forneceria equivalências bilaterais (e permanentes) entre um significante e um significado, ambos irreduzíveis” (Barthes, 2009, p. 321). No seu livro, *Sistema da Moda*, cuja primeira edição é de 1967, o autor apresenta os passos que levam o objeto, no caso o vestuário, ao signo, objetivando a compreensão do vestuário como uma linguagem.

Em relação à história da indumentária, Barthes (2009) tece uma ferrenha crítica ao facto de a produção dessa historiografia não ter, até então, estabelecido uma relação entre a própria roupa e os fatores da sensibilidade. Para ele, dessa forma, não se alcançava a estrutura constitutiva e constante da moda enquanto essência, ainda que essa passe por regulares transformações.

Só seria possível, então, obter a completude da moda através da apreensão da moda na sua sincronia e diacronia, sendo esta a característica principal de se pensar a moda efetivamente como um sistema, a partir de um olhar que a considere um signo.

Inicialmente o vestuário foi categorizado em três formatos. Aqui Barthes (2009) apresenta o vestuário real, imagético e escrito, a desenvolver a perspectiva do traje infinito de onde todo o vestuário se depreenderia. Assim, *Sistema da Moda* seria, na visão do autor, o primeiro passo para construção de uma linguística da moda, da mesma forma que Saussure desenvolveu em relação à linguagem.

Imagine – se possível – uma mulher coberta de uma roupa sem fim, que é, por sua vez, tecida de tudo o que diz o jornal de moda, pois essa roupa sem fim é dada por meio de um texto sem fim. Essa roupa total devemos organizá-la, isto é, recortar nela unidades significantes, para podermos compará-las entre si e reconstituir assim a significação geral da moda. (Barthes, 2009, p. 42)

A evolução da moda se mistura com a evolução da própria história global devido aos seus dogmas de modernidade e rejeição tradicionalista, apesar de ser considerada irracional, pois concebe uma mudança apenas pela mudança (Svendsen, 2010). Assim, ela perpetua-se constantemente num ciclo independente e dependente, acaba, assim, afastando-se do real na conceção de que “a modernidade nos libertou da tradição, mas nos tornou escravos de um novo imperativo” (Svendsen, 2010, p. 26).

Dessa forma, percebe-se a novidade como característica básica da moda devido à sua natureza volátil (Stevenson, 2012), numa sucessão frequente de objetos, o que se enquadra também como característica do homem da modernidade (Barbosa, 2019). Nesse sentido, a moda parte da configuração da mudança, na medida em que se realiza por si mesma de forma recorrente, existindo a partir de uma “interação entre lembrança e esquecimento, em que ela continua lembrando o seu passado a reciclá-lo, mas, ao mesmo tempo esquece que ele é exatamente aquilo” (Svendsen, 2010, p. 33).

A moda seria ainda uma verdadeira “manifestação da vida em sociedade, e é desse ponto de vista que é analisada, através do tempo e do espaço” (Duarte, 2004, p. 39), a partir de uma análise diária que considera a imersão e a interferência do espaço e do tempo, sendo produto das próprias atividades que se propõem a dizimá-la (Svendsen, 2010).

A Revolução Industrial serviu como marco definidor na história da moda (Barbosa, 2019). As indústrias de tecelagem, as fábricas de algodão, modificaram a forma de trabalho proporcionando à moda uma produção numa maior escala, o que não suprimiu as diferenciações entre as classes sociais (Svendsen, 2010).

É nesta época que surge o conceito de Alta Costura, geralmente atribuído a Charles Worth (1825-1895) por sua *Maison* parisiense em 1860, sendo responsável por ícones como o vestido-túnica e crinolina, por exemplo (Stevenson, 2012). Isto posto,

Duarte (2017) confere a Worth a redefinição do significado da indumentária, uma vez que a distinção entre a roupa e demais utilidades se faz, justamente, na natureza da relação que se firma diretamente com o seu usuário.

Como elucidada Lipovetsky (2009), a Alta Costura evidencia a unificação dos estilos que se constitui num produto de consumo em massa, e deixa de lado a exclusividade na mesma medida em que traz à tona a padronização. Para o autor, tomando como base essa definição, ocorre uma difusão social da moda que se promulga em três modificações. A primeira aborda a facilidade de imitação relacionada a simplificação do vestuário na Alta Costura, a exemplo de Chanel, o que fragilizou o luxo, já que a discricção entrou como sinónimo de distinção.

Outro fator que modificou a difusão foi o crescimento das práticas desportivas (2009). Os trajes voltaram-se para a prática do desporto e promoveram o despertar para o culto ao corpo, modificando, inclusive, silhuetas já utilizadas (Barbosa, 2019).

A aproximação entre a arte moderna e a moda é apontada como terceiro aspeto por Lipovetsky (2009), por proporcionar ao costureiro uma conotação análoga à de um artista, influenciado por movimentos artísticos como o expressionismo, o pontilhismo, o surrealismo e o cubismo.

É provável que seja inútil tentar encontrar um “algoritmo” para as mudanças na moda, quer em relação ao vestuário, quer em relação a outros fenómenos [...] É mais provável que a novidade tenha uma força de atração em si mesma e não precise ser explicada com base num mecanismo de distinção social. (Svendsen, 2012, p. 69)

É certo que a moda, conforme um sistema reconhecido, agrega mudanças e imitações que não se resumem apenas a indumentária (Calanca, 2008). Como produto social, envolve-se com a vida em sociedade, adentrando não só a questão comportamental, mas permitindo usar-se com e para fins ideológicos.

3. Articulando Moda e Feminismo

É inegável que a moda, por si só, acompanha o desenrolar da história das mulheres. A moda, enquanto forma de expressão, adquiriu uma conotação de segmentação entre as classes sociais, definiu períodos históricos e permanece como marca social de definição daquilo que é considerado pessoal (Barbosa, 2019).

De acordo com Crane (2006) a moda vem favorecer a manutenção ou a revolução figurativa entre os sexos sob aspetos de género e poder. Para ela, os discursos da moda assumiram designações mais progressistas na medida em que a sua aparência se reformulava lateralmente com as modificações da sociedade e dos seus próprios papéis sociais.

A ideia de feminilidade era ironizada pelas pioneiras feministas, enquanto as que se opunham o faziam em culto a essa feminilidade. Assim, Duarte (2017) explica que ser devidamente reconhecida feminista, nesta época, estava relacionado com a rejeição à cultura da beleza e da moda.

As feministas veem a feminilidade hegemônica como um conceito de feminilidade baseado em padrões masculinos de aparência feminina, os quais enfatizam atributos físicos e sexualidade e estimulam as mulheres a olhar para si mesmas como os homens as olhariam. (Crane, 2006, p. 51)

No entanto, Scott (2006) critica o julgamento em relação às escolhas da moda como definidor do sujeito mulher, associando-o a julgamentos de cunho religioso, racial e social. A moda sofreu, portanto, uma minoração dentro desse feminismo inicial

devido ao desejo, originário, de controlar e não conceder liberdade às mulheres (Scott, 2006).

Em 1851 Amelia Bloomer introduziu o que seriam as primeiras calças femininas: *bloomers*. Duarte (2017) relata que fora um imenso sucesso, aumentando significativamente os números de assinantes das revistas femininas na época. Assim, a autora impõe a premissa de que o vestuário surge como uma ferramenta de emancipação das mulheres.

Os anos que se seguiram entre guerras acaba por desenvolver uma espécie de democratização da moda (Barbosa, 2019), devido ao isolamento da capital da moda, Paris. Stevenson (2012) elucida que isto fomentou uma padronização de tamanhos e trajés, desenvolvendo a ideia de pronto a vestir no âmbito americano.

A silhueta solta promovida desde os “loucos anos 20” foi contraposta pelo *new look* de Dior, apresentando a cintura marcada, tecidos florais, resgatando a feminilidade (Barbosa, 2019), uma vez que a mulher saiu do mercado de trabalho e retornou a sua tradicional função dentro dos lares (Stevenson, 2012), o que reforçou a diferença entre os géneros a partir da limitação oposta de posicionamento social entre homens e mulheres.

O movimento *hippy* da década de 1970 traz formas e movimento aos trajés, o que, segundo Stevenson (2012), reafirma a dificuldade que é delimitar de forma temporal a moda. É neste período que “as calças boca de sino e *cigarrete*, os *collants*, os saltos superaltos e a crescente masculinização da mulher deixam de lado a rigidez da década anterior” (Barbosa, 2019, p. 25)

Para Scott (2006), foi a líder dos movimentos feministas da segunda onda, Betty Friedman, com o seu livro *A Mística Feminina*, que contribuiu para o fomento do mito da mulher incrível nas roupas demasiada e exclusivamente (até então) masculinas. De toda forma, as mulheres voltam a ter formas mais simplistas e próximas ao corpo. Surge a minissaia da estilista londrina Mary Quant que causa furor na sociedade antiquada, ainda mais quando Saint Laurent introduziu o *smoking* como alternativa de traje de noite (Barbosa, 2019).

A roupa libertava o corpo, e a silhueta magra e esguia afrontava a feminilidade padronizada dos anos pós-guerra. Esse comportamento pertinente às mulheres emancipadas pode ser associado ao advento do feminismo, especificamente ao discurso de género. Dessa forma, as mulheres romperam padrões e a incorporação de alguns elementos no vestuário, como a calça, pode ser vista como forma de protesto à sociedade conservadora. (Joaquim & Mesquita, 2011)

Com a chegada do século XXI, alguns conceitos de moda sofreram um repensar acerca das frivolidades e estética pronta que a permeiam (Stevenson, 2012). Percebe-se uma maior rejeição à ostentação, abrindo espaço ao pensamento crítico e aspetos em torno do conforto e do sustentável, vindo a redefinir assuntos cruciais da própria indústria da moda (Barbosa, 2019). Dessa forma, as noções de identidade de género acabaram por dissipar-se, substituindo-se, em generalidade, por certa diversidade de formas de se vestir, acusando uma diversidade de noções identitárias vinculadas ao feminino (Joaquim & Mesquita, 2011).

A busca de igualdade em relação à desenvoltura social do sujeito permitiu a mulher repensar acerca do seu próprio vestir através do seu próprio olhar, deixando de lado o olhar objetificado que se penetra e perpetua desde os níveis basilares da sociedade capitalista e patriarcal.

4. Preto e Protesto: Globo de Ouro 2018

Os prêmios do cinema são sempre um marco, não só para esta indústria, mas também para a moda. Os olhos se voltam para as peças deslumbrantes que são utilizadas pelos famosos no *red carpet*.

O primeiro prêmio do ano é o Globo de Ouro entregue desde 1944 pela Associação de Imprensa Estrangeira de Hollywood (HFPA) aos profissionais do cinema e da televisão, sendo o único prêmio atribuído pela crítica, ao contrário do que acontece com o Emmy e o Oscar, por exemplo, onde a atribuição se dá pela escolha dos próprios colegas de trabalho.

A moda, que sempre se inseriu nesta indústria, permanece na passarela vermelha e usa-a tanto como publicidade para marca como, em algumas vezes, para lançar a coleção daquela estação devido à grande visibilidade que o evento tem no âmbito mundial. São vestidos, joias, metros e metros de tecidos que saltam aos olhos pela grandiosidade da produção. Acertar ou errar está diretamente relacionado com a escolha da cor.

A forma pela qual as cores influenciam a razão e a emoção humana é identificada nos estudos da psicologia das cores. Uma análise deveras complicada devido à subjetividade com que se relaciona. Dessa maneira, a influência das cores se faz tanto nos aspectos fisiológicos, quanto em aspectos psicológicos e sociológicos (Freitas, 2012), pois “cada uma delas tem uma vibração determinada em nossos sentidos e pode atuar como estimulante ou perturbador na emoção, na consciência e em nossos impulsos e desejos” (Farina *et. al*, 2006, p. 2).

As cores atuam como uma linguagem não verbal que comunica, informa e detém enorme poder de persuasão. De acordo com Freitas (2012), a escolha de determinada cor nem sempre está associada às preferências pessoais, mas em relação com a sua utilidade frente a uma ação específica. São hábitos sociais que, devido a reações psicológicas, ditam ao indivíduo um aglomerado de tendências únicas.

No caso da cor preta, Heller (2014) explica que ela transforma as significações positivas das demais cores cromáticas em negativas. A ação principal do preto é a reversão dos valores totais. Para a autora, o preto simboliza a violência, morte e poder. Associa-se à negação e, também, à elegância. É a cor da dor, do azar e do fim.

O preto é a cor preferida, principalmente das pessoas mais jovens, isto porque é a cor da individualidade, é a que menos depende das tendências da moda, ou seja, é atemporal, e é a cor que atrela mais amadurecimento ao indivíduo, pois é enérgica, viril e séria (Heller, 2014).



Fig. 2 Audrey Hepburn, Givenchy (1961)

Na moda, o traje preto aparece com frequência desde a criação em 1930 do vestido preto básico de Coco Chanel que revolucionou e influenciou a moda feminina (Heller, 2014). Ícone de elegância, o vestido preto foi utilizado por inúmeras celebridades, tendo-se eternizado no cinema pela atriz Audrey Hepburn no filme *Breakfast at Tiffany's*.

Nos prêmios do Globo de Ouro, o preto invadia o vermelho da passarela destacando a beleza das celebridades, desde a aparição de Marilyn Monroe em 1962, Jessica Chastain em 2014, Emma Stone em 2015 e Lady Gaga em 2016, uma vez que, dentre vários outros

significados, o preto também abarca a conotação de nobreza, seriedade e elegância (Farina *et. al.*, 2006).



Fig. 3 Marilyn Monroe, Norman Norell (1962)



Fig. 4 Lady Gaga, Atelier Versace (2016)

Com
o
elucida
Heller
(2014),
o preto



Fig. 6 Emma Stone, Lanvin (2015)



Fig. 5 Jessica Chastain, Givenchy (2014)

é a cor preferida dos designers pois, em sua compreensão, esta cor permite que o luxo venha a se manifestar por si só, sendo também atribuído a ela a premissa da modernidade, portanto, “tudo que quisesse ganhar a aparência de ser tecnicamente moderno se tornou preto” (Heller, 2014, p. 150).

No entanto, no ano de 2018, a cor preta tomou uma significação para além da elegância. A pedido do movimento *TIME'S UP*, criado por mulheres que trabalham na indústria cinematográfica, o *dress code* da noite foi preto. Em ativismo, homens e mulheres se juntaram nesse protesto através da cor de seus trajes de cerimônia.

Considerando a moda um mecanismo social onde a indumentária é vista como um produto da motivação advinda do contexto social em que se insere (Crane, 2006), o preto trouxe à galardoação, dessa vez, toda a sua conotação do luto, do repúdio, do anojamento em relação aos diversos casos já denunciados de assédio na indústria cinematográfica.

Conforme refere Farina *et. al* (2006), o preto consegue ser expressivo e



Fig. 7 Gary Oldman, foto de Paul Drinkwater (2018)

angustiante ao mesmo tempo, traduzindo o que, de facto, o movimento *TIME'UP* queria passar a todos, e, assim, conseguiu trazer uma maior notoriedade à causa feminista vinculada devido à abrangência internacional dos prémios do Globo de Ouro, com alta veiculação nos *media*, seja em jornais, revistas, televisão, e, em especial, nas redes sociais digitais, causando um notável crescimento dos números de seguidores da organização.



Fig. 8 Viola Davis, Brandon Maxwell (2018)



Fig. 9 Dakota Johnson, Gucci (2018)

Este protesto feminista, que emerge das redes sociais digitais vindo a caracterizar o que para muitos autores já é denominado de quarta onda do feminismo, recorre ao vestuário para passar uma mensagem que não precisa de ser escrita e pronunciada em oralidade, sendo aderido por diversas personalidades e designers na escolha da cor preta como reprovação e censura, além de também parecer mais ostensiva e impressionar mais (Heller, 2014).



Fig. 10 Time's Up, Ativistas nos Globos de Ouro (2018)

Dessa forma, o TIME'S UP consagra a união entre feminismo e moda, conotando à peça preta ainda uma simbologia de luta e reivindicação das questões denunciadas pelo movimento, como a desvalorização profissional da indústria do cinema e os diversos tipos de assédios sofridos pelas mulheres.

6. Considerações Finais

O feminismo é um movimento ideológico e social que busca, desde os seus primórdios, a igualdade entre homens e mulheres na permissão crítica de observar o enquadramento desta imutabilidade de poder como complicação crucial no campo das teorias políticas (Miguel & Biroli, 2014).

Sendo um movimento dotado de pluralidade, o feminismo se transpassa por diversos movimentos, representações, teorias e sistemas. Um desses sistemas é a moda, que durante muito tempo acompanhou a evolução da história das mulheres, comportando-se como um mecanismo não só estético, mas também político, estando presente em todas as grandes manifestações sociais, já que considerar a moda um fenómeno social é alinhá-la na dimensão das relações sociais e, dessa forma, nas particularidades da sua própria evolução (Duarte, 2017).

O protesto nos prémios do Globo de Ouro de 2018 promoveu a união entre moda e feminismo através da indumentária, ainda que muitos autores considerem que ambos permanecem a circular constantemente entre si, sem haver conciliação, como é o caso de Pamela Gibson no seu livro *Fashion Cultures: Theorie, Explorations and Analysis*.

A escolha da cor preta pelo movimento feminista *TIME'S UP*, cor que simboliza o luto, insatisfação, descontentamento, mas também elegância (Heller, 2014), foi pensada intencionalmente a fim de que, mesmo sem utilizar a linguagem oral, as/os ativistas pudessem protestar acerca das diversas denúncias deferidas aos profissionais do sexo masculino na indústria do cinema. Dessa forma, pode-se constatar que, como refere Crane (2006), a moda atuou como dispositivo social vindo a definir a agenda/pauta do momento, ou seja, o vestir sofreu influência direta do contexto social vivido.

Essa intervenção desenvolvida através da moda, numa das premiações mais famosas do cinema mundial, conseguiu levantar um questionamento acerca dos diversos entraves relacionados com o gênero, reforçando a premissa de que a moda assume um caráter performativo assim como o gênero. E já que é a partir do gênero que se pode construir uma história feminina, pode-se na mesma pensar a moda a partir do gênero (Duarte, 2017).

Foram questionadas as desigualdades salariais entre os sexos, a maior participação de atores negros em papéis de destaque a fim de combater diretamente, também o racismo, além de clamar por uma maior valorização dos trabalhadores que ficam por trás, nos bastidores, como assistentes e figurinistas, e claro, as questões de assédio sexual. Para além disto, o *Time's Up Legal Defense Fund*, conseguiu angariar mais de 22 milhões de dólares direcionado ao apoio às vítimas.

A força do ativismo online feminista resultou na prisão do produtor de cinema Harvey Weinstein, após ser considerado culpado de duas das cinco acusações de má conduta sexual devido à denúncia pública de mais de 80 mulheres. Weinstein foi sentenciado pela justiça americana a 23 anos de prisão, mesmo negando todas as acusações e declarando-se inocente.

A partir da reivindicação da igualdade entre os sexos, o feminismo permitiu a formulação de uma identidade feminina dotada de performatividade, na perspectiva de que, desestruturando papéis de gênero, a concepção da “mulher universal” era tão opressora quanto aquilo que o próprio feminismo enfrentava. Assim, através da incorporação da interseccionalidade é possível perceber e oferecer espaço às inúmeras representações identitárias vinculadas aos feminismos diversos, num impulso de conciliar as variadas camadas de opressão.

Considerando a moda como um sistema responsável por construções culturais no decorrer da história, percebe-se que algumas destas edificações permitiram e promoveram certa emancipação feminina. Isto posto, este estudo propôs analisar a união da moda com o feminismo na contemporaneidade, sem, contudo, defender que o feminismo seria uma moda.

Portanto, o movimento feminista e a moda contribuíram para a redefinição identitária da sociedade (e no particular), atuando como campo de reflexão e disrupção, fomentados pelo novo momento cibercultural do feminismo que adota uma abordagem interseccional, despreza barreiras geográficas e institucionais, num caminho igualitário a uma mudança política efetiva e estrutural.

REFERÊNCIAS

- Anderson, B. S. (2008). Primórdios do Feminismo Internacional: contribuições e dificuldades da história comparada, in Cova, A. (dir.). *A história comparada das mulheres*. Lisboa: Livros Horizonte, 47–50.

- Barbosa, C. L. (2019). *O impacto dos movimentos feministas no desenvolvimento do Branding das marcas de moda*. Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal.
- Barthes, R. (2009). *Sistema da Moda*. Lisboa: Edições 70.
- Calanca, D. (2008). *História social da Moda*. São Paulo: Editora Senac.
- Castells, M. (2003). *O poder da Identidade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian.
- Cisne, M. (2014). *Feminismo e consciência de classe no Brasil*. São Paulo: Cortez.
- Costa, A. A. (2006). O movimento feminista no Brasil: dinâmicas de uma intervenção política. *Revista Labrys, Estudos Feministas/Études Féministes*, 7.
- Crane, D. (2006). *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Editora Senac.
- Descarries, F. (2002). Um feminismo em múltiplas vozes, um movimento em atos: os feminismos no Québec. *Revista Labrys, Estudos Feministas/Études Féministes*, 1-2. Disponível em https://www.labrys.net.br/labrys1_2/francine1.html [Acedido em 15.03.2019].
- Duarte, C. L. (2004). *Moda*. Lisboa: Quimera.
- _____ (2017). *Moda e Feminismos em Portugal: o gênero como espartilho. Histórias de vida*. Lisboa: Círculos de Leitores.
- Farina, M., Perez, C. & Bastos, D. (2006). *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*. (5ª ed.). São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda.
- Freitas, R. F. (2005). Comunicação, consumo e moda : entre os roteiros das aparências. *CMC*, 2(4), 125–136.
- Freitas, A. (2012). *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*, ISCA Faculdades. São Paulo: Publicidade e Propaganda.
- Garcia, C. C. (2015). *Breve História do Feminismo*. (3.ª ed.). São Paulo: Claridade.
- Heller, Eva (2014). *A Psicologia das cores - Como as cores afetam a emoção e a razão*. (1.ª ed. portuguesa, 2012). Barcelona: Editora Gustavo Gili (GG).
- Joaquim, J. T., & Mesquita, C. (2011). Rupturas do vestir: articulações entre moda e feminismo. *DAPesquisa*, 6(8), 643–659. DOI: <http://dx.doi.org/10.5965/1808312906082011643>. [Acedido em 15.03.2019].
- Kaplan, G. (1992). *Contemporary Western European feminism*. London: UCL Press.
- Lipovetsky, G. (2009). *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Martinez, F. (2019). Feminismos em movimento no ciberespaço. *Cadernos Pagu*, 56, 195612. DOI: 10.1590/18094449201900560012.

- Miguel, L. F., & Biroli, F. (2014). *Feminismo e Política: uma introdução*. São Paulo: Boitempo.
- Offen, K. (2008). Erupções e fluxos: reflexões sobre a escrita de uma história comparada dos feminismos europeus, 1700-1950, in Cova, A. (dir.). *A História Comparada das Mulheres*. Lisboa: Livros Horizonte, 29–45.
- Oliveira, P. (2019). A quarta onda do feminismo na literatura norte-americana. *Palimpsesto*, 30, 67–84.
- Perrot, M. (2017). *Minha história das mulheres*. São Paulo: Contexto.
- Saffioti, H. (2013). *A mulher na sociedade de classes*. São Paulo: Expressão Popular.
- Scott, Linda M. (2005). *Fresh Lipstick: Redressing Fashion and Feminism*. Palgrave Macmillan.
- Solnit, R. (2017). *A mãe de todas as perguntas: reflexões sobre os novos feminismos*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Silva, J. (2019). *Feminismo na atualidade: a formação da quarta onda*. Recife.
- Stevenson, N. (2012). *Cronologia da Moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Svendsen, L. (2010). *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Tavares, P. (2006). Breve cartografia das correntes desconstrutivas feministas na produção artística da segunda metade do século XX. *Margens e confluências: um olhar contemporâneo sobre as artes*, 11–12.
- Tavares, M. (2010). *Feminismos, Percursos e Desafios*. Lisboa: Texto Editora.
- Tomazetti, T. P. (2015). O feminismo na era digital e a (re)configuração de um contexto comunicativo para políticas de gênero. *Razón y Palabra*, 90, 1–17.
- Time's Up*. (2019). *Site do movimento TIME'S UP*. Disponível em <https://www.timesupnow.com/press#donate-anchor>. [Acedido em 15.03.2019]
- Valente, V. V. (2004). Los feminismos peruanos: breve balance de três décadas. In Gaby Cevalco (Ed.), *25 años de feminismo en el Peru: historias, confluencias y perspectivas* (10-17). Disponível em [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/C08CBB7DF991A3FF05257B1700675D74/\\$FILE/BVCI0003574.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/C08CBB7DF991A3FF05257B1700675D74/$FILE/BVCI0003574.pdf) [Acedido em 15.03.2019].
- Wexler, L., Robbennolt, J., & Murphy, C. (2018). *#MeToo, Time's Up, and Theories of Justice*. Disponível em <https://courtslaw.jotwell.com/metoo-justice/> [Acedido em 15.03.2019].