

ASPECTOS IDENTITÁRIOS DA RELAÇÃO ENTRE ANDROGINIA E MODA SEM GÊNERO

IDENTITY ASPECTS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ANDROGYNY AND GENDERLESS FASHION

Natani Aparecida do Bem^{1*}

Gabriel Coutinho Calvi²

Paula Piva Linke³

*Autora para correspondência: natani.dobem@gmail.com

Resumo: O presente trabalho teve como objetivo apresentar as mudanças que o estilo andrógino sofreu ao longo da história da moda e que influenciaram diretamente a resignificação da indumentária de homens e mulheres. Dessa forma, o texto está dividido em três momentos. O primeiro define o conceito de androginia percorrendo sobre suas características e aplicação no universo da moda. O segundo traz a evolução histórica da moda andrógina através dos tempos por meio de estilistas, *designers* e marcas, e o terceiro momento discute a expressão do vestuário com base na identidade de gênero ao apresentar um experimento realizado em uma loja de departamento que analisa uma coleção sem gênero. Como resultado desta pesquisa, entende-se que a moda sem gênero foi construída ao decorrer da história paralelamente com as transformações sociais.

Palavras-chave: androginia; moda; gênero.

Abstract: This paper aimed to present the changes that the androgynous style has suffered throughout the history of fashion and that directly influenced the resignification of men and women. Thus, the text is divided in three moments. The first one defines the concept of androgynous by discussing its features and applications in the fashion universe. The second part presents a historical evolution of androgynous fashion through the years of designers, stylists and brands, and the third moment discusses an expression of clothing based on gender identity and presents an experiment conducted in a department store that analyzes a genderless collection. As a result of this investigation, it is understood that the genderless fashion has been built throughout history in parallel with social transformations.

Keywords: androgyny; fashion; genre.

1 Pós-Graduação em Tecnologias Limpas, Centro Universitário de Maringá (UniCesumar) – Maringá (PR), Brasil.

2 Pós-Graduação em Gestão do Conhecimento nas Organizações, UniCesumar – Maringá (PR), Brasil.

3 Centro Universitário Metropolitano de Maringá – Maringá (PR), Brasil.

INTRODUÇÃO

A moda enquanto fenômeno social tem a capacidade de construir identidades individuais e coletivas, marcando por meio dos trajes diferentes momentos da história da moda, desde a Antiguidade aos dias atuais. Nesse sentido, o vestuário tem papel fundamental na sociedade, pois o identifica, o caracteriza e enfatiza sua posição social e seu grupo. Portanto, devemos olhar para os diferentes estilos que se manifestam pelo vestir, como a androginia – atentando-se que esta não está ligada à sexualidade, mas sim a uma expressão de identidade em que feminino e masculino se confundem.

A moda unissex ou sem gênero foi construída ao longo da história como reflexo da necessidade de se vestir com liberdade e de maneira a expressar, por intermédio da roupa, a identidade de cada indivíduo. Essas transformações possibilitaram que marcas de moda trabalhassem com o conceito de produto sem gênero.

O presente artigo teve como objetivo apresentar o conceito de androginia e suas manifestações no vestuário como identidade do sujeito. Além da busca pelas definições de androginia, utilizaram-se imagens como fontes para compreender como esse conceito aparece na moda. Devemos estar atentos ao fato de que as imagens são também documentos e permitem entender vários aspectos históricos e sociológicos. Dessa forma, apresentam-se algumas concepções acerca do termo *androginia*, à diferença entre os sexos, corpo, gênero e moda, todos abordados no contexto da indumentária como fonte de reflexão no decorrer da história.

Esta pesquisa foi realizada com abordagem qualitativa baseada em uma análise bibliográfica e de imagens. Para ilustrar a questão do vestuário sem gênero, foram selecionados um homem e uma mulher de idade entre 22 e 25 anos, que se dirigiram até uma loja de departamento e provaram peças da coleção sem gênero respeitando sua estrutura física.

ANDROGINIA E MODA: CARACTERÍSTICAS

A moda possui, de forma intrínseca, a capacidade de unir múltiplas histórias e narrativas que permitem comunicar uma mensagem homogênea. Esse é o caso da androginia na moda, que possui a capacidade de criar uma atmosfera em que masculino e feminino se fundem sem que haja diferenciações aparentes.

Voltando-se para a etimologia do termo *androginia*, Faury (1995, p. 167) descreve que ele é “proveniente do grego *anêr*, *andros* = homem e *gunê* = mulher. A palavra androginia sempre foi empregada para designar o que pertence aos dois sexos”. Considerando a androginia pelo aspecto psicológico:

A androginia psicológica, sem pôr em causa a orientação sexual dos indivíduos, constituiria uma mais-valia quer para homens quer para mulheres na medida em que o ser andrógino acaba por se revelar um ser camaleônico, flexível e adaptável às exigências dos papéis “sexualizadores” sociais masculinos e femininos impostos pelos arquétipos do gênero. O ser andrógino, contrariamente àquilo que se possa pensar, não reveste uma identidade indiferenciada, muito pelo contrário, a sua identidade de gênero combina em si uma forte dose de masculinidade e feminidade (RUAS; RABOT, 2013, p. 77).

A androginia psicológica está ligada a um ser flexível que não se define pelas normas impostas, e, “para os psicólogos, médicos e até mesmo os estilistas, a androginia é, sobretudo um fenômeno cultural, e não existe relação alguma com a bissexualidade ou homossexualismo” (MAUS, 2017, p. 34). Nesse sentido, salienta-se que a androginia vai além de predileções biológicas por parte do indivíduo e “não se resume ao comportamento ou preferência sexual. Pode ser manifestada na forma de se vestir, nos gestos, na rotina diária, na relação com as pessoas, no que se lê, no que se assiste ou na música que se escuta” (FRANÇA, 2016, p. 6).

Na moda, o estilo andrógino caracteriza-se pelo uso de adereços e roupas do sexo oposto. Ou seja, mulheres usam peças masculinas e homens peças femininas, criando um mistério em sua aparência a fim de que o indivíduo se transforme em um só ser nessa dualidade, fazendo com que seu sexo não seja reconhecido. É pela caracterização por meio das roupas e dos acessórios que o usuário cria a identificação com o sexo oposto e acontece a camuflagem de seu corpo. Cabe ressaltar, como relata Baldini (2005), que o vestuário possui linguagens e que a androginia é também uma linguagem estética em que feminino e masculino se confundem.

Já no produto (roupa), a androginia vê-se presente nas características minimalistas em suas modelagens, com formas retas, amplas e em sua maioria geométricas, com cores sóbrias, em geral preto, branco, cinza e tons de marrom. Diante disso, afirma-se que o estilo andrógino não se configura apenas como um *look* pertencente a uma corrente ou a um estilo de vida; ele é considerado uma condição que provém da “não identificação do Homem Contemporâneo, face à evolução da sua natureza, independentemente do sexo ou da orientação sexual” (RUAS; RABOT, 2013, p. 7).

Portanto, o estilo andrógino está relacionado à aparência, ao comportamento e à vestimenta indefinida entre os dois gêneros. Essa macrotendência na moda se revela nos modelos providos da dupla sexualidade, partindo para algo além da roupa e do estilo: o corpo (REIS, 2017).

Nesses aspectos, relata-se que o estilo andrógino se destitui de uma posição que rompe os atributos preestabelecidos para o masculino e o feminino. Para Padilha e Palma (2017, p. 3), “pessoas que se nomeiam como não binárias ou fluidas caracterizam-se e descaracterizam-se como homens, mulheres, ambos, entre ou nenhum”. Isso se dá pelo desenvolvimento social e tecnológico de uma sociedade globalizada. Ou seja, o não binário é um movimento com potência criativa de ressignificação para conceitos de novas formas de vida, de relações de cultura de arte e de escolhas sexuais, éticas e políticas.

Na moda, o estilo andrógino também é conhecido e chamado de unissex, termo que permeia diferentes nomenclaturas, segundo Sanchez e Schmitt (2016):

Agender, gênero neutro, gender free, gender blur, gender-bender – são variadas as formas de se referir à prática que questiona e, aos poucos, desconstrói as noções de feminilidade e masculinidade. [...] O termo unissex refere-se a peças desenhadas para se ajustar e favorecer tanto corpos masculinos quanto femininos e é, geralmente, associado a um produto já pertencente ao guarda-roupa dos homens, de modelagem básica e sem apelo *fashion*, peças sem gênero são mais complexas: sugerem a eliminação de qualquer rastro de símbolos associados culturalmente a feminino ou masculino. Trata-se de peças neutras, que fogem de estereótipos históricos e culturais – roupas que se desconectam também da antiga ideia de unissex (SANCHEZ; SCHMITT, 2016, p. 9-10).

Isso de certa maneira levou a novas discussões a respeito da distinção entre os gêneros, a qual vem ganhando espaço em discussões na moda desde o início dos anos 2000, quando o indivíduo passou a se vestir de forma livre, utilizando a roupa como seu meio de expressão.

Pode-se observar, portanto, em diversas lojas como as de departamento a existência de peças do vestuário para esse público. Ao final deste artigo, apresenta-se um exemplo buscando ilustrar como tais peças podem ser usadas por esse público.

Androginia: contexto histórico na moda

O hábito de utilizar peças do guarda-roupa do sexo oposto não é algo recente, nem a moda do século XXI. Por um longo período da história da moda, a indumentária de homens e mulheres era igual. No início da Grécia Antiga, homens e mulheres usavam a túnica – uma espécie de tecido envolto no corpo –, que perdurou por muitos séculos no vestuário de ambos

os sexos, até surgir um tipo de vestuário radicalmente novo e nitidamente diferenciado entre homens e mulheres (LIPOVETSKY, 2009).

Foi na segunda metade do século XIV que as roupas, tanto masculinas quanto femininas, adquiriram novas formas e surgiu algo que já podemos chamar de “moda”. O velho *gipon*, que começava a ser chamado de “gibão”, era acolchoado na frente para realçar o peito e bem mais curto, tão curto que os moralistas da época o denunciaram como indecente. Era bem apertado, abotoado na frente e usado com um cinto sobre os quadris. [...] Utilizado com uma sobretúnica pelas classes superiores [...]. As mulheres em geral, vestiam-se de maneira menos extravagante que os homens no que se referia à forma das roupas. A peça principal do seu vestuário era o vestido, justo até a cintura e depois se abrindo em saia ampla que caía as pregas (LAVÉR; CARVALHO, 2001, p. 62-64).

Com o uso do gibão curto ajustado para os homens e do vestido longo e solto para as mulheres, perceberam-se mudanças nas características estruturais da indumentária e elementos que ressignificaram não apenas o modo de vestir, mas também o comportamento em relação aos hábitos culturais, pois indicavam subjetividade e a capacidade de expressão do indivíduo (LIPOVETSKY, 2009).

Após esse período descrito por Laver e Carvalho (2001), intensificaram-se as mudanças no vestuário masculino e feminino até a Revolução Industrial. Davis (1992) diz que, nesse período, a indumentária masculina passou por alterações visuais restritivas e que garantia ao homem um visual mais sério e sombrio que em outrora.

Nessa época, houve ainda a tentativa de inserção de um traje esportivo na vestimenta feminina. Esse traje ficou conhecido como *bloomers* e era composto de uma espécie de calção bufante, que ia até o tornozelo, geralmente com babado de renda na barra, para que não se perdesse a feminilidade. Na parte superior, usavam-se um corpete em uma versão mais simples e uma saia razoavelmente ampla até a altura dos joelhos. Esse traje foi criado por Mrs. Bloomer, na tentativa de ser uma nova moda para as mulheres daquele tempo, mas houve rejeição e o seu estilo foi aceito apenas décadas depois para os trajes esportivos. A Figura 1 ilustra esse traje.

Figura 1 – Amelia Bloomer trajando a calça que levava seu nome (1850)



Fonte: LAVÉR; CARVALHO, 2001, p. 182

Braga (2013) salienta que, alguns anos mais tarde, com a Primeira Guerra Mundial (1914–1918), a emancipação feminina passou a influenciar o comportamento das mulheres, que começaram a exercer o papel do homem. Com isso, suas roupas passaram a refletir traços masculinos, principalmente as características da alfaiataria até então usada pelos homens.

Ao longo da história da moda, o estilo andrógino tornou-se presente na indumentária feminina com o visual *la garçonne*, que se desenvolveu durante os anos seguintes à guerra, chegando ao seu auge em 1926, continuando até 1929 com pequenas modificações. O corpo dessas mulheres passou a perder características femininas, por ser magro a ponto de não ter curvas nem seios a serem evidenciados.

Além das roupas, o estilo de vida da mulher tornou-se diferente, com o uso do cigarro, das bebidas e com a ida a bares e cafés. Com esse estilo andrógino, surgiu um novo tipo de mulher, bem como um novo ideal erótico. As moças procuravam ter a aparência de rapazes tanto quanto possível, representando o momento em que os atributos femininos admirados por tanto tempo começaram a ser abandonados (MENDES, 2003).

Pode-se observar na Figura 2 que o corpo feminino se esconde por trás do vestuário. Assim, tem-se uma mulher mais moderna, com pernas à mostra e maior liberdade em relação ao período anterior a guerra, os anos de 1910.

Figura 2 – Mulheres com visual *la garçonne*: silhueta tubular



Fonte: disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/345792077610670928/?lp=true>>. Acesso em: 4 out. 2019

Essa androginia trazida no estilo *la garçonne* se fez presente na vida da criadora de moda francesa Gabrielle Bonheur Chanel, que nos anos 1920 tentou popularizar a calça como parte de um modelo para as mulheres de classes média e alta, mas não teve sucesso. Esse tabu sobre o uso de calças e de outras peças do vestuário masculino pelas mulheres só veio a ser superado em meados do século XX. Isso se deu, pois a ideologia daquela época estipulava identidades de gênero fixas e diferenças físicas, psicológicas e intelectuais entre homens e mulheres de forma estereotipada, restrita e opressora (CRANE; COIMBRA, 2006).

Seguindo para os anos 1960, a moda andrógina voltou a ser evidenciada em função da chegada da contracultura, do movimento feminista e das novas mudanças sociais. Impulsionada pela luta da liberdade feminina e igualdade social entre homens e mulheres, a moda tornou-se livre. As mulheres passaram a aderir cada vez mais ao vestuário masculino, e os homens, a usar peças com características femininas, carregadas em cores, bordados manuais e formas ornamentadas (BLACKMAN, 2014). Vê-se na Figura 3 que o início da moda moderna, como é conhecida hoje, se deu nesse período. Cabe enfatizar que nessa década houve a revolução jovem e novos padrões estéticos específicos para esse público que passou a se desenvolver.

Figura 3 – Moda dos anos 1960

Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/506373551850162090/?lp=true>>. Acesso em: 4 out. 2019

Nesse período, a moda unissex entrou em voga e, segundo Sanchez e Schmitt (2016, p. 6), “ganha força total, com a disseminação do uso, pelas mulheres, da calça *jeans*, golas polo e *smokings* lançados para mulheres, em 1966, por Yves Saint Laurent e logo transformadas em ícone da ‘elegância masculinizada’”. Portanto, foi nesse momento que as questões sobre gênero passaram a ser frequentes na moda, pois ao final da década de 1960 e início dos anos 70, com a chegada do movimento *hippie*, a sociedade passou a celebrar uma postura liberal em relação ao sexo e às drogas, pregando o amor livre:

O centro dessa nova linguagem de moda estava diferente. A base vinha o passo, de todo o caminho percorrido pela moda desde seu surgimento no século XIV, mas o *modus operandi* surpreendia pela inovação, que era o resultado da influência da atmosfera sociocultural e econômica em sintonia com um olhar detalhado do que se passava nas ruas das grandes metrópoles. O resultado foi não só roupas que se desconstruíam padrões, mas uma linguagem que mudou para sempre os parâmetros da moda (HOLZMEISTER, 2010, p. 29).

Essa desconstrução da linguagem visual do vestir influenciou outro estilo denominado de *glam rock*, que, segundo Fogg (2013), se iniciou na década de 1970: “Os expoentes principais do *glam rock* tomavam elementos até então restritos aos trajes femininos e os reformulavam, resultando em visuais andróginos, sexualmente ambíguos” (SANCHEZ; SCHMITT, 2016, p. 7).

Maus (2017, p. 47) afirma que, nos anos 1980, “o conceito de estilo começa a sobrepular o de moda, junto com a hegemonia do *look* e a disseminação de que ‘tudo é tendência’”. Assim, com o lançamento de estilistas como Jean-Paul Gaultier, especializado em roupas masculinas de vanguarda, que fez uma crítica à época, rompeu-se uma das últimas barreiras entre a moda masculina e a feminina.

A saia introduzida por Gaultier é um símbolo de que homens e mulheres estão aquém de códigos estabelecidos pela sociedade. Logo, quando o homem emerge de saia, surge também a liberdade de expressar-se por meio da indumentária procurando abolir conceitos antigos. Pode-se observar a saia no vestuário masculino na Figura 4, em que passado e presente se misturam na introdução dessa peça para os homens.

Figura 4 – (A) Introdução da saia masculina, em 1985, Jean-Paul Gaultier; (B) ao lado, Gaultier S/S 2010



A

B

Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/294704369337968584/?lp=true>>.

Acesso em: 4 out. 2019

A maioria das discussões envolvendo o gênero na moda envolvia o vestuário feminino, entretanto, com a apropriação do vestuário masculino pelo feminino e vice-versa, a proposta da moda sem gênero em teoria se desconectou de qualquer estética predeterminada. Ou seja, essa nova moda propõe que essa diferenciação dos gêneros acabe sendo excluída, para que somente assim seja possível o indivíduo se expressar com autenticidade. Dessa forma, mais do que um modismo temporário, vivemos um momento histórico apropriado para que a moda sem gênero se desenvolva não somente impulsionada por motivações de mercado, mas por uma demanda natural da cultura contemporânea (SANCHEZ; SCHMITT, 2016).

Discussões acerca da expressão da identidade de gênero no vestuário

Vivemos em uma sociedade moldada por padrões guiados pelo binarismo⁴ de gênero, em que a roupa como revelador de identidade pode ser sinal de aprovação ou de resistência. Cada vez mais a expressão de gênero vem ganhando visibilidade, a fim de romper uma barreira limitadora relacionada à moda: “Durante o percurso da história, os gêneros viram seus códigos afrouxados por diversas vezes, nunca a discussão sobre a questão de gênero esteve tão em alta” (SANCHEZ; SCHMITT, 2016, p. 12).

Partindo do pressuposto de que as identidades binárias homem/mulher têm se tornado mais flexíveis às representações da moda sem gênero, surgiram novos códigos estéticos de representação associados ao masculino e ao feminino na moda. Esta, por sua vez, tornou-se uma forma de expressão das hegemonias⁵ de gênero, afinal “a moda é uma forma de escrever um texto visual, onde cada indivíduo expressa sua identidade, seu ser na contemporaneidade” (OLIVEIRA, 2007, p. 14).

4 “Que tem unidades, dois elementos. Sistema de duas forças paralelas de suportes distintos, com sentidos opostos, e que atuam sobre um corpo; conjugado, par, toque” (FERREIRA, 2010, p. 104).

5 “Preponderância, supremacia” (FERREIRA, 2010, p. 394).

Sendo assim, a moda transformou-se em um meio de declarações cada vez mais fortes, repleta de significados envoltos a questões simbólicas e também ao gênero, que por muito tempo dividiu em pontos distintos o homem e a mulher, limitando-os de se expressar e de se posicionar no mundo. Portanto, “as roupas podem ser vistas como um vasto reservatório de significados, passíveis de ser manipulados ou reconstruídos de forma a acentuar o senso pessoal de influência” (CRANE; COIMBRA, 2006, p. 22).

Crane e Coimbra (2006) ainda afirmam que as roupas podem ser consideradas expressões poderosas da hegemonia de gênero, compreendidas por meio da análise dos discursos que envolvem os conflitos acerca da expressão de gênero em vestuário. Logo, as roupas desempenham função importante na visibilidade dos discursos alternativos de papéis de gênero, pois, ao explicar uma construção de identidade e resistência por meio do vestuário, requer-se o entendimento de como as roupas expressam um significado.

Por conseguinte, a moda, além de uma construção de identidades, revela um quadro privilegiado no qual, por vários séculos, dois sexos buscaram as mesmas coisas no que se refere à roupa: requinte e ornamentação, a expressão da posição social por meio do vestuário.

Há que se considerar que, com o passar do tempo, a roupa age como uma recomposição dos papéis pertinentes aos sexos e contribui para a redefinição de identidades sociais, já que cerca as singularidades do indivíduo. Na história da moda, vê-se o desenvolvimento da simbologia das vestes, principalmente após os anos de 1960, quando passaram a existir maior liberdade de expressão no vestir e, portanto, a construção de identidades individuais e coletivas, tribos urbanas, que utilizavam as vestes para expressar seus ideais. Observa-se a moda como linguagem capaz de alterar a percepção sobre o gênero e sua identidade.

Segundo Crane e Coimbra (2006, p. 47), “os consumidores não são mais vistos como ‘idiotas culturais’ ou ‘vítimas da moda’ [...], mas como pessoas que selecionam estilos com base em sua própria noção de identidade e estilo”. Ou seja, a moda passou a ser apresentada como uma escolha, em que se espera a constituição da aparência de forma individualizada, por meio das opções oferecidas ao consumidor. Logo, salienta-se que muitas vezes o próprio consumidor traz novas concepções de estilo à moda, ao desenvolver linguagens específicas para expressar sua identidade. Não se trata apenas de escolhas, mas de como o indivíduo as faz ou não, para se constituir enquanto ser social.

O movimento sem gênero faz parte dessas escolhas feitas pelos consumidores e, por meio dele, crescem outras narrativas existentes no mundo, as quais não são abordadas com tanta frequência no mercado da moda.

Nesse sentido, o presente artigo fez uma análise dos produtos da coleção classificada como sem gênero de uma grande rede de lojas de departamento. Foram selecionados um homem e uma mulher de idades entre 22 e 25 anos, que se dirigiram até uma das lojas da rede e provaram peças da coleção sem gênero, respeitando sua estrutura física.

As peças foram escolhidas por meio da modelagem, da estampa, do *design* e da matéria-prima. De modo geral, foi possível observar em todos os *looks* a vestibilidade do produto (Figura 5).

Figura 5 – Análise da coleção sem gênero



Fonte: primária (2019)

O experimento expresso na Figura 5 expõe um ponto fraco da coleção, considerando a análise dos quatro *looks* propostos. No *look* 1 fica evidente que a camiseta não se adapta ao corpo masculino por estar muito justa, o que não acontece com a saia. Já no *look* 2, embora a parte de cima apresente folga no corpo feminino, exibe um aspecto visual mais satisfatório que o *look* anterior. No *look* 3 ocorrem os mesmos problemas do *look* 1, pois as peças não atendem às formas do corpo masculino. Por fim, no *look* 4, as peças apresentam boa vestibilidade em ambos, por causa da matéria-prima e da modelagem utilizada.

Diante dessa análise, percebe-se que algumas peças da coleção atendem à proposta inicial da marca, apesar de ainda algumas falhas, pois a maioria das peças não tem uma modelagem que se adapta a ambos os sexos, e as características do produto tampouco condizem com a proposta. Em outras palavras, ainda há dificuldades do mercado de atender a essa demanda.

Embora algumas peças da coleção não apresentem a identidade de uma coleção sem gênero, observa-se na Figura 5 que outras peças, como as camisetas de manga longa, calças de sarja e camisetas, podem ser classificadas como sem gênero, pois a estética e a vestibilidade são condizentes com as expectativas.

Deve-se levar em consideração, tratando-se da moda sem gênero, que esta precisa vestir dois corpos diferentes, o que exige um olhar mais aguçado no que se refere à estética e à modelagem. Propostas mais minimalistas e com modelagens amplas podem ser boas opções para esse mercado.

CONCLUSÕES

A moda como fenômeno social possui representatividade no contexto histórico da humanidade, pois é um dos reflexos dos acontecimentos de uma época. Por meio da indumentária, podem-se analisar inúmeros aspectos da sociedade de determinado período, assim como perceber no decorrer da história os estilos presentes nas coleções e nos produtos de moda, que são representações ou questionamentos acerca da conjuntura social na qual os indivíduos se encontram.

Observa-se por meio deste texto que a androginia foi trabalhada de diferentes formas em alguns momentos históricos, mas somente a partir do século XXI passou a ser vista como forma de expressão. Nos anos de 1920, era moda ocultar a cintura e o busto. Já no pós-guerra, as roupas eram mais sérias. Enfim, esse estilo mais influenciado pela moda masculina era contextualizado. É preciso compreender que a partir do século XXI os indivíduos têm maior liberdade de expressão, que foi conquistada ao longo do século XX. Isso faz com que diferentes estilos apareçam na moda, se defendam e se tornem expressão de identidade. Portanto, deve-se entender que a androginia está ligada à identidade e expressão do indivíduo.

REFERÊNCIAS

- BALDINI, M. **A invenção da moda**: as teorias, os estilistas, a história. Portugal: Edições 70, 2005.
- BLACKMAN, C. **100 anos de moda**. Tradução de Mario Bresighello. São Paulo: Publifolha, 2014.
- BRAGA, J. **Masculinização x feminilização**: O vaivém da moda feminina em busca de identidade visual. São Paulo: Costura Perfeita, 2013. Disponível em: <<http://www.costuraperfeita.com.br/edicao/23/materia/voce-sabia.html>>. Acesso em: 10 fev. 2018.
- CRANE, D.; COIMBRA, C. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.
- DAVIS, F. **Fashion, culture, and identity**. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.
- FAURY, M. L. Fronteiras do masculino e do feminino ou a androginia como expressão. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 5, n. 5, p. 165-178, jan. 1995.
- FERREIRA, A. B. de H. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 3. ed. Curitiba: Positivo, 2010.
- FOGG, M. **Tudo sobre moda**. Tradução de Débora Chaves, Fernanda Abreu e Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.
- FRANÇA, E. A representação social da androginia na publicidade da moda. **Entremeios**, jul./ago. 2016.
- HOLZMEISTER, S. **O estranho na moda**: a imagem dos anos 1990. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.
- LAVIER, J.; CARVALHO, G. M. de M. **A roupa e a moda**: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. 285 p.
- LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- MAUS, S. **Necessidades e desejos de um corpo andrógino: um olhar no vestuário de moda**. 157f. Dissertação (Mestrado em Ciências – Programa Têxtil e Moda) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

MENDES, V. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. 314 p.

OLIVEIRA, S. de. **Moda também é texto**. São Paulo: Rosari, 2007. 134 p.

PADILHA, V. B. P.; PALMA, Y. A. Vivências não-binárias na contemporaneidade: um rompimento com o binarismo de gênero. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 11.; WOMEN'S WORLDS CONGRESS, 13., 2017. **Anais eletrônicos** [...]. Florianópolis, 2017. Disponível em: <http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499481481_ARQUIVO_FG2017completovifinal.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2018.

REIS, N. dos. (Re)invenções dos corpos nas experiências da não-binariedade de gênero. **Periódicos Letras Escreve**, Macapá, v. 7, n. 1, p. 165-184, 2017.

RUAS, M.; RABOT, J. M. O estilo andrógino contemporâneo: um desvio do imaginário em busca de um novo arquétipo de gênero? *In*: JORNADA DE DOUTORANDOS EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO E ESTUDOS CULTURAIS, 2., 2013, Portugal. **Anais eletrônicos** [...]. Portugal: CECS, 2013. p. 1-19. Disponível em: <www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/1346/1279>. Acesso em: 7 jun. 2018.

SANCHEZ, G.; SCHMITT, J. Moda sem gênero: conceituação e contextualização das tendências não binárias. *In*: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA, 3., 2016, João Pessoa. **Anais eletrônicos** [...]. João Pessoa, 2016. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/2-coloquio-de-moda-artigos.php>>. Acesso em: 2 jun. 2018.