

MODA E IDENTIDADE DE GÊNERO: REVISÃO INTEGRATIVA DA PRODUÇÃO BRASILEIRA

Raquel Carvalho Santos Monte²⁷

Luciana Maia Viana²⁸

Resumo

Este estudo de revisão integrativa visou analisar as relações da moda com as identidades de gênero na literatura científica brasileira. Realizou-se uma busca de artigos publicados entre os anos de 2010 e 2021 utilizando os descritores: moda, roupa, expressão de gênero e identidade de gênero nas bases de dados BVS-Psi, LILACS, Capes, EBSCO e Oasisbr, resultando em 153 publicações. Analisaram-se os dados bibliométricos e de conteúdo através de três eixos com base no delineamento de pesquisa: (1) Moda como norma binária de gênero; (2) Moda como política de contestação de normas de gênero; (3) Moda na mídia: representatividade ou comercialização? Os resultados indicam predominância nos estudos que versam sobre a moda e a binaridade de gênero, rupturas nas normas de vestir e as mídias de moda. Por outro lado, a revisão identificou poucas publicações que abordem a relação da moda na representação com fortalecimento das identidades LGBTQIA+.

Palavras-chave: Moda; Roupa; Identidade de gênero; Revisão integrativa.

²⁷ Mestre em Psicologia na Universidade de Fortaleza (UNIFOR) - Avenida Pedro Freitas, 1020, São Pedro, CEP: 64019-368 Teresina - PI; Email: raquelcarvalho@ifpi.edu.br

²⁸ Doutora em Psicologia Social pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) - Professora orientadora do programa de Pós-Graduação (Strictu Senso) em Psicologia da Universidade de Fortaleza (UNIFOR) - Av. Washington Soares, 1321 - Edson Queiroz, Fortaleza - CE, 60811-90; Email: lumariamai@hotmail.com

Introdução

No dia 19 de outubro de 2020 foi divulgada nos meios de comunicação a notícia de que um americano estava fazendo sucesso nas redes sociais por postar fotos usando saia e salto alto (UOL, 2020). Nas reportagens, Mark Bryan, 61 anos, afirmava ser feliz, hétero, adorar mulheres bonitas e usar saias e salto no seu cotidiano. Para o americano, vestir-se dessa forma torna-o diferente e denota o sentimento de admiração pela representação de poder que tem a imagem de mulheres usando saia e salto. Sobre as críticas referentes à sua sexualidade e comportamento, ele questiona se o mesmo ocorreria se estivesse usando calças ou se uma mulher seria questionada por usar saia. O que torna a saia ou a calça um demarcador da sexualidade? Para Mark Bryan, as roupas não deveriam ser divididas entre as categorias mulher e homem, no entanto, nas práticas sociais as vestimentas são signos utilizados para diferenciar os gêneros e as classes sociais.

Essa situação é um exemplo de que as discussões sobre sexualidade também estão presentes no campo da moda. A moda teve seu surgimento com início do capitalismo e a ascensão da burguesia ao poder (Wilson, 1985). Surgiu como resposta à necessidade dos indivíduos de diferenciarem socialmente, por intermédio da aquisição de novas peças de indumentárias, que os aproximavam à imagem da aristocracia e os diferenciavam de classes mais pobres. Com o fim das leis suntuárias e a ascensão da burguesia ao poder, as roupas passaram a ter seu consumo, em tese, de livre acesso a todas as classes, enfraquecendo sua função central na demarcação de classe e dando origem à uma nova demarcação: a sexual (Lipovetsky, 2009; Wilson, 1985).

Como demarcador sexual, as vestimentas passaram a exercer essa função no início do século XVIII, quando a indumentária masculina perdeu os brilhos, bordados e rendas, passando a ser bifurcada e ter tons sóbrios. A indumentária feminina passou a marcar o corpo da mulher por meio de decotes, espartilhos e volumes nos quadris. Dessa forma, a roupa conectada ao corpo, assumiu o papel de demarcador da sexualidade (Kastilho, 2009), configurando-se uma tecnologia de diferenciação entre o gênero feminino e masculino, ratificando os papéis sexuais prescritos socialmente para mulheres e homens. Essa dicotomia das roupas é reflexo do conservadorismo das normas de gênero de uma sociedade (Barreto, 2015).

A sociedade tende a associar o gênero ao sexo biológico, sendo gênero um termo que vai além do determinismo biológico, das genitais femininas e masculinas ou dos números de cromossomos. O gênero resulta das vivências coletivas, por meio de um processo de construção social e da autopercepção dos sujeitos nas relações sociais (Scott, 1995; Souza & Costa, 2016). A associação do gênero ao sexo biológico é evidenciada nos comentários nas fotos postadas por

Bryan em sua rede social, uma vez que, reconhecido como homem, não se espera dele o uso de saias e sapatos de salto, que são signos categorizados como femininos.

Para muitos indivíduos, as identidades femininas e masculinas são atribuídas da seguinte forma: mulher tem vagina, vestirá rosa e terá filhos; homem tem pênis, usará azul e será viril (Bento, 2008). Essas afirmativas contrariam a concepção de que as identidades se constituem por meio de vivências culturais e práticas sociais do indivíduo. Nesta perspectiva, as identidades de gênero resultam de vivências do gênero em que o indivíduo se identifica, podendo ou não coincidir com o seu sexo biológico (Jesus, 2012).

No campo científico, estudos sustentam a afirmativa de que a identidade de gênero pode se expressar de duas maneiras: cisgênero, quando o sujeito se identifica com o gênero atribuído ao seu sexo biológico, ou transgênero, quando o sujeito não se identifica com o gênero que lhe foi atribuído ao nascimento (Souza & Costa, 2016).

Ao vivenciar suas identidades de gênero, os indivíduos fazem uso de vestimentas, acessórios e comportamentos para expressar o gênero que se identifica. Assim, essas performatividades, que se constituem na reprodução de padrões de comportamentos culturais e sociais, tornam os indivíduos inteligíveis perante a sociedade (Butler, 2015). Neste sentido, a moda é um elemento que categoriza os corpos em feminino e masculino, ao mesmo tempo em que negocia os espaços de corpos que transgridem as normas binárias de gênero na sociedade (Portela & Brandão, 2012).

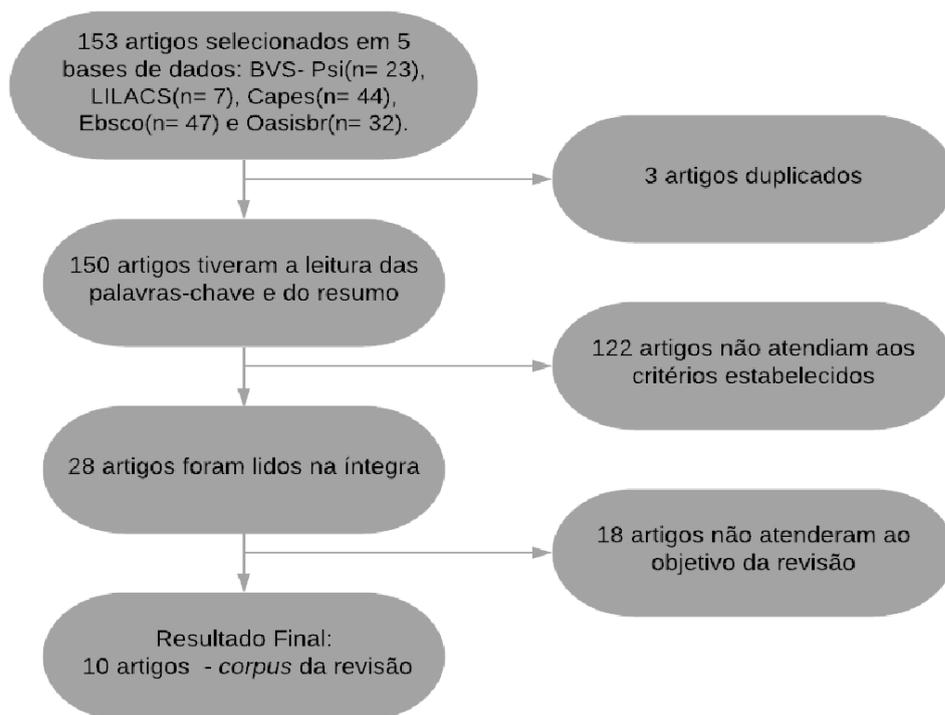
Partindo dessas considerações preliminares, este estudo tem como objetivo analisar as relações da moda com as identidades de gênero na literatura científica brasileira. Por meio de uma revisão integrativa sobre moda e identidade de gênero, pretende-se apresentar o estado do conhecimento sobre essas temáticas e contribuir para o desenvolvimento de futuras pesquisas. Acredita-se que este trabalho pode auxiliar na verificação da importância do debate na intersecção entre moda e estudos de gênero, ampliando o foco de discussão sobre gênero.

Metodologia

Conforme pesquisa realizada em cinco bases de dados, sobre a relação da moda na expressão das identidades de gênero, foram encontrados 118 artigos, 04 capítulos de livro, 10 teses, 12 dissertações e 9 trabalhos de conclusão de curso. Os resultados obtidos em cada base de dados foram: BVS- Psi (n= 23), LILACS (n= 7), Capes (n= 44), Ebsco (n= 47) e Oasisbr (n= 32). Aplicados os critérios de inclusão e exclusão, foram subtraídas 143 produções: 122 não atendiam aos critérios estabelecidos, 03 eram artigos duplicados e 09 não contemplavam diretamente o

objetivo da revisão. Assim, após análises de conteúdo (Bardin, 1977), foram selecionados 10 artigos para compor o *corpus* do trabalho. A Figura 1 ilustra o percurso traçado para a obtenção dos artigos que compõem o *corpus* desse trabalho.

Figura 1. Fluxograma das etapas de busca e seleção dos artigos utilizados na revisão



Fonte: autores

Após a análise do ano de publicação, as áreas das revistas publicadas e o delineamento dos estudos apresentaram-se os seguintes resultados: 2013 (1 artigo); 2015 (2 artigos); 2017 (1 artigo); 2018 (1 artigo); 2019 (5 artigos); os artigos foram produzidos no contexto brasileiro, indexados e as áreas das revistas são: Comunicação (1 artigo), Cultura, gênero e sexualidade (1 artigo), Educação, cultura, linguagem e artes (1 artigo), Estudos de gênero, feminismos e sexualidades (1 artigo), Design (1 artigos), História (1 artigo) , Moda (3 artigos), Saúde (1 artigo). Ressalta-se que todos os estudos tiveram uma abordagem qualitativa.

No que se refere às características das amostras, identificou-se que a maioria era composta por imagens de revistas, campanhas e editoriais de moda (4 artigos), sendo a segunda maior composição por imagens de vídeo ou filmes (3 artigos), enquanto a minoria era composta por seções de revista (1 artigo), levantamento bibliográfico (1 artigo) e entrevista (1 artigo).

Observou-se que a maioria das amostras (09 artigos) era composta por levantamento bibliográfico, imagens ou vídeos, enquanto uma amostra era composta por 20 homens (ver Tabela 1).

Tabela 1. Apresentação das referências dos artigos, as abordagens metodológicas, as amostras dos estudos, o ano de publicação e as áreas das revistas publicadas.

Artigo	Amostra	Ano	Revista / Área
Silva, C. N., Almeida, F. Q., & Gomes, I. M.	Imagens da Revista Vida Capixaba (1940 – 1949)	2013	Movimento / Saúde
Keller, D., & Araújo, D. C.	05 imagens de campanhas e editoriais de moda.	2015	Pesquisa em Design Estratégico / Design
Arcoverde, M.	Pesquisa bibliográfica	2015	Periódicus / Cultura, gênero e sexualidade
Jesus, A. J. B., & Martelli, A. C.	Trechos Vídeo de Vlog da Pablo #3	2017	Travessias / Educação, cultura, linguagem e artes
Muller, J. W., & Schmidt, S. P.,	Trechos da secção “De mulher para mulher” da revista O Cruzeiro – 1953; Vídeo do <i>Youtube</i> “Porque Mulher é vulgar?” – 2017	2018	Ártemis / Estudos de gênero, feminismos e sexualidade
França, M. S., & Santos, M. R.	Imagens do editorial da revista POP – 1970	2019	Dobras / Moda
Carvalho, L., & Lisboa Filho, F. F.	Vídeo de Publicidades de moda – Renner e Riachuelo	2019	Reciis / Comunicação
Oliveira, C. M. S.	Imagens fotográficas da Revidas Fonfon! E Revista da Semana	2019	Maracanan / História
Pires, M. R., & Schemes, C.	Filme Vestido Nuevo	2019	Moda Palavra / Moda
Pires, M. R., & Schemes, C.	20 homens que usam saia	2019	Moda Palavra / Moda

Fonte: autores

Os resultados da análise dos artigos foram obtidos de acordo com a exploração do assunto e sua reflexão crítica, sendo divididas em três categorias temáticas: (1) Moda como norma binária de gênero; (2) Moda como política de contestação de normas de gênero; (3) Moda na mídia: representatividade ou comercialização? Essas categorias serão descritas de acordo com as suas principais noções, conceitos e referências (Tabela 2).

Tabela 2. Categorias e referências analisadas.

Categoria	Referências
Moda como norma binária de gênero	Almeida e Gomes (2013); Jesus e Martelli (2017); Silva, Muller e Schmidt (2018); Pires e Schemes (2019).
Moda como política de contestação de normas de gênero	Arcoverde (2014); Miranda e Chevitarese (2019); Oliveira (2019).
Moda na mídia: pela causa ou pela venda?	Keller e Araújo (2015); Carvalho e Filho (2019); França e Santos (2019)

Fonte: autores

Moda como norma binária de gênero

Essa categoria é composta por quatro artigos. Pires e Schemes (2019) analisaram a obra fílmica *Vestido Nuevo*(2007), apresentaram os choques e tensões sociais vividos na infância, durante a constituição da identidade de gênero, ao romper com os códigos de vestir, normas de vestimenta, utilizadas para diferenciar socialmente o gênero feminino e masculino. O estudo evidenciou que o personagem principal, uma criança, ao se identificar com o gênero feminino, divergente com gênero designado ao seu nascimento, e expressar o gênero feminino por intermédio de um vestido rosa e se comportar como a genro feminino, tensiona com as representações de gênero masculino e torna-se vítima de episódios de violência, sofrendo exclusões em seu ambiente escolar.

Os estudos de Jesus e Martelli (2017) apresentam a construção de identidades de gênero dentro de uma sociedade binária, cuja pesquisa foi realizada por intermédio de relatos da construção das identidades de gênero de sujeitos “considerados” afeminados. Nesse sentido, os sujeitos que não correspondem aos padrões binários da sociedade, afirmando suas preferências, por intermédio dos comportamentos, das vestimentas e acessórios, em oposição aos comportamentos esperados ao seu sexo biológico, sofrem preconceito, discriminação e violências, principalmente enquanto crianças e adolescentes. Dessa forma, aceitar-se sujeito afeminado e compreender-se como livre para preferir com o que mais se identifica, seja masculino, seja feminino, seja ambos é uma ação necessária para a consolidação do movimento queer e o rompimento com as identidades de gênero hegemônicas.

Silva, Almeida e Gomes (2013) analisam as normas sociais destinadas à formação da mulher capichaba pelos discursos do vestuário e da moda representados na revista *Vida Capichaba*. O estudo investigou 112 imagens de mulheres divulgadas na revista entre as décadas de 1920 a 1950. Nesse período, a representação do gênero feminino era associada aos discursos de fragilidade, beleza, casamento, maternidade e responsabilidades com lar. Quando a moda passa a ser acessível a todas as mulheres, a revista abordou o uso das roupas como elementos de modernidade e

distinção social. Dessa forma, com o surgimento da moda esporte, a mulher passou a usar as roupas das práticas esportivas em ambientes públicos, desnudando socialmente o seu corpo e a expressando uma nova sexualidade. Entretanto, mesmo que os editoriais de moda apresentassem mulheres usando a moda esportiva e a nova sexualidade feminina, a revista continuava reproduzindo o discurso da mulher bela, frágil, delicada, submissa ao homem, com o intuito de se casar, ter filhos e cuidar do lar.

Muller e Schmidt (2018) problematizam o julgamento externo sofrido pelos indivíduos que não se limitam a seguir os comportamentos e normas impostas aos gêneros pela sociedade. No estudo, os sujeitos que não correspondem aos padrões binários de gênero sofrem preconceito, discriminação e violência, sendo esses episódios identificados principalmente no período da infância e da adolescência, ocorrendo com maior frequência no seio familiar e no ambiente escolar. Para os autores, os julgamentos sociais sofridos pelos sujeitos afeminados acontecem de maneira mais forte que a dos sujeitos homossexuais, porque a orientação sexual pode ser mascarada, escondida, enquanto as preferências de gênero, expressas nos comportamentos, vestimentas e linguagem, quando rompem com as normas sociais impostas aos gêneros femininos e masculinos, expõem os indivíduos ao julgo social.

Moda como política de contestação de normas de gênero

Essa categoria é composta por artigos que discutem as formas como a moda, por intermédio das roupas, é utilizada nas construções das identidades, contestando as normas sociais binárias dos gêneros hegemônicos. Miranda e Chevitarese (2019) analisaram o discurso de moda a partir do diálogo teórico com o discurso de poder de Foucault e a sociologia do desvio de Becker (2008), em que o elemento saia, de uso exclusivo de mulheres, definiria o gênero dos indivíduos em feminino. O estudo analisou a imagem de 20 homens que usam saia no seu cotidiano, verificando que os entrevistados eram considerados desviantes por romperem com os códigos de vestir do gênero masculino, pois a saia é uma peça considerada socialmente feminina, representando fragilidade e submissão, em oposição à identidade masculina, representada pela força e o poder. As autoras, contudo, identificaram que quando as saias utilizadas pelos entrevistados tinham um novo significado, a liberdade de vestir a roupa que desejar, independente do gênero, as indumentárias possuíam cores e formas que eram associados ao universo masculino, assim como as poses dos homens nas fotos.

Arcoverde (2015) problematizou as construções das identidades de gênero por intermédio da moda e sua ligação com à lógica binária dos gêneros hegemônicos. Como exemplo, calças sendo

peças exclusivas do guarda-roupa masculino, enquanto saias e vestidos são peças exclusivas de uso feminino. O estudo afirma que as roupas validam as normas binárias de gênero impostas pela sociedade, mantendo restrições a quebra dos códigos de vestir dos gêneros femininos e masculinos. A autora identificou um aumento no número de estilistas, nacionais e internacionais, que rompem com esses códigos de vestir, apresentando em seus desfiles modelos masculinos trajando saias e/ou vestidos, compostas por transparências, cores vivas e formas variadas, signos restritos socialmente ao universo feminino. Esse movimento acaba por tornar a moda, por intermédio das roupas, elemento importante para desconstrução da estrutura binária de gênero, principalmente no que tange ao gênero masculino.

Oliveira (2019) analisou o modo como profissionais da imprensa carioca, no início de século XX, representavam nas revistas a relação entre o vestuário e o comportamento social feminino. O estudo identificou que os ilustradores das revistas representavam as normas sociais de uma sociedade patriarcal e, dessa forma, retratavam de forma caricata as mulheres emancipadas da tutela masculina com ilustrações de suas vestimentas, validando os conflitos existentes não só entre os gêneros, mas também entre as classes e de raça. Os novos modos de vestir das mulheres, com o uso de signos masculinos, a exemplo dos coletes, gravatas e chapéus, afirmavam a identidade feminina de mulher emancipada, que era oposta ao ideal social feminino de fragilidade, beleza e submissão ao gênero masculino. Portanto, ao tensionar essas normas e papéis sociais da época, essas mulheres tornavam-se alvos de preconceito e discriminação pela sociedade.

Moda na mídia: representatividade ou comercialização?

Essa categoria é composta por estudos que discutem sobre o papel da mídia na difusão da moda na sociedade, seja na desconstrução de identidades de gênero hegemônicas ou na propagação comercial de produtos disfarçados de representantes de uma demanda social. Keller e Araújo (2015) estudam as formas que as campanhas e editoriais de moda contemporânea e vanguarda utilizam os discursos da quebra de paradigmas dos gêneros hegemônicos para a comercialização e consumo de roupas e estilos. Identificou-se que a moda contemporânea, ao representar o rompimento das normas de gênero, disfarça os discursos estereotipados e preconceituosos presentes na sociedade. A moda vanguarda, desenvolvida por estilistas e marcas independentes, propõe uma ruptura na relação dos sujeitos com suas identidades e formas de consumo. Utilizando campanhas e editoriais de moda para desconstruir principalmente as identidades masculinas, por se tratar de uma identidade de gênero hegemônica, rompe com seus

códigos de vestir; tem a compreensão relativa aos valores associados a estética dos corpos femininos e masculinos, fortalecendo a diversidade das identidades de gênero.

Carvalho e Filho (2019) analisaram o papel da publicidade de moda das marcas Renner e Riachuelo na construção de produtos audiovisuais capazes de contribuir na luta por mudanças na representação de identidades hegemônicas. O estudo identificou que as campanhas publicitárias de moda não representam a diversidade das identidades, sendo constantemente vinculado em suas propagandas o perfil da identidade étnico-racial branca, do gênero masculino e heterossexual, pois com esse perfil hegemônico em suas campanhas a marca desfrutará de um maior prestígio e visibilidade entre os indivíduos. Os autores identificaram que as campanhas publicitárias do dia dos namorados ao representar a diversidade entre casais, as marcas Renner e Riachuelo apresentaram propagandas com indivíduos de gênero hegemônicos, cujos casais homossexuais demonstravam o afeto de forma velada, enquanto os casais heterossexuais demonstravam carinho de forma explícita, portanto essas publicidades de moda não representam a diversidade das identidades, nem suas demandas, apenas se afirmam como uma moda diversa para ampliar o perfil do público que as consomem.

França e Santos (2019) discutem os modos que a androgenia, com seus questionamentos sobre as normas sociais dos gêneros femininos e masculinos foram materializadas nos editoriais de moda da revista Pop, em 1973. Para os autores, a revista Pop apresentou ao público jovem o movimento andrógono, sendo uma tendência artística do Glam Rock, afirmando aos jovens consumidores que a inversão dos códigos de vestir, digam-se homens vestindo blusas justas e curtas, ou calças mais justas ao corpo, significava ser moderno, e assim diferenciar-se do restante dos indivíduos. Entretanto, o conceito de androgenia era o rompimento das normas e papéis sociais impostos às mulheres e aos homens e mulheres. Sendo assim, a moda não representou a demanda social, ou abordou as desigualdades e tensões entre os gêneros, ela remodelou e ressignificou as relações sociais vigentes com o interesse de comercialização das roupas apresentadas no editorial.

Referente às discussões presentes nas categorias temáticas, de um modo geral, foi identificado que a moda se relaciona de três formas com as identidades de gênero: normalizando a associação do gênero dos indivíduos ao sexo biológico, por intermédio dos códigos de vestir em consonância com os gêneros femininos e masculinos; utilização das roupas como elementos de rupturas das normas binárias de gênero; utilizando a mídia para propagar e comercializar produtos, com um falso viés de quebra de paradigmas e representação da diversidade das identidades dos indivíduos, porém divulgando produtos com identidades de gênero estereotipadas.

Esses resultados evidenciam que a moda e as roupas, por intermédio dos códigos de vestir, agenciam a divisão e normatização dos comportamentos dos gêneros femininos e masculinos seguindo a lógica binária da sociedade ocidental, pois ao vestir os corpos a roupa comunica à sociedade de forma não-verbal o gênero daqueles indivíduos (Arcoverde, 2015).

Contudo, apesar de todas as mudanças e transformações ocorridas nos papéis femininos e masculinos e suas relações sociais, a sociedade ainda tende a fiscalizar os comportamentos e vestimentas das mulheres, condicionando os signos de elegância, beleza, passividade e educação a postura de uma boa moça (Muller & Schmidt, 2018). Enquanto os homens buscam a liberdade de usar saias, com o discurso de equilíbrio entre os gêneros femininos e masculinos, rompendo com os códigos de vestir do gênero masculino. Entretanto, no resultado da pesquisa não foi identificado uma desconstrução do gênero hegemônico masculino, pois as cores das peças continuam sóbrias, as formas da saia são retas e os comportamentos dos participantes ao serem fotografados usando as saias ainda validam sua heterossexualidade e o papel social masculino de força e virilidade (Miranda, Casotti, & Chevitarese, 2019).

Portanto, apesar das roupas traduzirem as subjetividades dos corpos, construindo e expressando as identidades dos indivíduos, esses corpos só se tornam inteligíveis para a sociedade quando vestidos de acordo com as normas sociais de gênero, representando uma identidade de gênero padrão para socialização nos espaços públicos (Oliveira, 2019). Porém, quando os sujeitos afirmam suas identidades de gênero, que não estão conforme o seu sexo biológico, por intermédio de comportamentos ou vestimentas divergentes da norma social dos gêneros hegemônicos, eles tornam-se vítimas de vários tipos de violência, podendo ser exclusão de uma ambiente social, preconceito e discriminação (Jesus & Marteli, 2017; Muller & Schimidt, 2018; Pires & Schemes, 2019).

Sendo relevante a divulgação e representação de comportamentos além dos comportamentos binários de gênero, favorecendo a normalização de múltiplas identidades, diminuindo a marginalização e estigmatização de indivíduos com identidades que não correspondem as normas de gênero hegemônicas (Miranda & Chevitarese, 2019). Portanto, a desconstrução dos códigos de vestir de mulheres e homens também se torna importante na normalização de identidades de gênero diversas, pois a roupa é um elemento que expressa as identidades de gênero (Jesus, Almeida, & Gomes, 2013; Pires & Schemes, 2019). Quando os indivíduos não se identificam com o gênero designado ao seu nascimento, expressam o gênero que se identificam utilizando vestimentas, adornos, perucas, enchimentos, ou até mesmo intervenções cirúrgicas (Oliveira, 2019).

Conclusões

Constatou-se nesta pesquisa que a moda desenvolve produtos para serem consumidos por indivíduos com objetivos de se diferenciarem socialmente de outros indivíduos, sem se preocuparem em saber sobre as lutas ou discursos que suas vestes representam. Não há uma preocupação em representar as diversas identidades e orientações presentes na comunidade LGBTQIA+, a moda apenas se apropria das lutas e demandas dessas identidades e transforma em comercialização de artigos, apresentando ao público identidades estereotipadas da diversidade de gênero que são aceitas socialmente.

Observa-se como fator limitante desta revisão a busca por publicações ter sido realizada unicamente em bases de dados nacionais, sendo importante uma maior amplitude na exploração dessa questão. Ressalta-se que esse estudo foi importante para identificar a relação da moda com as identidades de gênero. Mesmo frente a escassez de publicações acadêmicas, abordando a temática identidade de gênero, foi possível atender ao objetivo do estudo. Acredita-se que é importante dar continuidade a essa análise, por meio de outras revisões incluindo base de dados internacionais.

Assim, esse estudo é relevante para a área da moda e dos estudos de gênero, pois se observa que a roupa é apresentada como um elemento importante na inteligibilidade dos corpos dos indivíduos perante a sociedade, cujos corpos e os papéis de gênero são divididos em concordância com a binaridade de gênero; portanto as roupas ao vestir os corpos tornam-se demarcadores da sexualidade (Oliveira, 2019). Dessa forma, a moda, por meio da estética e das vestimentas, cria signos que repercutem e estruturam os padrões hegemônicos de gênero feminino (Panamby, 2015).

Sugerem-se estudos na área da psicologia, considerando os sentimentos de prazer e de bem-estar causados nos indivíduos trans quando vestidos de acordo com os gêneros que se identificam. É uma forma de alternar com os estudos acadêmicos relacionados aos indivíduos transgêneros, que são associados a patologias, HIV/Aids e violência.

Referências

- Arcoverde, M. (2014). Moda: tecendo outras possibilidades na construção das identidades de gênero. *Revista Periódica*, 1(2), 263-276.
- Bardin, L. (2021). *Análise de conteúdo*. 4ª edição. Edições 70.

- Barreto, C.(2015). *Moda e aparência como ativismo político: notas introdutórias*. (Trabalho apresentado no XI Encontro de estudos multidisciplinares em cultura). Salvador, BA.
- Bento, B. (2008). *O que é transexualidade*. São Paulo: Brasiliense.
- Butler, J. P. (2003) *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Carvalho, L., & Lisboa Filho, F. F. (2019). Representações LGBTQIA+ e estudos culturais: invisibilidades da diversidade de gênero em audiovisuais publicitários de moda. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, 13(3).
- Jesus, A. J. B., & Martelli, A. C.(2017) “Afeminada”: a construção da identidade de sujeitos. *Travessias*, 11(1), 24-38.
- de Jesus, J. G. (2012). *Orientações sobre identidade de gênero: conceitos e termos. Guia técnico sobre pessoas transexuais, travestis e demais transgêneros, para formadores de opinião*. Brasília, DF: Autor.
- Miranda, A. P., Casotti, L. M., & Chevitarese, L. P. (2019). Saia de homem como discurso de poder. *dObra [s]: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, 12(26), 150-166.
- Portela, A., & Brandão, L. (2008). Corpos metamórficos para vestir. *Gênero e Tecnologias, Tecnologias de Gênero: estudos, pesquisas e poéticas interdisciplinares*, 61-66.
- Oliveira, C. M. D. S. (2019). Rendas e Gravatas: moda, identidade e gênero na Imprensa Ilustrada carioca, 1900-1914. *Maracanan*, (20), 292-309.
- Silva, C. N., Almeida, F. Q., & Gomes, I. M. (2013). Imagens da mulher na revista Vida Capichaba (1940-1949). *Movimento (ESEFID/UFRGS)*, 19(2), 227-249.
- França, M. S., & dos Santos, M. R. (2019). Juventude “transada”: tensionamentos das normativas de gênero na moda promovida pela revista Pop (anos 1970). *dObra [s]—revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, 12(27), 123-146.
- Hohendoff, J. V.(2014). Como escrever um artigo de revisão de literatura. In Koller, S. H., Couto, M. C. P. P., & Hohendoff, J. V.(Org.), *Manual de produção científica [recurso eletrônico]*(pp.39-54).-Dados eletrônicos.- Porto Alegre: Penso.
- Kastilho, K. (2009). *Moda e linguagem*. São Paulo: Anhembi Morumbi.
- Keller, D., & de Araújo, D. C. (2015). Estéticas de vanguarda na moda masculina: o verniz da transgressão e a complexidade da quebra de paradigmas. *Strategic Design Research Journal*, 8(3).
- Lipovestsky, G.(2009). *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Companhia das Letras.
- Muller, J. W., & Schmidt, S. P. (2018). O manual da boa moça: reflexões sobre o comportamento feminino nos anos dourados e na contemporaneidade. *Revista Ártemis*, 25(1), 113.
- Oliveira, C. M. D. S. (2019). Rendas e Gravatas: moda, identidade e gênero na Imprensa Ilustrada carioca, 1900-1914. *Maracanan*, (20), 292-309.
- Panamby, S. (2015). (H)á pele: textos, tecidos e encarnações em tempos de sexopolítica. In B. F. Pires, C. G. Vicentini, & S. Avelar (Orgs.), *Moda, vestimenta, corpo*. Estação das Letras e Cores.
- Pires, M. R. (2019). Rupturas do vestir: uma análise de “Vestido Nuevo” e a formação da identidade de gênero na infância. *ModaPalavra e-periódico*, 12(25), 61-100.

- Portela, A., & Brandão, L. (2008). Corpos metamórficos para vestir. *Gênero e Tecnologias, Tecnologias de Gênero: estudos, pesquisas e poéticas interdisciplinares*, 61-66.
- Scott, J. (1995). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & realidade*, 20(2). Souza & Costa, (2015)
- Souza, M. B. D., & Costa, J. P. R. (2016). Mulheres Transexuais: quando se tornar mulher é um desafio. *Seminário Nacional Demandas Sociais e Políticas Públicas na Sociedade Contemporânea*.
- UOL. (2020, October 19). Engenheiro bomba nas redes por compartilhar looks de saia e salto alto [19/10/2020]. [Versão Electrónica] Notícias.uol.com.br. <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2020/10/19/homem-saia-salto-alto-roupas-alemanha.htm>
- Wilson, E. (1985). *Enfeitada de sonhos*. Edições 70.

FASHION AND GENDER IDENTITY: INTEGRATIVE REVIEW OF BRAZILIAN PRODUCTION

Abstract

This integrative review study aimed to analyze the relationships between fashion and gender identities in Brazilian scientific literature. A search for articles published between 2010 and 2021 was carried out in the BVS-Psi, LILACS, Capes, EBSCO and Oasisbr databases. The descriptors used were fashion, clothing, gender expression and gender identity, resulting in 124 publications. After applying the inclusion and exclusion criteria, 10 articles were selected and analyzed. The results showed predominance in studies that deal with fashion and gender binarity, ruptures in dress norms and fashion media. It is concluded that there are few publications that address the relationship of fashion in the representation and strengthening of LGBTQIA+ identities.

Keywords: Fashion; Clothing; Gender identity; Integrative review.