

O BORDADO NA VESTIMENTA AGÊNERO ¹

The embroidery in apparel genderless²

Carnielli, Julia Vidal; Bacharel; Centro Universitário Senac Santo Amaro, juliavidal_carnielli@hotmail.com³

Resumo: O presente estudo voltou-se para a ruptura de identidade de gênero por meio de vestes bordadas. A metodologia compreendeu a análise midiática de perfis do Instagram, uma pesquisa exploratória por meio de entrevistas, com fundamentação teórica nas filósofas Judith Butler e Gilda de Mello e Souza, bem como, na historiadora Anne Hollander. A pesquisa foi aplicada no desenvolvimento de um perfil de Instagram e de um site voltados para a moda agênero da marca Sou Bordô, a qual produz bordados em peças e acessórios.

Palavras chave: Moda; Bordado; Agênero;

Abstract: The study proposes a rupture of the gender identity of the clothes and the rescue of the art of embroidery applied to the garment. The methodology comprised media analysis through Instagram profiles, a qualitative research through interviews and the theoretical basis will be based on the philosophers Judith Butler and Gilda de Mello e Souza, as the historian Anne Hollander. At the end, developed an Instagram profile and a website focused on the genderless fashion of the Sou Bordô brand.

Keywords: Fashion; Embroidery; Genderless;

Introdução

O corpo é uma vitrine que exhibe uma imagem carregada de signos moldados pela cultura, tempo e espaço ao qual está inserido, por este motivo a modelagem, tecido e tonalidade se diferenciam na cultura ocidental, sendo a roupa, dita como feminina, diferente da masculina. A vestimenta da primeira historicamente sempre foi ornamentada, enquanto a do segundo perdeu essa ornamentação ao longo das épocas. Uma dessas ornamentações que serão aqui expostas é o bordado, técnica têxtil anteriormente muito valorizada, que perdeu seu valor e apresentou um apagamento de seu uso na vestimenta masculina eurocêntrica. Uma vez que o gênero é

¹ Este estudo foi desenvolvido para o Trabalho de Conclusão de Curso do Bacharelado em Design de Moda.

² This study was developed for the Bachelor's Degree In Fashion Design Course.

³ Graduada em 2021 pelo Centro Universitário Senac Santo Amaro, participou durante a graduação de diferentes grupos acadêmicos dentre eles o de Extensão Universitária e o de Iniciação Científica. Atualmente é Assistente de Estilo em uma grande varejista no Brasil, colaborando com todo o processo de desenvolvimento do produto, desde pesquisa à produção.

culturalmente construído (BUTLER, 2003, p.24), este ornamento passa a ser frívolo e associado à delicadeza, não condizente com o ideal de masculinidade aceito socialmente.

Quanto ao gênero, este passou a ser relevante, quando a vestimenta tornou-se uma preocupação entre as classes, sendo as peças investimentos que visavam ressaltar a beleza e as formas de cada corpo, bem como, comunicar sobre o indivíduo que a usava, conferindo a este uma forma, cor e material diferente (SOUZA, 2019, p.69). A partir desse momento, o “ser homem” e o “ser mulher” se evidenciaram em decorrência da realidade social e não da anatomia humana dos corpos.

A metodologia deste trabalho consistiu em análises midiáticas de marcas que estão propondo a retomada do bordado na vestimenta e que propõem uma moda agênero. Também foi desenvolvida uma pesquisa exploratória que buscou compreender a relação entre o bordado e o universo de cada gênero. Através das informações obtidas, foi desenvolvido um Instagram e um site para a marca Sou Bordô para expor peças adornadas com o bordado manual e com uma modelagem pertencente ao universo agênero.

O bordado

A técnica de decorar um tecido utilizando linha e agulha, de forma manual ou através de uma máquina, é conhecida como bordado. Essa ornamentação pode ser apresentada de diferentes maneiras, sendo as três principais: os bordados baseados na textura, os bordados baseados no risco e os bordados em pedraria. A técnica existe há séculos na história da humanidade, sabe-se que desde os povos antigos ela é utilizada para ornamentação das peças.

Essa ornamentação pode ser observada em diferentes períodos da história, no Brasil, o bordado e outras técnicas têxteis foram trazidas pelos portugueses com o intuito de “sobrepôr” o conhecimento dos povos nativos (QUEIROZ, 2011 apud SOUZA, 2012):

A manipulação de fibras têxteis já era uma prática explorada pelos habitantes nativos no Brasil pré-colonial, que utilizavam fios de algodão, entre outras fibras de origem vegetal, para confeccionar vestimentas e variados tipos de acessórios e artefatos (ABREU; BENINI, 2016 apud PEREIRA e TRINCHÃO, 2020).



Com isso, a técnica passada de forma oral acabou se fundindo em diversas culturas, hibridizando os conhecimentos de diferentes povos. O bordado, por muito tempo, fez parte da formação feminina, era visto como indispensável no aprendizado dos afazeres domésticos (SANTOS, 2018, p.10).

As meninas que não conseguissem realizar um bordado a partir de tais premissas eram criticadas pela sua falta de habilidade manual refletindo em uma ausência das características atribuídas ao ideal de feminilidade da época. Em um bordado limpo e perfeito, a mão da bordadeira era imperceptível, o anverso e avesso do tecido eram praticamente o mesmo, e não havia qualquer linha solta ou frouxa (PEREIRA e TRINCHÃO, 2020, p.24).

Diferentemente, no universo masculino há poucos registros de homens bordadeiros, uma vez que a educação deles era voltada ao desenvolvimento do intelecto, visando o trabalho na esfera pública, desvinculando-se do ambiente doméstico.

Dessa forma, a arte de bordar um tecido com linha e agulha permeia a história de cada gênero de formas diferentes. A ornamentação de peças com o bordado está ligada à história feminina e a sua educação nos séculos XIX e XX, ao contrário do gênero masculino, o qual não tinha esse fazer atrelado a sua rotina e formação social. Este ofício foi muito desvalorizado por não ser relacionado ao intelecto e sim à manualidade e, portanto, não foi considerado uma arte desenvolvida por artistas mas por artesãos.

Apesar do afastamento, ao longo da história, do público masculino de atividades do universo artesanal como o bordado, nas últimas décadas, observa-se uma reversão da prática deste ofício como sendo exclusivamente feminino.

Gênero e Moda

A estrutura social da divisão de gênero por dois existe em decorrência da associação mimética ao sexo, conforme Judith Butler explica em seu livro “Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade”, a possibilidade da existência de uma pluralidade de gêneros é restringida pela cultura e sociedade.

Se o gênero são os significados culturais assumidos pelo corpo sexuado, não se pode dizer que ele decorra, de um sexo desta ou daquela maneira. Levada a seu limite lógico, a



distinção sexo/gênero sugere uma descontinuidade radical entre corpos sexuados e gêneros culturalmente construídos. Supondo por um momento a estabilidade do sexo binário, não decorre daí que a construção de “homens” aplique-se exclusivamente a corpos masculinos, ou que o termo “mulheres” interprete somente corpos femininos (BUTLER,2003, p.22).

Um dos significados culturais que se relacionam ao gênero é a vestimenta, que manifesta diferentes imagens e signos conforme o corpo que a usa. “O gênero adquire vida através das roupas que compõem o corpo, dos gestos, dos olhares, ou seja, de uma estilística definida como apropriada” (BENTO, 2011, p.553 *apud* BARROS, 2019, p.3).

A diferenciação do gênero pela vestimenta tornou-se mais evidente da forma que conhecemos a partir do século XIX, entretanto, a moda desde seu princípio retratou a sexualidade através da forma, expondo o corpo feminino e masculino por meio do vestir. Assim, a moda age de forma invisível, atuando no campo da psique do indivíduo de forma a traçar uma “trajetória linear e subjetiva através do tempo” (HOLLANDER, 1996, p. 54). Nesse contexto, observa-se que em toda sociedade há uma ação que conduz “[...] ao poder absoluto da maioria, a não mais pensar, à negação da liberdade intelectual” (TOCQUEVILLE, p.18-19 *apud* LIPOVETSKY, 2008, p.261). Sendo assim, por meio da naturalização a moda é seguida e reproduzida inconscientemente.

Como observado, historicamente o gênero se divide em dois, porém, eles não são equivalentes, dado que, as bases sociais foram consolidadas em uma ideologia machista e patriarcal, a visão de superioridade se voltou aos homens e, conseqüentemente, às suas relações de poder. A exemplo, têm-se os princípios que governam a vestimenta do homem pelo “Princípio da Hierarquia” e da mulher pelo “Princípio da Sedução” (BARNARD, 2003, p.88).

Análises Midiáticas de Marcas

Na contemporaneidade, o bordado retorna como ornamento nas vestes, a exemplo, têm-se a marca do estilista João Pimenta, a marca Isabela Capeto e a Farm. Ao analisar a marca João Pimenta, percebe-se que em suas criações comerciais o bordado aparece pouco, encontra-se a ornamentação somente em peças de alfaiataria⁴ masculina, demonstrando que suas produções de passarela não são traduzidas com proximidade para suas criações comerciais. Por outro lado, a marca Isabela Capeto, apresenta coleções⁵ voltadas ao público feminino e trás peças conceituais

⁴ Disponível em: <https://joaopimenta.site/?colecacao=spfw-43>, 2021

⁵ Disponível em: <https://www.isabelacapeto.com.br/roupas>, 2021

similares às comerciais, ambas são coloridas, estampadas e apresentam bordados. Em 2017, a Farm fez uma parceria com o Clube do Bordado⁶ resultando em uma coleção de jeans para o público feminino com bordados feitos à mão. A coleção tinha como objetivo traduzir a “garota farm”, resgatando uma técnica ancestral, bordando histórias, memórias e afeto.

A exemplo da moda agênero, foram estudadas algumas marcas brasileiras como a marca Cë juntos e a Urbelico. Ao analisar todas as peças da primeira marca percebe-se que as modelagens são amplas e retas e na maioria das peças diferentes tons lisos são utilizados, sendo as peças estampadas vistas em menor quantidade⁷. A segunda marca, produz apenas camisas e shorts em diferentes cores lisas, porém, com a mesma modelagem⁸.

Ao investigar o feed do Instagram dessas duas marcas, percebe-se que a moda agênero é um fenômeno recente, pois, percebemos que, apesar de serem destinadas a qualquer público, há uma incidência maior de fotos com o público masculino na Cë, enquanto, na Urbelico o público feminino aparece mais. Em relação a diversidade de cores e estampas, ambas utilizam diversas tonalidades, porém lisas. Tanto a Cë, como a Urbelico não produzem uma variedade de peças estampadas ou com interferências têxteis.

Pesquisa Exploratória: Bordado e agênero

A fim de compreender como as pessoas enxergam o uso de peças agêneros bordadas, foi realizada uma pesquisa exploratória, na qual os participantes foram questionados sobre o interesse do uso da roupa agênero, o uso de peças estampadas através do bordado e qual o tipo de estampa agradaria mais cada usuário, bem como, a opinião deles sobre a divisão da roupa feminina e masculina, totalizando seis perguntas específicas acerca do tema.

Adquiriu-se um total de 202 respostas, entre os dias 29/04/2021-06/05/2021, obtendo respostas de 73,3% usuários femininos (148 indivíduos que se identificam com o gênero feminino), de 25,2% masculinos (51 indivíduos que se identificam com o gênero masculino) e 1,5% não binário (3 indivíduos que não se identificam com a binaridade de gênero).

⁶ Disponível em: <https://clubedobordado.com.br/portfolio/farm-e/>, 2021

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/cejuntos/>, 2021

⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/urbelico/>, 2021

A faixa etária que apresentou maior número de respostas dos usuários foi a de 15 a 25 anos, do total de 108 participantes, seguido dos usuários de 56 anos ou mais com 31 participantes.

Os resultados demonstraram que a roupa agênero e a vestimenta bordada, em sua maioria, são aceitas em diferentes gerações por diferentes pessoas, indicando que o entendimento e questionamento acerca da divisão binária de gênero na vestimenta se faz presente na atualidade. Concluiu-se que uma peça com estampa bordada seria muito bem aceita, desde que a estampa fosse minimalista, abstrata, neutra ou colorida.

Marca Sou Bordô

Sou bordô é uma marca slow fashion agênero brasileira, idealizada pela autora do presente trabalho, visando o resgate da técnica ancestral do bordado, aplicando-a em itens duráveis carregados de sentimentos e histórias. A marca resgata a ancestralidade da técnica manual do bordado aplicado à vestimenta agênero com a técnica de construção upcycling, unindo o antigo ao contemporâneo, buscando romper com estereótipos sociais. O projeto se consolidou por meio de plataformas digitais, através da reformulação do Instagram @sou.bordo⁹ e a criação de um site¹⁰. A partir deles, a Sou Bordô ganhou uma vitrine e espaço de venda online, objetivando disseminar a arte do bordado manual, bem como, o da moda sem uma divisão de gênero.

Figura 1: Publicações no Instagram da Sou Bordô



Fonte: <https://www.instagram.com/sou.bordo/>, 2021

⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/sou.bordo/?hl=pt-br>, 2021

¹⁰ Disponível em: <https://soubordo.wixsite.com/website>, 2021

Considerações finais

Por meio da fundamentação teórica em Judith Butler, Gilda de Mello e Souza e Anne Hollander, pode-se compreender a história da indumentária e a diferenciação entre o guarda-roupa feminino e masculino, bem como, as relações de gênero e poder estabelecidos na sociedade ocidental.

Através de análises das peças produzidas pelas marcas Cë e Urbelico, foi possível entender um recorte do universo da moda agênero no mercado, observando que em nenhuma delas estampas ou interferências têxteis são observadas. Ao analisarmos as marcas que utilizam o bordado como João Pimenta, Isabela Capeto e Farm, percebemos que a técnica manual pode ser empregada de diferentes formas, sendo uma interferência minimalista ou maximalista.

Os resultados obtidos decorrentes da pesquisa exploratória, foram de suma importância para o desenvolvimento desse projeto, evidenciando o gosto da maioria dos participantes por peças agêneros bordadas, que fossem minimalistas, abstratas, coloridas ou neutras.

A ruptura de gênero na vestimenta proposta no trabalho se deu através de peças que contemplassem modelagens do universo considerado feminino e masculino, bem como, a utilização do bordado. A técnica utilizada no desenvolvimento das peças foi o Upcycling, objetivando o aumento da vida útil de itens que seriam descartados, criando peças únicas e exclusivas.

Ao propor uma marca sustentável e agênero, a Sou Bordô atende quatro objetivos de desenvolvimento sustentável sendo os seguintes tópicos: 5 *Igualdade de Gênero*, ao ser uma empresa construída por mulheres com itens para todos os gêneros; 8 *Trabalho decente e crescimento econômico*, ao se consolidar como uma marca slow fashion que defende e pratica um trabalho justo e decente para todos os envolvidos; 10 *Redução da desigualdade*, promovendo a inclusão de diferentes corpos através de peças ajustáveis e agêneros e 12 *Consumo e produção responsáveis* ao optar pelo upcycling como técnica de construção de peças, assim como na transformação de itens do próprio cliente.

Dessa forma, a Sou Bordô assume o papel de criar para todos, sem distinção de gênero, preservando uma técnica ancestral, a do bordado manual. O diferencial se encontra na proposta em

fazer uma marca agênero que tenha em seus produtos interferências têxteis, cores e formas diversificados.

Referências

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

BARROS, Caio. **A expressão do código não-binário no negócio da moda carioca**: Um estudo sobre a narrativa fluida nos desfiles de moda agênero. 2019. 16 f. Projeto de Iniciação Científica, Universidade ESPM, Rio de Janeiro, Brasil, 2019. Disponível em: <https://www.academia.edu/40720861/A_EXPRESS%C3%83O_DO_C%C3%93DIGO_N%C3%83O_BIN%C3%81RIO_NO_NEG%C3%93CIO_DA_MODALIDADE_CARIÓCA_UM_ESTUDO_SOBRE_A_NARRATIVA_FLUIDA_NOS_DESFILES_DE_MODALIDADE_AG%C3%8ANERO>. Acesso em: 06 mar.2021.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: Feminismo e subversão da identidade. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas**: A evolução do traje moderno. Trad. Alexandre Tort. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: A moda e seu destino nas sociedades modernas. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

PEREIRA, Carolina N. e TRINCHÃO, Gláucia M.C. **O bordado como ferramenta educacional no Brasil entre os séculos XIX e XX**. 2021. 32 f. Revista história da educação, 2021. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/asphe/article/view/101244>>. Acesso em 04 abr.2021.

SANTOS, Elisa Mariana. **Entrelaçados socioculturais**: uma história crítica do bordado. 2018. 43 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Educação e Patrimônio Cultural e Artístico) —Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

SOUSA, Maisa Ferreira de. **O bordado como linguagem na arte/educação**. 2012. 41 f. Universidade de Brasília, Brasília, Brasil, 2012. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/4494/1/2012_MaisaFerreiradeSousa.pdf>. Acesso em 28 mar.2021.

SOUZA, Gilda de Mello. **O espírito das roupas**: A moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das letras, 2019.