

### 3 A representação social do andrógino

Serão discutidas, neste capítulo, as representações da androginia em diversos setores da cultura, com base em conceitos apresentados neste estudo, valendo-se de referências por meio de pesquisas científicas e, tomando a liberdade de apresentar referências não científicas, veiculadas em mídia massiva, uma vez que contribuem para a pedagogização, conforme Hoff (2008). O objetivo, contudo, é contribuir para a reflexão sobre a importância da representação da androginia por meio de setores culturais e destacar seu papel na atenuação de demarcações de gênero, perpassando a regulação social binária. Servirá, também, para refletir sobre como as referidas representações contribuem na construção do imaginário desse novo corpo, notadamente, pela maneira que são distribuídas.

De acordo com Kellner (2001), há uma cultura difundida pela mídia capaz de modelar opiniões e comportamentos sociais, apta a fornecer material para a construção de identidades. Diferentemente do passado, a identidade do indivíduo não pode ser considerada unificada, assim como acontecia ao “sujeito do Iluminismo” (HALL, 2002, p.10), tampouco formatada somente com base em relações sociais, pois o sujeito pós-moderno encontra-se fragmentado, fluido, podendo assumir posições contraditórias e ambíguas ao longo de sua trajetória. A imagem andrógina, muitas vezes, perturba e confunde a compreensão de gênero pautada no binarismo, podendo, até, aturdir quem a observa, provocando desconforto ao pensamento de sujeira (DOUGLAS, 1976 [1966]). Nesse processo de confusão e, por que não, hipoteticamente, de medo, de fascínio, pode tornar-se também sedutor aos olhos. Algo com um apelo tão grande, podendo ser observado na publicidade com fins mercadológicos, tornando-se relevante descobrir e explorar seu potencial e significado.

A história de vida de indivíduos, embora seja singular, não é um processo interno independentemente da sociedade, pois o social também constitui o subjetivo. A sociedade contemporânea caracterizada pela predominância das tecnologias da informação, pelo questionamento da ascendência da cultura superior, na qual o conhecimento científico é só mais um tipo de conhecimento, determina

modos específicos de subjetivação que são próprios dessa época (Hall, 2006). Tendo em vista o caráter ambivalente e movediço de identidades, quando se trata de uma definição conceitual do fenômeno, o desafio é de que maneira compreender e explicar os processos relacionais envolvidos no que tem sido a ênfase à diferença entre grupos, e, por consequência, estão comprometidos por assimetrias de poder diante do caráter intangível de identidade. Esse enfoque nos aproxima de indivíduos e de como eles se veem e são vistos socialmente, das questões que tornam relevantes os sentidos de identificação, de classificação (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2013 [1979]) e distinção (BOURDIEU, 2015 [1979]), bem como de instituições e de referências explícitas ou implícitas que sustentam as fronteiras sociais físicas e imaginárias entre os grupos.

A androginia não se restringe ao comportamento ou orientação sexual. É muito mais um conjunto de fatores que afetam várias instâncias físicas, incluindo, também, o corpo e o pensamento. Pode ser manifestada na forma de vestir, nos gestos, na rotina diária, na relação com as pessoas, no que se lê, ao que se assiste ou na música que se escuta. Segundo Singer (1990 [1976], p. 28), “a androginia refere-se a uma maneira específica de unir os aspectos masculinos e femininos em um único ser humano”, seja em hábitos e costumes sociais, na moral ou na percepção de milhares de pessoas que buscam como expandir a consciência de si e do mundo em que vivem (FRANÇA, 2016).

Raramente a androginia emerge no plano cognitivo ou perceptivo e, se o faz, geralmente é reprimida, por duas questões: primeiramente, por ser um estado de consciência muito distante do comum, podendo ameaçar o estado de equilíbrio do indivíduo (DOUGLAS, 1976 [1966]). Segundo, porque coloca em xeque diversos pressupostos acerca da identidade enquanto homem e mulher, ameaçando a segurança do próprio “eu” (SINGER, 1990 [1976]). A maioria dos indivíduos se inclui no segundo ponto, devido às atitudes convencionais diante do sexo (virilidade e feminidade) e em relação ao gênero (masculinidade e feminilidade).

### 3.1 A androginia

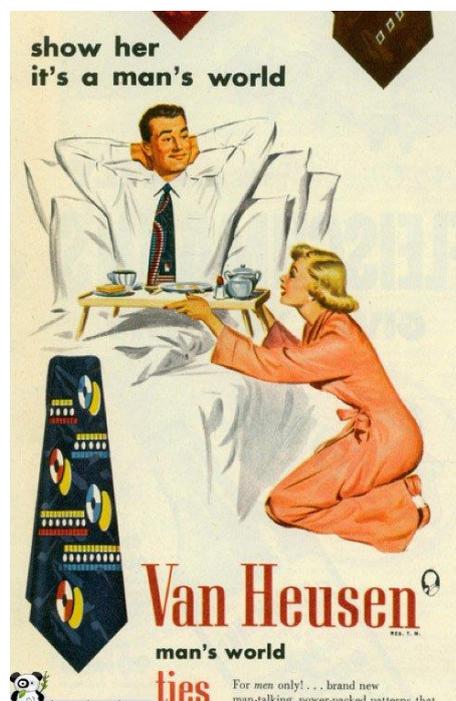
Segundo Singer (1990 [1976]), nossas principais instituições fora do lar são concebidas e reguladas na perspectiva de homens, com base em princípios definidos como “masculinos”. Para a autora, porém, “é a androginia que corresponde mais fielmente ao arquétipo norteador do ser humano” (SINGER, 1990 [1976], p.28). A referência adotada por ela deriva do argumento de que a androginia, capaz de unir os aspectos “masculinos” e “femininos” em um mesmo indivíduo, contribui e expande a consciência que o indivíduo tem de si mesmo e do contexto social em que vive. A conclusão assumida pela autora seria uma alternativa contra a regulação social imposta, “insuportavelmente tendenciosa e unilateral” (SINGER, 1990 [1976], p.28).

O movimento feminista talvez tenha sido o primeiro marco decisivo em direção ao reconhecimento do sujeito andrógino e na inserção de mulheres em posições protagonistas. Essa atuação decisiva significou, adicionalmente, uma redefinição do poder político e da maneira de entender a política ao redirecionar espaços e ocupantes deles tanto na esfera privada como doméstica. A força desse movimento revolucionou a forma de entender a política e o poder, de questionar o conteúdo formal que se atribuía ao predomínio atávico e as formas pelas quais fora, até ali, exercido. Na década de 1960, a imagem da mulher ainda era, basicamente, a de “rainha do lar”. Esse modelo delegou aos homens ascendência sobre as mulheres e, em consequência, era atribuída ao sexo feminino a responsabilidade sobre a felicidade do lar, que poderia ser mensurado pelo grau de bem-estar do marido e dos filhos. A publicidade definia as mulheres como românticas, sonhadoras, passivas, doces e sensíveis, sendo um instrumento bastante eficaz, pois naquele momento, requeria do sexo feminino sacrifício, doação e fidelidade (KOSS, 2000).

O papel do homem e da mulher na sociedade foi, durante séculos, representado em nome de diferenças nítidas entre ambos, com base no sexo biológico. Essa predestinação chancelada socialmente sedimentou a relação entre opressor e oprimida como modelo de representações sociais regulados. Essa

construção social assimétrica - homens dominadores versus mulheres dominadas - estabelece-se e é retroalimentada pela família. É justamente o pátrio poder, com a dominação - pelo homem - de mulheres e crianças no âmbito familiar, que fundamentou as bases da sociedade contemporânea (BOURDIEU 2002; CASTELLS, 1999). Além disso, criou relações de gênero desiguais e propiciou a ligação do masculino com a ideia de comandar e do feminino com a de servir. A distinção entre os papéis masculinos e femininos, fundada no determinismo biológico, atribuiu ao homem as atividades associadas à esfera pública e, à mulher, a esfera doméstica circunscrita à casa e à família.

**FIGURA 1** – Anúncio para as gravatas Van Heussen (anos 1950)



Fonte: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2013/05/gravatas-van-heussen-anos-50.html>

Com o título "Mostre para ela que o mundo é dos homens" (tradução livre do autor), essa publicidade dos anos 1950 ilustra o papel da mulher naquela época, conforme descrita pelos autores (CASTELLS, 1999; KOSS, 2000; BOURDIEU 2002). O anúncio das gravatas Van Heussen era o exemplo peremptório de como a mulher deveria ser submissa ao companheiro. Todos os elementos, tanto os textuais como o imagético, representam o papel social subserviente da mulher naquele momento.

A imagem dela se difere da representação social do homem pela sua emoção amplificada e variada sendo, quase sempre, tímida e dócil. Seus marcadores são organizados em função da oposição entre esfera pública e privada, família/trabalho. Estruturam a organização da divisão entre a esfera produtiva externa e a esfera produtiva doméstica (GIDDENS, 2002).

**FIGURA 2** – Anúncio para marca Chanel (2015)



Fonte: <http://www.genderads.com/styled-12/photos-55/>

Contrapondo a referência anterior (FIG. 1), em relação às mudanças, na publicidade, das representações da mulher no século XXI, toma-se como exemplo o anúncio para a famosa marca francesa Chanel (FIG. 2), que revolucionou a moda, ao libertar as mulheres de seus corpetes e roupas apertadas, misturando o vestuário feminino com o masculino, de forma simples e elegante (MARTIN, 2012). Uma das questões interessantes acerca da androginia na publicidade é que ela parece desnortear o gênero tradicional, por meio da desconstrução do sistema binário: masculino ou feminino, heterossexual ou homossexual, macho ou fêmea, agressividade ou fragilidade, dentre outras ambiguidades e subjetividades. É como olhar para um rosto e ele estar em constante movimento, ora masculino, ora feminino. Os traços ora harmonizam-se, oram confundem-se, surgindo, então, uma espécie de “mistério andrógino”.

Singer (1990 [1976]), chama a atenção para a compreensão do que é androginia com base no que não é. Para a autora, “androginia não é hermafroditismo e não é bissexualidade, embora seja, às vezes, confundida com um ou com outro desses conceitos” (SINGER, 1990 [1976], p. 33). O hermafroditismo, segundo a autora, caracteriza-se pela anormalidade fisiológica, e a bissexualidade a uma condição psicológica. A autora ainda destaca que a androginia padece de confusão com a representação popular na arte e literatura, sendo equivocadamente aplicada a rapazes delicados ou mulheres com corpo e semblante de rapaz.

### 3.2

#### A representação da androginia na literatura, cinema e música

Apresentados como exemplos de representações da androginia nas artes, pode-se citar o poema épico *Ilíada*, de Homero (séc. IX a.C.) em que a androginia é ressaltada no mito de Tirésias. De acordo com o poema, Tirésias era um profeta de Tebas que havia atrapalhado um ato sexual entre duas cobras místicas, matando a cobra fêmea. Ao fazer isso, foi transformado imediatamente em uma mulher e assim permaneceu por sete anos – até que, em outro incidente semelhante, matou uma cobra macho – e voltou a ser homem.

Em *O Banquete* de Platão, com referência ao mito do andrógino (428-347 a.C.), a representação da androginia aparece como a união do masculino com o feminino, na qual a história é contada durante os debates sobre o que é amor. Para Singer (1990 [1976], p. 99), a androginia apresentada nessa obra explica, em abordagem sob ponto de vista psicológico, o porquê de os indivíduos parecerem precisar um do outro, de modo tal que superem as exigências da mera sexualidade ou reprodução, almejando o companheirismo ou o convívio social. A autora justifica sua interpretação exemplificando por meio de frases comuns, ditas por amantes, como “não existo sem você”, “sem você há algo faltando em mim” e “plenitude é ter você ao meu lado”, concluindo que tal união deveria também ser compreendida como uma relação simbiótica, de mútua dependência “[...] na qual cada um preenche certas necessidades”.

**FIGURA 3** – A representação do corpo andrógino na mitologia



Fonte: <http://eljineteinsomne2.blogspot.com.br/2015/11/>

Segundo a autora:

O arquétipo do Andrógino está no cerne de boa parte da angústia que rodeia o amor, e em especial está ligado à emoção do ciúme, em que se insinua o medo de sermos separados daquele ou daquela cuja presença é necessária para completar a nossa personalidade – cuja presença, na realidade, é necessária para a nossa existência. [...] O mito responde a perguntas que fazemos no âmago do nosso ser; e as responde com imagens arquetípicas provenientes de uma camada obscura do inconsciente coletivo. (SINGER, 1990 [1976], p. 99).

Em *Orlando*, (1928), o livro de Virginia Woolf, uma semibiografia, refere-se ao mito do andrógino, quando não deixa claro o sexo da protagonista que, posteriormente, ganhou a versão em filme (FIG. 4). A escritora revela no livro as ambiguidades da identidade feminina e masculina e suas relações com a condição humana, baseada em parte na vida da amiga íntima e amante de Woolf, Vita Sackville-West (WOLF, 1928).

**FIGURA 4** – Virgínia Wolf (esquerda) e Vita Sackville-West (1932)



Fonte: <https://falandoemliteratura.com/2016/07/29/resenha-orlando-de-virginia-woolf/>

No filme *Victor ou Victória?* (BLAKE EDWARDS, EUA, 1934), uma comédia musical, que posteriormente ganhou montagem de espetáculo para a Broadway, apresenta como protagonista, na versão original, a atriz Julie Andrews, no papel de Victoria Grant, que se faz passar por homem, o Conde Victor Grezhinski, que é um transformista (FIG. 5). A personagem de Julie é uma representação da androginia, ora com marcadores masculinos, ora com marcadores femininos (WOODWARD, 2000). Para Singer, no entanto, (1990 [1976]), “o andrógino não se sente confuso quanto à sua identidade sexual” (SINGER, 1990 [1976], p. 36). Segundo a autora, na mesma obra, o homem andrógino pode manifestar sua masculinidade de forma natural e espontânea, assim como a mulher andrógina. Em ambos os casos, porém, os andróginos não são propensos aos extremos.

**FIGURA 5** – Julie Andrews como Conde Victor Grezninski, em *Victor ou Victória?* (1982)



Fonte: <http://www.ladyhollywood.com.br/2017/04/a-volta-por-cima-de-julie-andrews-em.html>

A representação do andrógino também aparece no filme *Servindo em Silêncio* (JEEF BLECKNER, EUA, 1995), um drama, que conta a história de Margarethe Cammermeyer, interpretada por Glenn Close, uma enfermeira com patente de coronel, que tem a carreira e a vida particular tumultuada por, durante uma entrevista, ter admitido ser homossexual. A personagem, mesmo sendo uma mulher, que trabalha como enfermeira, apresenta marcadores masculinos, devido ao fato de trabalhar no exército e possuir alta patente.

Na literatura brasileira, como exemplo, Riobaldo e Diadorim, personagens de *Grande Sertão: veredas*, escrito por Guimarães Rosa (1956), representam tanto a aparente androginia quanto o amor homoafetivo. Na obra, Riobaldo narra a própria vida, desde a juventude, antes de virar jagunço. Diadorim, personagem-chave do romance, é tida como homem durante quase toda a narrativa. Apenas nas últimas páginas, depois da morte, quando o corpo é despido e lavado, descobre-se que se tratava de uma mulher.

Os indivíduos andróginos não consentem as repressões cifradas como traços de “masculinos” ou “femininos”, que a sociedade considera apropriados para cada sexo, predominarem, no intuito de permitir que o que havia sido reprimido possa

voltar a ser reintegrado à percepção e cognição conscientes (SINGER, 1990 [1976]). A androginia envolve uma fusão ou mutação de aparência física e vestuário que destrói qualquer representação de sexo biológico da pessoa, como presença ou ausência de pelos faciais ou cintura estreita em relação ao quadril. Pode ser por meio do corpo, da voz, dos gestos e das expressões que expressem “sintomas” ambíguos, fortemente presentes em diversas celebridades midiáticas e numerosos indivíduos comuns. Há uma “confusão” propositada entre uma aparência de homem e mulher, mesclando-se os traços masculinos e femininos (DAVIS, 1992).

O andrógino, no seu significado mais comum, é a pessoa que apresenta características físicas e/ou comportamento de ambos os sexos (SINGER, 1990 [1976]). Mas no sentido artístico identifica-se, também, na maneira de agir em frente às câmeras ou no palco para causar impacto, resistência e expressão crítica ao modelo binário normativo homem/mulher e, possivelmente, para impressionar o público. Seria inapropriado afirmar, porém, que todos os artistas andróginos se apropriem de tal representação apenas pela fama, tendo em vista as narrativas de alguns deles que defendem a estética do corpo andrógino como meio de questionamento aos padrões binários de classificação. Segundo a autora:

O princípio da androginia é intuitivamente experimentado como a chave capaz de abrir a prisão do sexo e do gênero – uma chave que está disponível a qualquer um que tenha coragem e imaginação para fazer uso dela (SINGER, 1990 [1976], p. 37).

A representação andrógina na música começou a ganhar visibilidade em Londres, nos anos 1970, quando David Bowie tornou-se ícone do *Glam Rock*, marcando a década e servindo de referência para outros artistas pelo estilo considerado excêntrico (FIG. 6). O *Glam Rock* surgiu na Inglaterra, em 1967, representado por Marc Bolan, que resolveu adotar um visual de brilhos, cores fortes, maquiagem, cabelos armados e longos. Em 1970, o estilo conquistou a Inglaterra e perpetrou-se em marco para a representação da androginia (MAUS, 2013), ao constituir-se em nova expressão performática. Ainda naquela década, artistas como Alice Cooper e New York Dolls notabilizaram-se por suas posturas andróginas no palco.

**FIGURA 6** – Performance de David Bowie, em Londres (1973)



Fonte: <http://www.modadesubculturas.com.br/search/label/Glam%20Rock>

Na primeira imagem, a capa da revista de moda *L'Officiel*, voltada para o público feminino, exibiu o modelo Andrej Pejic, aos 18 anos, que causou polêmica por ter rosto com traços percebidos como feminino, sendo confundido, muitas vezes, com uma mulher (FIG. 7). Sua estreia profissional aconteceu em julho de 2010 na Fashion Week, de Paris. Desde então, ele ilustrou as edições japonesa, italiana, turca e francesa da revista *Vogue* e, consta como o número 16º no ranking do *Models.com*. Em entrevista ao *Daily Best*, site americano de notícias e opiniões, tido como um veículo de visões esquerdistas-progressistas, o modelo disse não querer ser conhecido pela polêmica, mas como um símbolo da transformação nas imagens de moda, em que a diferença entre atitudes masculinas e femininas não importam (TUDO FASHION, 2018).

Singer (1990 [1976], p.33), observa que essa “nova orientação, cuja influência vai aumentando, pode ser caracterizada por sua ênfase em ‘valores femininos’ - valores que, ao menos no passado, eram mais associados à mulher do que ao homem”. Os indivíduos sensibilizam-se para o fato de que os valores/marcadores masculinos ou femininos tornaram-se fatores sociais e políticos determinantes (SINGER, 1990 [1976]; HALL, 1997; WOODWARD, 2000).

**FIGURA 7** – Capa da Revista L’Officiel

Fonte: <https://tudofashionoficial.wordpress.com/2012/04/26/androginia-esta-na-moda/>

É bastante recorrente a apresentação do estereótipo andrógino quando o assunto é moda para o mercado de luxo. A androginia é pauta de muitas coleções e editoriais, com intuito de atingir os formadores de opinião, obtendo a aprovação e adoção, na intenção de que influenciem, posteriormente, os demais estratos sociais. Talvez seja possível que essa forma de pedagogizar contribua para o questionamento social e político ao modelo binário, que não permite espaço para o não binário. Singer (1990 [1976], p. 38) chama a atenção para o fato de que “é preciso estar ciente de que a sociedade em que vivemos ainda não está preparada para aceitar o valor e muito menos a necessidade da androginia pessoal e política.

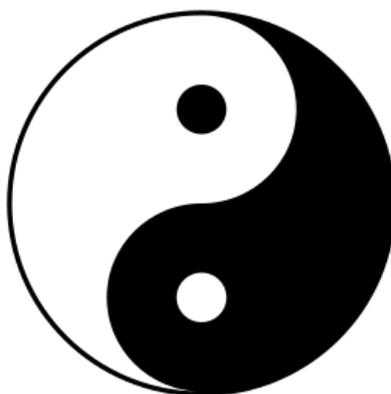
### 3.3 A androginia e as cresças religiosas

Rumo a uma nova teoria da sexualidade, a psicanalista June Singer (1990 [1976]) realizou em seus estudos a investigação sobre a androginia, com base em análises no modelo astrológico da psique. O “desvio”, que mistura fêmeas e machos, masculinos e femininos, mulheres e homens, passa a ser encontrado não

apenas no corpo, mas também na mente. A mistura de marcadores que promovem a indefinição do que é próprio do homem ou mulher migram para a psique como o último grau de uma sutil mistura entre os sexos. De acordo com a autora, a androginia é fundamental para o equilíbrio de indivíduos, justificando seus argumentos com base em referências míticas e filosóficas orientais como o *Yin* e o *Yang*, que marcaram a Era de Peixes (FIG. 8). De acordo com Singer (1990 [1976]):

Se encararmos seriamente a dissolução da concepção dualista de psique e soma, seremos levados à conclusão inevitável de que muitas outras aparentes dualidades que fomos ensinados a considerar realidades objetivas do mundo talvez não o sejam. As polaridades que caracterizam a Era de Peixes talvez estejam cedendo lugar para a conjunção dos contrários da Era de Aquário (SINGER, 1990 [1976], p. 160).

**FIGURA 8** – A representação do *Yan* e o *Yang*, no *I Ching*



Fonte: [https://en.wikipedia.org/wiki/Yin\\_and\\_yang](https://en.wikipedia.org/wiki/Yin_and_yang)

E, complementa a autora:

Temos a capacidade de encontrar novas maneiras para transcender as dualidades em que caímos na Era de Peixes, e, assim, recuperarmos a inteireza. Precisamos nos tornar cientes do indiviso, do grande um, que precedeu todos os deuses e todas as teologias. Precisamos encontrar maneiras de viver nossas vidas como pessoas íntegras de si mesmas. Precisamos, em suma, encontrar maneiras de fundir os contrários em nós mesmos. [...] é o que significa “individuação” (SINGER, 1990, p. 160).

No mito grego escrito por Platão, o conceito de androginia representa, antes de tudo, uma perfeita e perdida união espiritual. Os andróginos possuem a junção do masculino e do feminino, inclusive no próprio nome e evocam uma vivência de completude. Para Douglas (1976 [1966], p. 29) é fundamental entender as crenças religiosas e filosóficas para esclarecer a natureza do indivíduo pois, “[...] a mitologia é um bordado sobre crenças mais sólidas. A religião verdadeira [...] é firmemente enraizada em valores éticos da vida comunitária”.

O caráter regulador social da religião é evidente. A Igreja Católica, conforme Smith *apud* Douglas (1976 [1966], p. 31), “tinha quase, desde o início, desertado da tradição apostólica e estabelecido uma concepção de cristandade como uma mera série de fórmulas contendo princípios abstratos e imutáveis [...]”. Durkheim (1989 [1912]), desenvolveu sua teoria de que os deuses primitivos seriam parte e parcela da sociedade para punir e recompensar, objetivando manter a preservação e o bem-estar comunitário, pois “o sagrado precisa estar continuamente cercado de proibições” (DOUGLAS, 1976 [1966], p. 35).

O sofrimento observado em Platão é, antes de tudo, pela perda da união harmoniosa que é possível no mundo ideal, muito mais do que pela separação entre os andróginos. O sentimento de amor que causa a eterna busca por algo que falta é o amor por aquele mundo perdido, onde o masculino e o feminino eram unos. O sagrado deve ser sempre tratado como contagioso, porque relações com ele restringem-se a ser expressas por rituais de separação e “por crenças no perigo de se cruzar fronteiras proibidas” (DOUGLAS, 1976 [1966], p. 35).

A representação do diabo, com pênis e seios femininos em um mesmo corpo, começa a ser apresentada a partir da baixa Idade Média (KAPPLER, 1994, p. 375). Nessa junção, o diabo constitui-se como o “oposto” e a “inversão” de Deus, sendo inconstante, transitório, exageradamente ligado à variedade e mudança de formas, nunca definitivo, completo ou perfeito.

À luz dessa abordagem, a diferenciação entre homens e mulheres e sua mistura vista como funesta, exemplificada na representação do andrógino, mostra-se, antes de tudo, como questão de poder, uma divisão entre um grupo de indivíduos

que detém a maior parte do controle e coerção social e outra que não o possui, estando assim mais vulnerável a mandos e desmandos dos homens. Se na Era de Peixes essa diferenciação tinha por base conceitos filosóficos e espirituais, que se manifestavam como em comportamentos e privilégios ou a falta deles, a nova ordem política e epistemológica vai buscar especificamente no corpo e nas representações essa suposta diferença para a manutenção da distinção social (BOURDIEU, 2015 [1979]; 1999).

### 3.4 A Era da androginia

Ao ingressarmos na Era de Aquário (que talvez venha a ser chamada Era da Androginia), ninguém deve surpreender-se ao descobrir que um novo mito está surgindo e que, naturalmente, ele se manifesta como todos os outros mitos, com a aparência de uma “verdade sagrada”. [...] O mundo é caracterizado por extraordinário grau de consistência e coerência. Caso não o enxerguemos assim, é por causa das limitações de nossas capacidades [...]” (SINGER, 1990 [1976], p. 173).

Na década de 1960, o movimento Hippie, que teve maior expressão nos Estados Unidos, e que chegou a outras partes do mundo com mais força na década de 1970, pode ser apontado como influenciador de uma moda muito mais compartilhada entre o masculino e o feminino. Esse diálogo entre as mudanças culturais e os gêneros questionou a ordem, o padrão e a normalidade heterossexual, inaugurando novos discursos de resistência à heteronormatividade. Dentre esses discursos está o da androginia (PISA & SOUZA, 2017). As roupas eram usadas indistintamente por homens e mulheres: o jeans *unissex*, calças boca de sino, os sapatos plataforma, o uso de cabelos longos e de tecidos com estampas floridas, além de camisas justas e transparentes, e ainda de acessórios, também compartilhados. A tendência *androgynous hippie* aparece com o movimento *hippie*, ganhando força por toda a década de 1970 (FIG. 9). O amor livre e a fluidez sexual ultrapassavam o comportamento e estampavam-se nos corpos que circulavam pelas pelo espaço público (MOLINA, 2015).

**FIGURA 9** – O estilo hippie inspirado na década de 1970



Fonte: <https://tudocommoda.com/fantasia/roupas-anos-70/>

Judith Butler (2014 [1990]), por sua vez, destaca que os indivíduos ainda se organizam pela classificação binária e por não diferenciarem sexo, gênero e desejo acabam não compreendendo novos modos de ser, de construção de novas identidades fora da heteronormatividade, como a androginia. Em *Problemas de gênero*, Butler (2014 [1990]) provoca certa desestabilização ao afirmar que o indivíduo é um sujeito em processo de construção com base no discurso e por atos que executa. A autora coloca em dúvida a categoria “do sujeito”, quando argumenta que ele é um “construto performativo”. E, ainda, afirma que há modos de “construir” a identidade com o intuito de preservar as oposições existentes, tais como macho/fêmea, masculino/feminino, homo/hétero e assim por diante. O sujeito de Butler (2014 [1990]) é um ator que simplesmente “encena” sua identidade num palco metafórico de sua própria escolha.

Seguindo o pensamento de Butler (2014 [1990]), no livro *O segundo sexo*, Simone de Beauvoir (1980 [1949]) declara:

Ninguém nasce mulher: torna-se mulher. Nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade; é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado, que se qualifica de feminino (BEAUVOIR, 1980 [1949], p. 9).

A identidade andrógina traz as possibilidades de representações, do prazer da experimentação, das novas emoções, da busca por individualidade e por diferenciação. Pensando o consumo como forma de identidade, a androginia traz à tona reflexões sobre o discurso da diferença sem classificações precisas. A androginia, portanto, identidade que questiona a fronteira e a classificação de gêneros, começa a aparecer, deixando de lado o binarismo masculino/feminino, na concepção de Singer (1990 [1976]). Para a autora, seria possível sair desse labirinto criado pelas antigas categorias de “masculino” e “feminino”, abandonando a suposição corriqueira de descrever qualidade específica de personalidade como sendo masculina ou feminina. É fundamental “deixar de conceber essa misteriosa entidade chamada ‘masculinidade’ como um agregado de atributos e características individuais – como agressividade, integridade”, entre outros – e a “feminilidade” como sendo atributos opostos (SINGER, 1990 [1976], p. 177).

A outra maneira complementar de sair do modelo binário, conforme Singer (1990 [1976]), seria abandonando a suposição adotada culturalmente de “normas masculinas e femininas”, pois segundo a autora:

As imagens sociais de masculinidade e feminilidade – como algo que podemos observar e definir, e que nos permitem moldar o comportamento - provêm exatamente da tendência de diferenciar e categorizar, uma tendência que nega a inteireza ou integridade da personalidade humana (SINGER, 1990 [1976], p. 177).

O andrógino é tratado como revolucionário por romper com o binarismo masculino/feminino, e ousado por estabelecer uma fronteira mais fluida que possibilita aglutinar masculino e feminino transcendendo a questão da sexualidade. A moda aparece como linguagem que expressa esse novo lugar entre gêneros.

### **3.5**

#### **A representação da androginia na moda**

A moda é capaz de introduzir, por meio do “novo”, mudanças em padrões de comportamento e analisá-la permite observar as mudanças sociais, da transformação de códigos culturais, assim como a velocidade da adoção (FREYRE,

2009). A moda funciona como signo portador de mensagens, capaz de representar o indivíduo e a indicar a sociedade que a produziu. Para Lipovetsky (2009, p. 25), moda é “[...] em primeiro lugar, um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade [...]”. O autor ainda destaca que, a partir da década de 1960, as mulheres passaram a adotar os trajes percebidos como do universo masculino como calças, botas, *smokings*, gravatas, entre outros, num processo de “masculinização” do guarda-roupa feminino. Destaca Lipovetsky:

Quando a alta-costura introduz a calça feminina em suas coleções, as mulheres já a tinham adotado maciçamente: em 1965, criavam-se industrialmente mais calças para mulheres do que saias. E quando Saint Laurent, em 1966, integra os jeans em suas coleções essa roupa já fora escolhida pelos jovens há muito tempo. É preciso descer para a rua (LIPOVETSKY, 2009, p. 129).

**FIGURA 10** – O estilo *unissex* na década de 1970



Fonte: <https://tudocommoda.com/fantasia/roupas-anos-70/>

Freyre (2009) atribui aos impactos da Primeira Guerra Mundial, na glorificação de heróis masculinos como combatentes, o toque de masculinização

nos marcadores femininos, incluindo a moda (FIG. 10). Reconhece, também, que de lá para cá está ocorrendo uma redução nessa diferenciação entre o que é “masculino” e “feminino”, trazendo uma nova concepção de “masculinidade” e “feminilidade”. Complementa o autor:

[...] certas modas de traje, de calçado, de penteado de mulher, de homem, de criança, podem ser seguidas com entusiasmo por umas mulheres e com severas restrições, e até quase repúdio por outras, de acordo com diferentes ideias, da parte delas, do que seja decoroso, moral, religioso, digno, elegante, artístico, funcional (FREYRE, 2009, p. 40).

O jeans, segundo Lipovetsky (2009), conquistou todas as classes e idades, sendo considerado um símbolo de moda, na segunda metade do século XX e uma referência ao que significava “unissex”. Primeiramente, foi adotado pelos jovens, pois simbolizava a rejeição de códigos rigoristas e conformistas. Mesmo assim, o autor destaca que os vestuários masculinos, adotados pelas mulheres, não conseguiram dessexualizar o feminino.

**FIGURA 11** – Representação do estilo *unissex* na década de 1970



Fonte: Revista Realidade, 15/04/1970.

A expansão da consciência andrógina pode ser relacionada aos efeitos resultantes do movimento feminista, que trouxe à reflexão e questionamento a força de valores masculinos. Para Singer (1990 [1976]), o movimento pode ter sido o passo decisivo rumo à androginia, na medida em que seus efeitos proporcionam o enfrentamento direto aos obstáculos culturais. Com essa perspectiva, a pedagogização da mídia massiva (HOFF, 2008) poderá contribuir no processo. Para Freyre (2009, p. 37), “a mulher moderna, tanto quanto o homem moderno, tem que conviver com formas modernizadas de relações do viver doméstico ou privado com o público, da casa com a rua, da família com a comunidade”.

### **3.6 Síntese do capítulo**

Foram apresentadas, neste capítulo, diferentes representações sociais da androginia em setores da cultura, tais como: na literatura, no cinema, na música, em crenças religiosas e, com destaque especial, na moda. Essa distinção foi empenhada mediante a hipótese de June Singer (1990 [1976]) que defende a tese de que a expansão da consciência andrógina possivelmente esteja relacionada com os efeitos de lutas feministas, que questionavam a força de valores e de dominação masculina. As mulheres adeptas ao movimento como forma de resistência, por sua vez, passaram a adotar modos e modas, percebidos até ali como inerentes ao universo de homens, num processo de masculinização do feminino (NOLASCO, 1995; FREYRE, 2000). O mercado, por sua vez, observou esse fenômeno como oportunidade e passou a elaborar o vestuário com viés *unissex*. Caberia à publicidade, portanto, encontrar caminhos para a pedagogização da sociedade, por meio de narrativas midiáticas (HOFF, 2008).