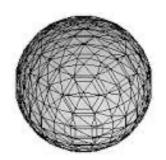
# **Artigo**

# Iris Apfel: 102 anos de moda e estilo

Fabiano Eloy Atílio Batista Ludmila Alves Rioga

### Introdução



o longo dos anos, testemunhamos uma transformação notável nos paradigmas da moda, que tradicionalmente limitavam a expressão de estilo e elegância a uma faixa etária específica.

No entanto, a atualidade revela um panorama mais otimista, onde a moda não apenas se adapta, mas celebra a diversidade de idades. Essa mudança de mentalidade não apenas revigora a indústria da moda, mas também redefine a estética da juventude e do envelhecimento, desafiando preconceitos e estereótipos antiquados.

Neste contexto empolgante, a moda emerge como uma poderosa ferramenta de expressão individual, capaz de transcender as barreiras geracionais e promover uma apreciação mais ampla da beleza em todas as fases da vida.

Para tanto, a inclusão de pessoas idosas na indústria da moda é crucial para refletir a diversidade e a autenticidade da sociedade. Ao destacar a presença de indivíduos mais velhos em campanhas publicitárias, capas de revista e desfiles, a moda não apenas celebra a beleza atemporal, mas também desafia os estereótipos associados ao envelhecimento.

Promover a inclusão de pessoas idosas não apenas contribui para a representatividade, mas também amplia a aceitação de diferentes idades, inspirando confiança e encorajando a aceitação de que a moda é para todos, independentemente da idade.

Além disso, a inclusão de pessoas mais velhas na moda desafia a cultura da juventude excessivamente valorizada na indústria. Ao destacar modelos idosos, a moda envia uma mensagem poderosa sobre a aceitação da beleza em todas

as fases da vida. Essa abordagem não apenas expande a visão estreita da estética tradicional, mas também representa um movimento em direção à inclusão genuína, reconhecendo que a moda é uma forma de expressão acessível a todas as gerações.

Essa inclusão não apenas reflete a realidade da diversidade etária, mas também serve como um catalisador para uma mudança cultural mais ampla em relação à aceitação e celebração da idade avançada.

Portanto, este artigo busca refletir sobre a veiculação da imagem da empresária e designer de interiores Iris Apfel<sup>1</sup>, atualmente com 102 anos de idade, em revistas de moda e estilo publicizadas mundialmente, buscando compreender como estas veiculações contribuem para uma possível quebra de estereótipos no campo da moda, tendo em vista que ao apresentar uma variedade de modelos, formas e idades, essas capas transcendem as expectativas tradicionais, promovendo a diversidade e redefinindo os padrões estéticos, e também possuem o poder de influenciar positivamente as percepções culturais, incentivando a aceitação e a celebração da autenticidade em todas as suas formas.

# Breves considerações sobre a moda, a juventude e o envelhecer

A interseção entre moda, juventude e envelhecimento é um campo fascinante que reflete as transformações sociais e culturais ao longo do tempo.

Tradicionalmente, a moda tem sido associada à juventude, refletindo as tendências e aspirações daqueles que estão no auge de sua vitalidade, como bem afirma Vasconcelos (2018, p. 13) quando menciona que "a juventude carrega em si muitos anseios e projeções, a inserção na sociedade parece ser mais fácil, o universo conspira a favor do tempo e dos sonhos do indivíduo, este é o momento de ter, consumir e construir, do externo para o interior".

No entanto, as percepções contemporâneas estão desafiando essa narrativa, redefinindo os padrões de beleza e elegância para abranger uma gama mais ampla de idades. À medida que a sociedade reconhece a diversidade e a riqueza que cada estágio da vida oferece, as fronteiras entre o que é considerado "adequado" para a juventude e o envelhecimento estão se tornando mais fluidas (Pires Teixeira, 2023; Machado, 2016; Pollini, 2014; Cirillo, 2012; Debert, 2004).

No cenário atual, observa-se uma mudança significativa na forma como a moda interage com diferentes faixas etárias (Teixeira; Soares Junior, 2023; Batista, 2023; Batista; Caixeta, 2019; Batista, 2018). Marcas estão começando a reconhecer a importância de representar a diversidade de idades em suas campanhas, desfiles e catálogos (Drigo; Perez, 2015). A moda agora busca celebrar a individualidade e a autenticidade, desafiando os estereótipos que historicamente associavam a juventude à inovação e o envelhecimento à obsolescência. Além disso, as mídias, em seus diferentes dispositivos, desempenham um papel crucial nesse processo (Batista, 2020; Batista; Teixeira;

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> **N.E.** Iris Apfel faleceu em 01.março.2024 na Flórida (EUA)

Júnior; Dantas, 2021; Palacios; Alves, 2019), permitindo que pessoas de todas as idades compartilhem seus estilos pessoais, inspirando uns aos outros independentemente da idade.

Assim, a juventude, antes vista como o único padrão de beleza, está dando lugar a uma apreciação mais ampla da maturidade. Modelos mais velhos estão se destacando nas passarelas e campanhas publicitárias, desafiando a ideia de que a moda é exclusivamente para os jovens. A aceitação da diversidade de idades na moda não apenas enriquece a indústria, mas também promove uma visão mais inclusiva da beleza e da elegância.

A relação entre moda, juventude e envelhecimento está em constante evolução, refletindo as mudanças sociais e culturais em curso. A aceitação da diversidade de idades na moda não apenas transforma a indústria, mas também desafia normas prejudiciais, promovendo uma compreensão mais ampla da beleza. À medida que a sociedade abraça a individualidade e a autenticidade em todas as idades, a moda se torna uma poderosa ferramenta para a expressão pessoal e a celebração da vida em todas as suas fases.

Este novo cenário não apenas redefine padrões estéticos, mas também contribui para a construção de uma sociedade mais inclusiva e respeitosa com o envelhecimento como uma parte valiosa da experiência humana.

## Iris Apfel: um ícone de moda e estilo

Iris Apfel é uma icônica empresária e designer de interiores, nascida em 29 de agosto de 1921 em Nova York. Conhecida por sua excentricidade e estilo ousado, Apfel se tornou uma figura lendária no mundo da moda ao longo de uma carreira que se estende por décadas<sup>2</sup>.



Figura 01 - Campanha da M.A.C. protagonizada por Iris Apfel

Sua notoriedade atingiu seu auge quando, aos 84 anos, ela se tornou o rosto da campanha de moda da marca de cosméticos M.A.C. (Figura 01). O estilo único de Iris, caracterizado por acessórios extravagantes e uma mistura inigualável de padrões e cores, tornou-se sua marca registrada.

Fonte: Glamour, disponível em https://glamour.globo.com/beleza/noticia/2012/04/colecao-da-mc-inspirada-em-iris-apfel-chega-lojas.ghtml. Acesso em 30/12/2023

THE SEARCH OF THE SEARCH SHOW A SEARCH SHOW

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Para saber mais sobre a vida e carreira de Iris Apfel, indicamos o documentário: IRIS, UMA VIDA DE ESTILO. Direção: Albert Maysles. Produtores: Laura Coxson, Rebekah Maysles, Jennifer Ash Rudick, 2014. (1h 23min), color. Disponível< <a href="https://www.netflix.com/br/">https://www.netflix.com/br/</a>>.

Iris Apfel não é apenas uma figura marcante na moda, mas também uma defensora da autoexpressão e da individualidade. Sua carreira diversificada inclui não apenas a criação de moda, mas também trabalhos como curadora de exposições de design de interiores. Sua contribuição única para a indústria da moda vai além do convencional, desafiando padrões e celebrando a diversidade.

Aos 102 anos de idade, comemorados no dia 29 de agosto ano de 2023 (Figura 02), Iris continua a ser uma inspiração para pessoas de todas as idades, provando que a verdadeira elegância reside na autenticidade e na coragem de se destacar.

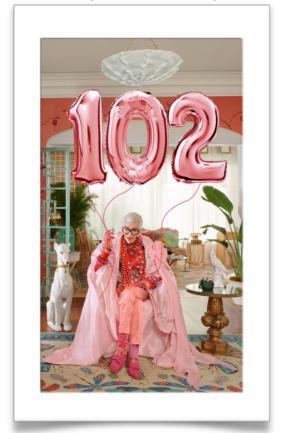


Figura 02 – Foto de Iris Apfel em comemoração aos seus 102 anos

Fonte: Instagram/ Reprodução.

Disponível em: <a href="https://www.instagram.com/iris.apfel/">https://www.instagram.com/iris.apfel/</a>. Acesso em 30 dez. 2023.

Além de sua influência na moda, Apfel também se destacou como uma empresária de sucesso, fundando a empresa de têxteis *Old World Weavers*<sup>3</sup>. Sua paixão pela moda e design de interiores a transformou em uma inspiração para muitos, mostrando que a autenticidade e a expressão individual são atemporais, conforme podemos observar na figura 03, a seguir.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Site da empresa para conhecimento: <a href="https://www.scalamandre.com/brands/old-world-weavers.html">https://www.scalamandre.com/brands/old-world-weavers.html</a>. Acesso em 30 dez. 2023.

**Figura 03** - Compilado de imagens de Iris Apfel em momentos variados mostrando sua autenticidade



Fonte: Instagram/ Reprodução. Disponível em: <a href="https://www.instagram.com/iris.apfel/">https://www.instagram.com/iris.apfel/</a>. Acesso em 30 dez. 2023.

Com sua irreverência, Iris Apfel foi capa de diversas revistas de modas e estilos ao redor do mundo. Sua representação nestas capas desempenharam um papel crucial na quebra de paradigmas e na promoção de valores que transcendem a efemeridade da juventude, sobretudo, como já mencionado que, historicamente, a indústria da moda era caracterizada por padrões estéticos que muitas vezes marginalizavam e relegavam os indivíduos mais velhos a um segundo plano. No entanto, ao destacar a diversidade etária em capas de revistas, como a figura de Iris, a indústria não apenas abraça a autenticidade da maturidade, mas também desafia a ideia convencional de que apenas a juventude encarna a beleza e o estilo.

Essa representação mais inclusiva não apenas enriquece visualmente as publicações, mas também comunica uma mensagem poderosa de aceitação e valorização de todas as idades, contribuindo para a construção de uma sociedade mais respeitosa e igualitária, como podemos ver nos compilados de capas a seguir, nas figuras 04 e 05.

Figura 04 – Primeiro compilado de capas de revistas de moda, estilo e comportamento com Iris Apfel na capa



Fonte: Montagem elaborada pelos autores a partir do Google imagens (2024)

**Figura 05** – Segundo compilado de capas de revistas de moda, estilo e comportamento com Iris Apfel na capa



Fonte: Montagem elaborada pelos autores a partir do Google imagens (2024)

Assim sendo, a presença de pessoas mais velhas nas capas de revistas, como visto nas figuras 04 e 05, não apenas reflete a realidade demográfica da sociedade, mas também amplia as narrativas sobre o que é considerado elegante e desejável.

Ao desafiar a narrativa tradicional de que a juventude é o único padrão de referência para a moda, essas representações proporcionam uma mudança de mentalidade que reverbera em toda a indústria.

Assim, a inclusão de modelos mais velhos nas capas não apenas celebra a beleza atemporal, mas também ressalta a riqueza de experiências que o envelhecimento traz consigo, contribuindo para uma apreciação mais profunda da diversidade de estilos e perspectivas em todas as fases da vida.

### Considerações finais

Com este trabalho, percebemos que a evolução dos paradigmas na moda ao longo dos anos reflete uma transformação notável, rompendo com tradições que limitavam a expressão de estilo a faixas etárias específicas. A contemporaneidade revela um cenário mais otimista, onde a moda não apenas se adapta, mas celebra a diversidade de idades.

Essa mudança de mentalidade não só revigora a indústria da moda, mas também desafia preconceitos e estereótipos antiquados relacionados à juventude e ao envelhecimento. Ao incluir pessoas mais velhas na indústria da moda, não apenas se promove a representatividade, mas também se amplia a aceitação de diferentes idades, inspirando confiança e encorajando a ideia de que a moda é para todos, independentemente da idade.

Além disso, a veiculação de pessoas mais velhas nas mídias, sem mais diferentes artefatos, desafia a cultura excessivamente valorizada da juventude na indústria, expandindo a visão estreita da estética tradicional e representando um movimento em direção à inclusão, reconhecendo que a moda, assim como outros espaços, é uma forma de expressão acessível a todas as gerações.

Ademais, foi possível analisar que a relação entre moda, juventude e envelhecimento está em constante evolução, refletindo as mudanças sociais e culturais em curso. Ao celebrar a individualidade em todas as idades, a moda se torna uma poderosa ferramenta para a expressão pessoal e a celebração da vida em todas as suas fases. Iris Apfel, aos 102 anos, é um exemplo icônico desse movimento, desafiando padrões e sendo uma inspiração para pessoas de todas as idades, desempenhando um papel crucial na quebra de paradigmas, promovendo valores que transcendem a efemeridade da juventude e contribuindo para a construção de uma sociedade mais respeitosa e igualitária.

#### Referências

BATISTA, Fabiano Eloy Atílio. Beleza que encanta: a representação da velhice na capa da revista de moda Vogue Philippines. *Revista Longeviver*, v. 19, p. 28-34, 2023.

BATISTA, Fabiano Eloy Atílio; TEIXEIRA, Débora Pires; JÚNIOR, Glauber Soares; DANTAS, Ítalo J. Medeiros. Interlocuções e apontamentos sobre as representações da velhice na mídia brasileira: entre revistas, audiovisuais e a cultura digital. In: Fabiano Eloy Atílio Batista; Débora Pires Teixeira. (Org.). Estudos interdisciplinares sobre envelhecimento, corporalidade e mídia. 1ed.Catu, BA: Editora Bordô-Grená, 2021, v. 1, p. 47-62.

BATISTA, Fabiano Eloy Atílio. Em busca da felicidade? Processos de sociabilidade nos quadros de reality show de transformação corporal. In: Fabiano Eloy Atílio Batista. (Org.). *Mídia, moda e sociabilidades*: relações de gênero e

sexualidade, aspectos sociais e identitários na cultura brasileira a partir do século XXI. 1ed.Curitiba, PR: Bagai, 2020, v. 1, p. 74-86.

BATISTA, Fabiano Eloy Atílio; CAIXETA, Rodrigo F.. Perspectiva socioantropológica sobre envelhecimento, moda e identidade. *Revista Longeviver*, v. n°4, p. 29-36, 2019.

BATISTA, Fabiano Eloy Atílio. A idealização Corporal contemporânea: moda, corpo, beleza e identidade em realities shows de transformação. *CES REVISTA (ONLINE)*, v. 32, p. 72-82, 2018.

CIRILLO, Marco Antônio. A vez da terceira idade: o discurso da publicidade na construção da imagem do idoso nas revistas. 2012. 252 f. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2012.

DEBERT, Guita Grin. A Reinvenção da Velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento. São Paulo: Edusp/Fapesb, 2004.

DRIGO, Maria Ogécia; PEREZ, Clotilde. Marcas, publicidade e valores relativos à periodização da vida: Possibilidades de ressignificação da maturidade adulta. *Signos do Consumo*, [S. I.], v. 7, n. 1, p. 22-38, 2015.

FARIAS, Rita de Cássia Pereira; BATISTA, Fabiano Eloy Atílio. Desafios da Política de longevidade: contextos internacionais e nacionais. *OIKOS*: FAMÍLIA E SOCIEDADE EM DEBATE, v. 34, p. 1-5, 2023.

MACHADO, Alessandra Herpich *et al.* O comportamento de consumo de vestuário de um grupo de terceira idade: estudo de caso em um município do estado do Rio Grande do Sul. *Espacios*, v. 37, n. 5, p. 19, 2016.

PALACIOS, Annamaria. da Rocha J.; ALVES, Larissa. Molina. MODA, MÍDIA e VELHICE: considerações a partir do documentário Advanced Style. *Modapalavra* e-periódico, Florianópolis, v. 12, n. 24, p. 23-55, 2019.

PIRES TEIXEIRA, Débora. Da invisibilidade à aparição discreta: um estudo sobre velhice e moda na revista Claudia (1997-2010). *REVISTA D'OBRAS (ONLINE)*, v. 1, p. 171-185, 2023.

POLLINI, Denise. O envelhecimento e a moda: tecendo reflexões. *Mais 60 Estudos sobre o Envelhecimento*, v. 25, n. 61, p. 8-25, nov. 2014.

TEIXEIRA, Débora Pires; SOARES JUNIOR, Glauber. Entre donas e vovós: as granfluencers e a moda no Brasil. *Brazilian Creative Industries Journal*, v. 3, p. 192-214, 2023.

VASCONCELOS, Nathália Nunes Teixeira. *Velhos jovens:* uma análise sobre a publicidade de moda e o envelhecer; estudo de caso: Ires Apfel / Nathália Nunes Teixeira Vasconcelos. 86 f.: il.; 30 cm Dissertação (Mestrado em Educação, Arte e História da Cultura) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2018.

Data de recebimento: 04/01/2024; Data de aceite: 10/02/2024

\_\_\_\_\_

Fabiano Eloy Atílio Batista - Professor do curso de Bacharelado em Design e Coordenador de Pesquisa (2023-2025) na Universidade do Estado de Minas Gerais - Unidade Ubá (UEMG - Ubá). Doutor e Mestre na linha de pesquisa Trabalho, Questão Social e Política Social, pelo Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica (PPGED), área de concentração em Política Social, do Departamento de Serviço Social da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Doutorando na linha de pesquisa Arte, Moda: História e Cultura, pelo Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagem (PPGACL) do Departamento de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Possui graduação em Tecnologia em Design de Moda, pela Faculdade Estácio de Sá -Juiz de Fora / MG; Bacharelado em Ciências Humanas, pelo Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Juiz de Fora (BACH/ICH - UFJF). É Especialista em Moda, Cultura de Moda e Arte, pelo Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (IAD/UFJF); Especialista em Televisão, Cinema e Mídias Digitais, pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (FACOM/UFJF). Tem interesse nas áreas: Moda e Design; Arte e Educação; Mídia e Estudos Culturais; Corpo, Juventude e Envelhecimento; dentre outras possibilidades de pesquisa num viés da interdisciplinaridade. E-mail: fabiano jfmg@hotmail.com

Ludmila Alves Rioga – Mestranda na linha de pesquisa Arte, Moda: História e Cultura, pelo Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagem (PPGACL) do Departamento de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Graduada em Moda pelo Centro Universitário UNA (2017) e em Nutrição pela Universidade Federal de Ouro Preto (2012). Possui cursos profissionalizantes na área da Moda como: Modelagem plana, *Moulage*, Corte e Costura, Aperfeiçoamento em corte e costura pelo SENAC-MG e Acabamentos de corte e costura pelo SENAI/Modatec. E-mail: <a href="mailto:ludmilarioga@gmail.com">ludmilarioga@gmail.com</a>