



Reprodução/Stefano Guindani

Por que ainda são tão poucas?

Mesmo dominando a indústria da moda como consumidoras e criadoras, as mulheres ainda são minoria nos cargos de liderança das grandes marcas. Especialistas levantam o debate sobre os desafios que elas enfrentam para ocupar esses espaços

POR LUIZA MARINHO*

A moda sempre teve a assinatura feminina, seja no design, na confecção, seja no consumo. No entanto, quando se trata do topo da hierarquia, o cenário muda: a maioria das grandes marcas ainda é comandada por homens. A recente saída de Donatella Versace da direção criativa da grife que leva seu sobrenome reacende o debate sobre a baixa representatividade feminina em cargos de liderança no setor. Seria um caso isolado ou um reflexo das barreiras que ainda limitam a ascensão das mulheres no mercado da moda? Especialistas apontam que, apesar dos avanços, obstáculos estruturais e culturais ainda dificultam a ascensão feminina ao topo das grandes maisons.

A indústria da moda movimenta trilhões de dólares por ano e emprega milhões de mulheres ao redor do mundo. No entanto, quando se observa quem ocupa os cargos mais altos, a disparidade de gênero fica evidente. “Apesar de serem a força vital da indústria, tanto como consumidoras quanto como profissionais, as mulheres continuam sub-representadas nos cargos de liderança das grandes marcas”, afirma Krystie Ribeiro, professora de moda.

Entre os fatores que explicam essa desigualdade, estão barreiras estruturais que dificultam o crescimento profissional das mulheres. Para Krystie, desafios como a dupla jornada, a falta

Fim de uma era

Donatella Versace passou quase três décadas à frente da direção criativa da marca fundada por seu irmão, Gianni Versace, em Milão, em 1978. Ela assumiu a função quando o irmão foi morto, em 1997, em Miami. Dario Vitale, que até o início do ano era diretor de design e imagem da Miu Miu, assumiu a diretoria criativa. Donatella, a partir de agora, terá o cargo de embaixadora principal da marca.