

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE MODA

GUILHERME FERREIRA LOPES

CULTURA LGBTQIA+ SOB HOLOFOTES:
TRANSGREDINDO OS PARÂMETROS DE DUALIDADE DE GÊNERO NA MODA

Porto Alegre/RS
2023

GUILHERME FERREIRA LOPES

**CULTURA LGBTQIA+ SOB HOLOFOTES:
TRANSGREDINDO OS PARÂMETROS DE DUALIDADE DE GÊNERO NA MODA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em Moda,
pelo Curso de Moda da Universidade do
Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Gisele Becker

Porto Alegre/RS

2023

AGRADECIMENTOS

Gostaria de começar expressando minha profunda gratidão à minha mãe, meu pai e ao meu namorado por todo o apoio incondicional durante a minha jornada de conclusão deste trabalho. Vocês foram verdadeiros pilares de força e encorajamento, sempre acreditando em mim e me motivando a buscar meus objetivos. Sem a presença amorosa e o suporte que recebi de vocês, essa conquista não seria possível. Sou eternamente grato por ter vocês ao meu lado.

Além disso, gostaria de estender meus agradecimentos aos meus professores e colegas da faculdade. Suas orientações, conhecimentos compartilhados e discussões enriquecedoras foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho. Agradeço a cada professor que dedicou seu tempo e expertise para me ajudar a expandir meus horizontes acadêmicos e me inspirar a buscar a excelência.

Também quero expressar minha gratidão aos meus amigos, que me acolheram e aceitaram como parte de suas vidas, obrigado por criarem esse ambiente onde eu posso ser plenamente quem sou, isso foi essencial para o meu entendimento e aceitação. Seu apoio e amizade foram essenciais para me manter motivado e equilibrado ao longo dos anos. Sou grato por ter amigos tão especiais, que sempre estiveram presentes em momentos de alegria e dificuldade.

Por fim, gostaria de mencionar todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para a minha formação e enriqueceram minha experiência acadêmica. Seja por meio de discussões em sala de aula, trabalhos em grupo ou simples trocas de ideias, todos vocês tiveram um impacto positivo na minha jornada acadêmica. Agradeço a cada colega e pessoa que cruzou o meu caminho, pois sei que, sem a contribuição de todos, esta conquista não seria completa.

Novamente, expresso minha gratidão profunda a todos que fizeram parte desta jornada. O apoio, carinho e incentivo que recebi foram fundamentais para meu crescimento pessoal e acadêmico. Sou imensamente grato e levarei todas essas lembranças e lições comigo ao embarcar na próxima etapa da minha vida.

“Viver sendo quem nós somos é, por si só, uma forma de
resistência ao que o sistema nos impõe.
A arte é a respiração e moda é uma forma de arte.”
(SAMUEL DE SABOIA, 2021).

RESUMO

O século XX foi marcado por importantes movimentos sociais, como o feminista, hippie, punk e LGBTQIA+ estimulando mudanças de comportamentos e relacionamentos, impactando diretamente na moda do vestuário, provocando a quebra de parâmetros anteriormente aceitos, como a categorização de roupas por gênero masculino e feminino. Estas transformações são impulsionadas a partir da adesão de grupos com representatividade e expressão midiática, como acontece com artista nacionais e internacionais. Frente a este contexto, este trabalho de conclusão de curso teve como proposta realizar uma pesquisa básica sobre como a cultura LGBTQIA+ contribui com a desconstrução dos parâmetros de dualidade de gênero na moda do vestuário. Os objetivos específicos foram delineados para realizar uma revisão bibliográfica da trajetória da moda masculina e feminina nos séculos XX e XXI; contextualizando a população LGBTQIA+ neste cenário como agentes que absorvem e refletem impactos nestas transformações da moda, avaliando como os representantes da cultura LGBTQIA+ contribuem com a desconstrução dos parâmetros de dualidade de gênero na moda para, finalmente, resultar na criação de uma coleção inspirada nesta influência propondo novos parâmetros para a moda. A metodologia utilizada foi a qualitativa descritiva, fundamentada por uma revisão bibliográfica e documental, culminando na aplicação do desenvolvimento do projeto da coleção. Ao concluir este trabalho, pode-se observar que a moda passa por transformações periódicas geradas por movimentos sociais e culturais, buscando expressar as características da sociedade. Atualmente, observa-se uma tendência no desenvolvimento de uma moda que seja mais democrática, livre de rótulos e preconceitos infundados. O resultado final foi a construção de uma coleção de moda inovadora, que transcende a dualidade de gênero, possibilitando que as roupas apresentadas possam ser usadas por todos que sentirem afinidade com a proposta e com os looks desenvolvidos.

Palavras-chave: moda; LGBTQIA+; transformações sociais; dualidade de gênero; representatividade.

ABSTRACT

The 20th century was marked by significant social movements such as feminism, hippie, punk, and LGBTQIA+, stimulating changes of behaviors and relationships and directly impacting clothing fashion. This led to the breaking of previously accepted parameters, such as the categorization of clothing by male and female gender. These transformations are driven by the adherence of groups with representation and media expression, as seen with national and international artists. In this context, this research aimed to conduct a basic study on how LGBTQIA+ culture contributes to the deconstruction of gender duality parameters in clothing fashion. The specific objectives were defined to carry out a bibliographic review of the trajectory of men's and women's fashion in the 20th and 21st centuries, contextualizing the LGBTQIA+ population in this scenario as agents who absorb and reflect the impacts of these fashion transformations. It evaluated how representatives of LGBTQIA+ culture contribute to the deconstruction of gender duality parameters in fashion, ultimately resulting in the creation of a collection inspired by this influence and proposing new parameters for fashion. The methodology used was descriptive qualitative, based on a bibliographic and documentary review, culminating in the application of the collection project development. Upon completing this work, it can be observed that fashion undergoes periodic transformations generated by social and cultural movements, seeking to express society's characteristics. Currently, there is a trend towards the development of a more democratic fashion that is free from labels and unfounded prejudices. The final result was the creation of an innovative fashion collection that transcends gender duality, allowing the presented clothes to be worn by anyone who feels affinity with the concept and the developed looks.

Keywords: fashion; LGBTQIA+; social transformations; gender duality; representativity.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Moda feminina ano 1920.....	22
Figura 2 - Coco Chanel e sua calça pantalone - 1920	23
Figura 3 - Modelos de ternos masculinos em 1920.....	24
Figura 4 - Ternos masculinos – Década de 40.....	25
Figura 5 - Moda Feminina após 2ª Guerra Mundial.....	26
Figura 6 – Modelos New Look – 1950.....	28
Figura 7 - Modelos I – 1950.....	29
Figura 8 - Calça jeans - 1950	30
Figura 9 - Modelos de terno – 1950	31
Figura 10 - Vestuário Masculino Anos 60.....	32
Figura 11 - Minissaia em 1960	33
Figura 12 - Janis Joplin usa tie-dye no The Music Scene em 1969	34
Figura 13 - Smocking feminino e Calça Saint Tropez – 1960	35
Figura 14 - Coleção Pierre Cardin – 1960.....	36
Figura 15 - Figurino dos Beatles – 1960	37
Figura 16 - Moda hippie nos anos 1960/70	38
Figura 17 - Grupo The in Crowd - Revolução do Pavão – 1960.....	39
Figura 18 - Moda masculina e feminina anos 70.....	40
Figura 19 – Moda movimento punk.....	42
Figura 20 - David Bowie e Marc Bolan representantes do estilo Glam Rock	43
Figura 21 - Moda disco 1 - 1970.....	44
Figura 22 - Moda disco 2 – 1970.....	45
Figura 23 – Ternos tradicionais ano 1980	46
Figura 24 - A moda casual dos anos 80.....	47
Figura 25 - Moda masculina – 1990	48
Figura 26 - Roupas com tecido metalizado	50
Figura 27 - Moda Y2K -2000	50
Figura 28 - Ícones da música pop usando a moda Y2K.....	51
Figura 29 - Modelos de roupas masculinas nos anos 2000.	52
Figura 30 - Moda masculina, calças rasgadas e calças cargo	53
Figura 31 - Acessórios utilizados no vestuário masculino em 2000	54
Figura 32 - Estilo lúmbico.....	55
Figura 33 - Moda Agênero.....	57
Figura 34 - Homens em campo de batalha na Segunda Guerra Mundial	61
Figura 35 – Recriação da foto de casal de marinheiros	62
Figura 36 - Moda estilo afeminado	63
Figura 37 - Banda Village People.....	65
Figura 38 - Freddie Mercury do Queen no Rock in Rio 1985	66
Figura 39 - Grupo Secos & Molhados – 1973 – 1974	70
Figura 40 – Ney Matogrosso – Rock in Rio 1985.....	71
Figura 41 - Ney Matogrosso em apresentações musicais.....	72
Figura 42 - Turnê News of the World em 1978.....	73
Figura 43 – Freddie Mercury em show.....	75
Figura 44 – Freddie Mercury em apresentações musicais.....	76
Figura 45 - Figurinos de Elton John - Shows de 1970 e 1980.....	77
Figura 46 - Elton John e seus figurinos	78
Figura 47 - Lady Gaga e Harry Styles inspirados em Elton John.....	79

Figura 48 - Elton John usando ternos em suas turnês	80
Figura 49 – Grace Jones em 1981 e 1989	82
Figura 50 - Grace Jones lançamento álbum Nightclubbing -1981.....	83
Figura 51 - Grace Jones em eventos de arte e moda	84
Figura 52 - Madonna em turnê Blond Ambition	85
Figura 53 - Madonna com figurino de Jean Paul Gautier	86
Figura 54 - Madonna em turnê Rebel Heart Tour - 2017	87
Figura 55 - Estilo de Boy George: muita maquiagem e chapéu.	88
Figura 56 - Figurinos artísticos de Boy George.	89
Figura 57 - Boy George e looks criados por Herchcovitch no SPFW VERÃO 2013..	90
Figura 58 - Michael em apresentação em show álbum Faith	91
Figura 59 - George Michael com terno colorido e óculos escuros em show	93
Figura 60 - Dominique Jackson para Vogue Espanha e para etiqueta Marco Marco.	94
Figura 61 - Dominique Jackson e cast da série Pose.	95
Figura 62 - Dominique Jackson em cena da série “Pose”	96
Figura 63 - Dominique Jackson em ensaio fotográfico para L’Officiel.	97
Figura 64 – Figurinos utilizados por Lady Gaga em suas apresentações	99
Figura 65 - Miley Cyrus com looks vintage da Dior – 2022	100
Figura 66 - Miley Cyrus usando figurino animal print da Dior.	101
Figura 67 - Tutorial de maquiagem para a Vogue Magazine	102
Figura 68 - Pablo Vittar apresentação em show 2019	103
Figura 69 - Pablo Vittar capa Paper Magazine	104
Figura 70 - Pablo Vittar – vencedora do prêmio “homem do ano” 2020	105
Figura 71 - Hunter Schafer em Nova York e Austin – 2018 e 2019.....	106
Figura 72 – Schafer em Los Angeles – 2019	107
Figura 73 - Marca empresa Another Place.....	113
Figura 74 – Imagem do instagram da Another Place	114
Figura 75 - Quadro de coleção Collab Samsung - 2022	117
Figura 76 - Produtos com menor e maior preço loja virtual ANP.....	118
Figura 77 – Loja virtual Moun.....	119
Figura 78 - Loja Virtual Bold Strap	120
Figura 79 - Loja virtual da marca Baw.....	121
Figura 80 – Página inicial do site da loja em Nov/2022.....	122
Figura 81 - Aba de opções de navegação.....	123
Figura 82 - Sacola de compras	123
Figura 83 – Tela de finalização de compra ANP	124
Figura 84 – Feed no instagram da marca	125
Figura 85 - Link para entrar no site ou agendar visita no showroom.....	126
Figura 86 - Agenda online ANP	126
Figura 87 - Apresentação das parcerias com Kit Kat e Samsung	127
Figura 88 - Pablo Vittar, Mateus Carrilho e João utilizando peças da marca	128
Figura 89 - Desfile da Another Place – SPFW.	129
Figura 90 - Perfil público-alvo da ANP	130
Figura 91 - Moodboard Inspiracional e imagético.....	135
Figura 92 - Flow de cores da coleção Vilã Minha.	137
Figura 93 – Cartela de tecidos utilizados na coleção Vilã Minha.....	139
Figura 94 - Aviamentos utilizados na coleção Vilã Minha	140
Figura 95 – Elementos de estilo utilizados na coleção Vilã Minha.	140
Figura 96a – Esboços das peças da coleção Vilã Minha.	142

Figura 97 – Croquis dos looks desenvolvidos na coleção Vilã Minha – Parte 01....	144
Figura 98 – Croquis dos looks desenvolvidos na coleção Vilã Minha - Parte 02.....	145
Figura 99 - Croquis dos looks desenvolvidos na coleção Vilã Minha - Parte 03.	146
Figura 100 – Croquis dos looks selecionados para representar a coleção Vilã Minha.	147
Figura 101 – Desenho técnico da peça 1.....	149
Figura 102 – Looks prototipados da Coleção Vilã Minha.	150
Figura 103 - Ficha técnica para produção da peça Calça Drapeada	151
Figura 104 - Moodboard para definição de iluminação das fotografias	153
Figura 105- Moodboard inspiracional para encenação para trabalho fotográfico....	154
Figura 106 – Moodboard para definição da maquiagem para trabalho otográfico. .	155
Figura 107 – Fichas técnicas do photoshoot do editorial de moda.....	156
Figura 108 - Banner 1 siteFonte: Produção do autor.	179
Figura 109 - Banner 2 siteFonte: Produção do autor.	180
Figura 110 - Feed instagram marca	181
Figura 111 - Foto da boate Zig Club em São Paulo.	183
Figura 112 - Croquis dos quatro looks a serem apresentados na Boate Zig.....	184
Figura 113 - Foto da Casa Noturna Galeria Café - RJ.	185
Figura 114 - Croquis dos quatro looks a serem apresentados no Café Ipanema....	185
Figura 115 - Foto da boate Clube Metrópole na cidade de Recife/PE.	186
Figura 116 - Looks apresentados no evento na boate Clube Metrópole em Recife/PE	186
Figura 117 - Foto do Bar Cabaret em Porto Alegre/RS.....	187
Figura 118 - Croquis dos looks apresentados no bar Cabaret em Porto Alegre/RS.	188

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Foto 1 - Look 13 editorial foto 01.....	157
Foto 2 - Look 13 editorial foto 02.....	158
Foto 3 - Look 13 editorial foto 03.....	159
Foto 4 - Look 13 editorial foto 04.....	160
Foto 5 - Look 05 editorial foto 01.....	162
Foto 6 - Look 05 editorial foto 02.....	163
Foto 7 - Look 05 editorial foto 03.....	164
Foto 8 - Foto em par 01.....	165
Foto 9 - Foto em par 02.....	166
Foto 10 - Foto em par 03.....	167
Foto 11 - Look 06 editorial foto 01.....	168
Foto 12 - Look 06 editorial foto 02.....	169
Foto 13 - Look 06 editorial foto 03.....	170
Foto 14 - Look 06 editorial foto 04.....	171
Foto 15 - Look 06 editorial foto 05.....	172
Foto 16 - Look 04 editorial foto 01.....	174
Foto 17 - Look 04 editorial foto 02.....	175
Foto 18 - Look 04 editorial foto 03.....	176
Foto 19 - Look 04 editorial foto 04.....	177
Foto 20 - Look 04 editorial foto 05.....	178

LISTA DE SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
AMA	Association Marketing America (Associação Americana de Marketing.
ANP	Another Place Comércio de Roupas Ltda
LGBTQIA+	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transsexuais, Queers, Intersexos, Assexuados e mais outras categorias.
ONU	Organização das Nações Unidas
SEBRAE	Serviço de Apoio a Micro e Pequena Empresa
SPFW	São Paulo Fashion Week

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
1.1 Problema de Pesquisa	17
1.2 Objetivo Geral.....	17
1.3 Objetivos Específicos	17
1.3 Justificativa.....	18
1.4 Organização do trabalho	18
2 TRAJETÓRIA DA MODA: PARÂMETROS DE MASCULINO E FEMININO.	20
2.1 Identidade de gênero	20
2.2 Moda nos anos loucos.....	21
2.3 Influência da 2ª Guerra Mundial na moda	25
2.4 As cores voltam à moda com o fim da 2ª Guerra Mundial.....	27
2.5 Os embalos da moda nos anos 60.....	31
2.6 Os movimentos da moda nos anos 60/70	37
2.7 O gênero masculino entrando na moda nos anos 80 e 90	45
2.8 O bug do milênio na moda	49
3 SER MASCULINO E FEMININO.	58
3.1 Homossexualidade em evidência	58
3.2 A batalha da homossexualidade em tempos de guerra.....	60
3.3 Diferença e semelhança.....	62
3.4 Seres diferentes sob a mesma bandeira	67
4 ELES NÃO ANDAM... ELES DESFILAM...	69
4.1 Seco e molhado	70
4.2 O ícone de estilo.....	73
4.3 The Rocket Man	76
4.4 Deusa Negra	81
4.5 Rainha do pop	85
4.6 The Chameleon.....	87
4.7 YOG – Yours Only George.....	91
4.8 The Elektra	93
4.9 The mother monster.....	97
4.10 The mother”s daughter.....	99

4.11 O homem do ano	101
4.12 The Euphoria of a better world.....	106
5 DESENHANDO A FORMA: METODOLOGIA DE PESQUISA.....	108
6 ANOTHER PLACE: DEFININDO OS PARÂMETROS PARA DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO.	111
6.1 Empresa	111
6.2 Porte	111
6.3 Marca.....	111
6.3.1 Identidade de marca.....	112
6.3.2 Segmento	114
6.3.3 Concorrentes.....	115
6.4 Marketing	115
6.4.1 Produto.....	116
6.4.2 Preço	118
6.4.3 Praça	121
6.4.4 Promoção	124
6.4.5 Público-alvo.....	130
7 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO: LUZ NA PASSARELA QUE LÁ VEM ELA	132
7.1 Planejamento de coleção.....	132
7.2 Desenvolvimento da coleção.	133
7.3 Inspiração	133
7.4 Cores	136
7.5 Materiais.....	137
7.5.1 Cartela de tecidos.	138
7.5.2 Aviamentos.....	139
7.6 Elementos de Estilo	140
7.7 Desenhos	141
7.7.1 Esboços.....	141
7.7.2 Croquis.....	143
7.7.3 Desenho técnico.....	148
7.7.4 Desenvolvimento dos protótipos	149
7.7.5 Fichas Técnicas	151
7.8 Promoção e lançamento da coleção	152

7.8.1 Editorial de moda	152
7.8.2 Desfile	182
7.8.3 Experiência.....	182
8 APAGANDO AS LUZES: CONSIDERAÇÕES FINAIS	190
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	196
REFERÊNCIAS DE SITES DE PESQUISA.....	198
APÊNDICE A – FICHA TÉCNICA PEÇA 1 – TOP GRAVATA.....	208
APÊNDICE B – FICHA TÉCNICA PEÇA 2 – CALÇA SAIA.....	209
APÊNDICE C – FICHA TÉCNICA PEÇA 3 – VESTIDO MACACÃO	210
APÊNDICE D – FICHA TÉCNICA PEÇA 4 – CALÇA DRAPEADA.....	211
APÊNDICE E – FICHA TÉCNICA PEÇA 5 – CAMISETA RECORTES	212
APÊNDICE F – FICHA TÉCNICA PEÇA 6 – BLUSA CAPA.....	213
APÊNDICE G – FICHA TÉCNICA PEÇA 7 – BERMUDA BUFANTE	214

1 INTRODUÇÃO

Falar sobre evolução da moda, é um grande desafio, até porque a moda, é elemento vivo, é pulsante e se transforma rapidamente, principalmente nos grandes centros urbanos. Categorizar e classificar estilos é ainda mais difícil, visto que cada pessoa define seu estilo a partir da sua identidade enquanto ser social, expressando a relação de cada ser em si com os outros, uma forma de autoafirmar sua personalidade desenvolvida ao longo da vida. E que se transmuda, periodicamente, influenciada por inúmeros fatores.

Moda é assunto multifacetado, podendo abordar estilos desde a construção civil, passando pela decoração, linguagem, comportamentos, acessórios e chegando até o vestuário infantil, feminino e masculino. A abordagem deste trabalho delimita-se a analisar a moda do vestuário e acessórios femininos e masculinos.

Nos tempos mais remotos, os vestuários eram bem categorizados entre feminino e masculino, onde às mulheres era permitido apenas o uso de saias e vestidos e aos homens era permitido o uso de calças, camisas, calções e ternos. Porém, a partir do século XIX a moda feminina vem sendo influenciada pela moda masculina, quando começam a surgir modelos de calças para as mulheres e a adaptação dos ternos masculinos em *tailleurs*¹ femininos.

Na sociedade contemporânea, homens e mulheres tem a mesma importância para a indústria da moda, visto que a evolução das mídias tem contribuído para a proliferação de roupas de grife², perfumes, cosméticos e acessórios, sendo possível adquiri-las, inclusive do exterior, através de sites especializados.

A evolução da sociedade se deu tão rapidamente quanto a evolução da moda do vestuário, desde que a homossexualidade foi incorporada naturalmente pelo mercado da moda, a comunidade LGBTQIA+³ passa a ter uma influência bastante significativa na desconstrução dos parâmetros de gênero. Esta influência vem contribuindo para que os homens se sintam mais à vontade para consumir produtos da moda e ter maior preocupação com alguns padrões estéticos como cuidado com a pele e cabelo, que antes eram restritas ao público feminino.

¹ Tailleur é um conjunto de blazer com saia ou calça para uso exclusivamente feminino. (Ferreira, 2010)

² Marca de uma linha de produtos, geralmente vinculada à assinatura do fabricante ou do criador. (Ferreira, 2010)

³ Lésbicas, gays, bissexuais, transsexuais, queers, intersexos, assexuados e mais outras categorias. (Reis, 2018)

O desafio deste trabalho foi debater como a cultura LGBTQIA+ vem transgredindo os parâmetros de dualidade de gênero na moda ao longo dos séculos XX e XXI, contribuindo para que as pessoas adotem um estilo mais leve, mais colorido e mais descontraído, tendo prazer em se vestir, com um visual moderno e sofisticado como pode ser visto por todos os lugares, sem se preocupar tanto com o gênero da roupa, se é que roupa tem gênero. Sendo assim, este trabalho propõe uma reflexão sobre a quebra de parâmetros de dualidade de gênero na moda a partir de contribuições da cultura LGBTQIA+.

1.1 Problema de Pesquisa

Assim sendo, o problema deste trabalho de conclusão de curso de moda é responder à questão: “Quais as contribuições da cultura LGBTQIA+ para romper os parâmetros de dualidade de gênero na moda ao longo dos séculos XX e XXI?”

1.2 Objetivo Geral

Para responder a esta questão, este trabalho propôs como objetivo geral discutir como a cultura LGBTQIA+ contribui com a desconstrução dos parâmetros de dualidade de gênero na moda.

1.3 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos que norteiam este estudo são:

- a) apresentar a trajetória histórica dos parâmetros de dualidade de gênero na moda do vestuário
- b) identificar e contextualizar a população LGBTQIA+ frente aos parâmetros da moda, percebendo como ela absorve e reflete impactos no vestuário;
- c) identificar a transgressão dos parâmetros de dualidade de gênero na moda, por representantes no meio artístico da cultura LGBTQIA+;
- d) desenvolver um projeto de moda para a marca Another Place (ANP), inspirado na cultura LGBTQIA+ com a proposta de transgredir os atuais parâmetros de dualidade de gênero na moda.

1.3 Justificativa

A relevância deste estudo está em consolidar a importância da comunidade LGBTQIA+ e sua influência no mercado da moda contemporânea, agregando diversidade e criatividade na moda do vestuário, de forma a desconstruir os parâmetros do que é masculino e feminino, levando a uma moda desprovida de rótulos e colocando todos no mesmo padrão de igualdade.

Mais especificamente, destaca-se a relevância científico-acadêmica no que se refere a revisão bibliográfica sobre o tema que gerou uma documentação sobre significativas representações dessa cultura, a partir de uma organização metodológica diferenciada. Ressalta-se, também, sua relevância social, com a socialização de argumentos sobre a quebra de um binarismo reacionário, ainda presente na indústria do vestuário. Este estudo ainda traz importante contribuição política com a apresentação de insumos que estimulam a quebra de preconceitos e que podem pautar políticas públicas rumo a uma ecologia da equidade. E, finalmente, e não menos importante, este trabalho tem uma relevância estético-estilística através da criação de uma coleção expressiva nessa temática.

A nível pessoal, a importância deste trabalho está em provocar uma reflexão sobre o fato de que a sexualidade não define o caráter nem a elegância de homens e mulheres na sociedade. Portanto, não se dedicar a escrever sobre a influência da comunidade LGBTQIA+ na moda é ser cúmplice na perpetuação da negação sistemática que nutre o clima de vergonha e preconceito em torno do erotismo das relações entre o mesmo sexo e suas identidades, sendo assim estas pessoas permaneceriam invisíveis nesta discussão tão importante que é a transformação e evolução da moda do vestuário.

1.4 Organização do trabalho

Este trabalho está organizado a partir desta introdução; sendo que o capítulo 2 busca fazer uma revisão bibliográfica que subsidia o entendimento do tema com a apresentação de uma trajetória histórica de formação de parâmetros masculino e feminino na moda do vestuário. Naturalmente, não se teve a ousadia de esgotar este assunto, tão amplo, diverso e rico em marcos e personagens importantes.

O capítulo 3 apresenta a população LGBTQIA+, revisando conceitos e contextualizando como ela absorve e reflete impactos na moda do vestuário. Esta abordagem também é parcial, visando atender aos objetivos deste trabalho, visto que esta população teve a “permissão” de se expressar a partir do século XX, sendo uma parcela da população dinâmica e rica em suas individualidades, o que impossibilita abordar todas as suas ramificações e necessidades.

O capítulo 4 traz representantes da cultura LGBTQIA+, no âmbito nacional e internacional, buscando identificar suas contribuições para a desconstrução de parâmetros de masculinidade através da moda, através da sua imagem midiática.

O capítulo 5 expõe os procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento deste trabalho.

O capítulo 6 traz abordagens sobre questões de identidade da marca Another Place Comércio de Roupas Ltda, fazendo uma análise do mercado através dos conceitos de marketing.

O capítulo 7, o ápice deste trabalho, apresenta o desenvolvimento do projeto de moda inspirado nas contribuições da cultura LGBTQIA+ para a desconstrução dos parâmetros de dualidade de gênero na moda do vestuário.

No capítulo 8 são feitas as considerações finais do autor e, para encerrar, relaciona-se a extensa bibliografia utilizada, necessária para enriquecer e fundamentar este trabalho de pesquisa e apresentação dos apêndices.

Posto isso, abrem-se as cortinas para a revisão bibliográfica que subsidia o entendimento do tema com a apresentação de uma trajetória histórica de formação de parâmetros de dualidade de gênero na moda do vestuário. Que seja enriquecedor para todos, como foi para o autor deste trabalho.

2 TRAJETÓRIA DA MODA: PARÂMETROS DE MASCULINO E FEMININO.

Em sociedade tudo aquilo que compõe a identidade é construída para seguir determinados padrões. Faz-se necessário entender que identidade é um conceito que atravessa diversas áreas, passando pela psicologia, sociologia e antropologia, estando ligado às características do grupo social no qual o indivíduo está inserido. Alguns fatores como cultura, história, local e idioma são importantes para que um grupo compartilhe elementos identitários.

2.1 Identidade de gênero

O conceito cabal de identidade, segundo França (2001, p.32), seria um “conjunto de caracteres que individualiza uma pessoa ou uma coisa, fazendo-a distinta das demais”

No entanto, Reckziegel (2004) esclarece que a identidade não é somente um reflexo do comportamento de uma determinada cultura, mas sobretudo a capacidade individual de interação com o mundo de cada um de seus integrantes, sendo assim a identidade pode ser vista como uma forma elaborada de pensar o eu.

Isto posto, Hall (2006) define três concepções de identidade: o sujeito do iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno. O primeiro, definido durante o iluminismo, nos séculos XVIII e XIX, se refere à ideia de um indivíduo cuja identidade se mostra como essência do eu, permanecendo o mesmo desde o nascimento ao fim da vida. O sujeito sociológico, remete ao final do século XIX, representa o relacionamento do indivíduo com a sociedade, onde um interfere no outro. Por fim, o sujeito pós-moderno, com início na década de 1960 até os dias atuais, valoriza a sua essência buscando uma identificação com os grupos sociais com os quais tem afinidade, tendo assim diversas identidades, caracterizando uma identidade móvel. O autor destaca que a moda é um veículo de expressão de identidade e que este conceito sofreu profundas modificações, inclusive contribuindo para romper com a visão vigente na sociedade pré-moderna, onde o sujeito era possuidor de uma identidade fixa, rígida e unificada. O sujeito pós-moderno, por sua vez, apresenta uma identidade fragmentada, composta por várias identidades, que podem ser contraditórias e que encontra na moda a possibilidade de expressá-las.

Todavia, Lipovetsky (2009) ressalta que as reviravoltas na moda são o efeito de novas valorizações sociais ligadas a uma nova posição e representação do indivíduo em relação ao coletivo. Sendo assim, a moda é um corolário de uma nova relação de si com os outros, do desejo de afirmar uma personalidade própria desenvolvida ao longo da vida.

Svendsen (2010) ensina que a moda tem papel significativo no que se refere à identidade, porém há uma diferenciação entre moda e vestimenta: a moda é um fenômeno social amplo, aplicado a várias áreas, na qual a vestimenta aparece como uma delas, atuando entre o indivíduo e a sociedade, por meio do vestuário é possível expressar-se e comunicar-se e pode representar um símbolo de pertencimento.

Frente a este cenário, é importante destacar que identidade de gênero e a orientação sexual são aspectos distintos, mas interligados, da individualidade de cada pessoa, esclarece Nunan (2015). A identidade de gênero refere-se à forma como uma pessoa se identifica em termos de masculinidade, feminilidade ou uma identidade de gênero não binária, que não se encaixa exclusivamente nas categorias tradicionais de homem e mulher. É frente a sua identidade de gênero que as pessoas buscam se posicionar e consumir os artigos e vestuário da moda que passam por constante alterações.

A partir deste entendimento, faz-se necessário conhecer as diversas transformações ocorridas na moda do vestuário a partir das alterações na sociedade mundial e como diferentes grupos sociais foram influenciados, a partir da modernização dos meios de produção e da libertação feminina fruto de importantes movimentos sociais que resultaram em mudança na moda e nos costumes da sociedade.

2.2 Moda nos anos loucos

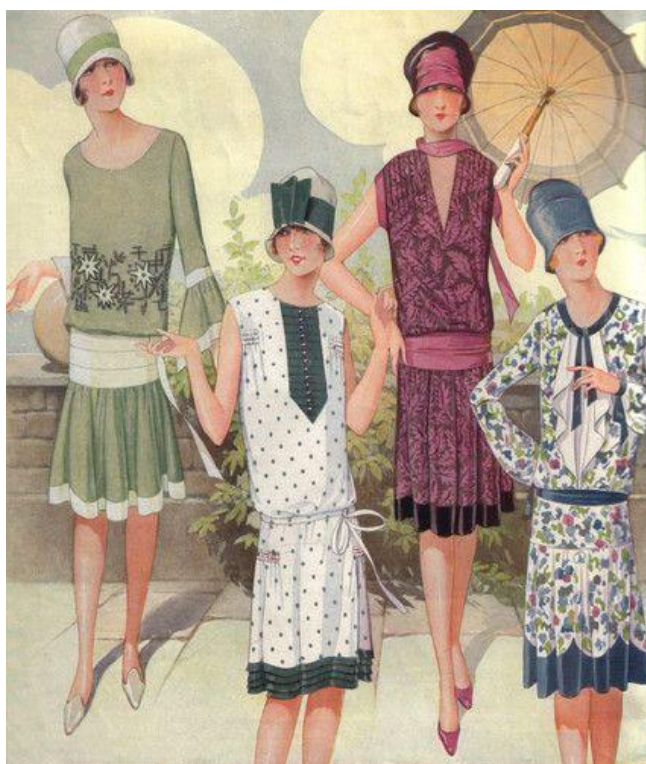
A década de 1920 ficou conhecida como os “anos loucos” porque foi um período de intensas mudanças sociais, culturais e econômicas. Essa época, informa Domingues (2015), ficou marcada por uma sensação de euforia, experimentação, prosperidade econômica e uma nova forma de vida urbana, decorrente do fim da Primeira Guerra Mundial.

Concomitantemente, a era da industrialização que se estendeu até a primeira metade do século XX, explica Craik (2005), contribuiu para trazer grandes

transformações que se refletiram diretamente na moda. A principal, foi a grande variedade de vestimentas, levando à democratização da moda, transformando os pesados e austeros trajes do século XIX em trajes mais leves, mais simples e mais coloridos, apesar de serem cores claras, como verde, azul, rosa, os tradicionais branco e cinza e os florais.

O convencional, até então, era o uso de vestidos e saias longas pelas mulheres. Com a chegada dos anos 20 elas abandonaram os espartilhos e passaram a usar cabelos curtos com pálpebras pintadas de cor escura e lábios vermelhos; os vestidos com decotes e comprimentos mais curtos, com meias finas cor da pele, informa Domingues (2015). A figura 1 apresenta alguns modelos deste novo tempo.

Figura 1 - Moda feminina ano 1920



Fonte: A moda e o tempo: anos 1920, 2022. Disp. modahistorica.blogspot.com

Na figura 1 observa-se o comprimento no joelho, dos vestidos e saias das mulheres neste período, decotes discretos e alguns vestidos sem manga, como acessórios eram usados chapéus, lenços no pescoço e colares de pérolas. O encurtamento das roupas femininas, em relação ao século anterior, ocorreu para

facilitar a vida das mulheres que começavam a trabalhar fora, ao fim da primeira guerra mundial, representando uma das primeiras transformações na moda feminina.

Outra transformação significativa na moda feminina, na década de 20, foi a criação das calças compridas, pela estilista francesa Coco Chanel, conhecida por ser uma das primeiras mulheres a usar calças no dia a dia, retratada na figura 2.

Figura 2 - Coco Chanel e sua calça pantalone - 1920



Fonte: Chanel, 138 anos. Disp. www.elasnotapetevermelho.com.br

A figura 2 apresenta a estilista Coco Chanel usando uma das suas sete principais criações, a calça pantalone, tendo sido caracterizada desta forma, apesar das pernas não serem muito amplas, valorizando a praticidade do uso, relata Espinossi (2021). Chanel caracterizava-se por ter um estilo revolucionário, prático, simples e confortável.

Por outro lado, a moda masculina, no começo do século XX, caracterizava-se por forte conservadorismo e resistência à mudança, segundo Craik (2005), mantidas a partir de diversas campanhas contra o excesso, que ridicularizavam tendências

anteriores (como babados e rendas), reforçadas por colunas sobre moda masculina escritas por alfaiates que vendiam a imagem do cavalheiro perfeito.

Destaca-se que o papel do gênero aparece tão forte no vestuário, naquele período, que havia uma espécie de norma hegemônica da masculinidade, conforme explica Crane (2006), na qual o homem deveria se encaixar nos padrões de poder físico e controle, bem como de orientação sexual, se vestindo de forma adequada e compatível com seus papéis patriarcais. Assim, os homens se preocupavam em exibir uma imagem conservadora mesmo com as diversas mudanças que ocorriam nas roupas masculinas, com vários tipos de calças, casacos, chapéus e gravatas, como exposto na figura 3.

Figura 3 - Modelos de ternos masculinos em 1920



Fonte: Moda masculina em imagens: década de 20, 2022. Disp. [wordpress.com](https://www.wordpress.com)

A figura 3 representa alguns modelos de terno masculino, com algumas variações como abotoamento, bolsos, comprimento do blazer e das calças, podendo ser usados casacos longos, inspirados nas capas de chuva. Destaca-se na figura, a imagem central, com um jovem usando uma calça mais curta e boina, este modelo era inspirado nos trajes para prática de esportes.

Portanto, os homens elegeram o terno como sua peça de vestuário por excelência, mantendo a seriedade e sobriedade no vestir, buscando passar uma imagem de confiabilidade e respeitabilidade, preferiam cores sóbrias como preto, marrom e o cinza. Esta tendência se manteve ao longo da década de 30. Todavia, com o início da 2ª Guerra Mundial, acontecem importantes alterações na sociedade que tem impacto direto na moda.

2.3 Influência da 2ª Guerra Mundial na moda

Ao final da 2ª Guerra Mundial, na década de 40, observou-se algumas mudanças no padrão estético da vestimenta utilizada por homens e mulheres, esclarece Veillon (2004), onde o vestuário masculino incluiu algumas cores e padronagens como o xadrez e listrado, o famoso risca de giz, que estão apresentados na figura 4.

Figura 4 - Ternos masculinos – Década de 40



Fonte: Composição do autor (Imagens: cinema para sempre e vestido de noiva)

A figura 4 apresenta, à esquerda, o ator Clark Gable utilizando um terno risca de giz que se popularizou a partir da exibição do filme “E o vento levou”, no início da década de 40. E, à direita, ternos de outros padrões da moda masculina, na mesma década, composta por cores básicas, camisa lisa, blazer alongado com três botões e calçados bicolores ou escuros. O lenço no bolso, chapéu e a gravata eram os acessórios masculinos usuais, sendo que alguns homens de classe nobre, também utilizavam uma bengala. Durante o período da guerra, havia muito racionamento e por isso a moda era bem básica com cortes retos e sem excessos.

A moda que, até então, era utilizada para acentuar as diferenças de sexo, status político e social passa a ser compreendida como estilo, com o traje feminino inspirado em roupas masculinas e uniformes militares usados na guerra, como pode ser visto na figura 5.

Figura 5 - Moda Feminina após 2ª Guerra Mundial



Fonte: Moda nos anos 40⁴

Cidreira (2008, p.39) ensina que “a moda se converte em estilo, à medida que responde à necessidade de exprimir uma nova perspectiva ou conteúdo da realidade cultural e social”. Dessa forma, como representado na figura 5, o terno masculino em tons variados de cinza, preto e marrom, o qual indicava uma condição de

⁴ Disponível em <https://www.historiadamoda.com.br/2021/02/moda-anos-40-caracteristicas-eua.html>

masculinidade urbana, perde seu status e cede espaço para adoção de um estilo feminino usado como traje urbano, que apresentavam ombros quadrados, cintura ajustada e vestidos e saias na altura dos joelhos.

As cores variavam de acordo com a disponibilidade de pigmentos, devido ao racionamento do período, as roupas eram utilitárias⁵ e feitas para durarem muitas estações, por isso as cores precisavam ser democráticas e atemporais, explica Lira (2018). A figura 5, apresenta a diferença entre a roupa utilitária na Inglaterra (imagem da esquerda) e nos Estados Unidos (imagem da direita), essa diferenciação aconteceu devido ao racionamento ser mais rigoroso na Inglaterra. Destaca-se também o modelo com calças compridas, explica Lira (2018), que passaram a ser usadas em ambientes de trabalho e para se abrigar do frio, visto que as meias calças também desapareceram do mercado, porque o nylon passou a ser usado para fabricar paraquedas. Este período de escassez perdurou durante todo o período, porém com o final houve importante empenho por parte dos países europeus e norte-americanos para recuperação da economia mundial.

2.4 As cores voltam à moda com o fim da 2ª Guerra Mundial

A moda na primeira metade da década de 1950, seguiu os padrões da moda utilitária do período da guerra, devido à escassez de recursos de produção. Mas, Lira (2018), destaca que este período foi marcado por dois modelos distintos em relação ao vestuário, ambos desenvolvidos pelo estilista Christian Dior. O primeiro, denominado *new look*, com abundância de tecidos, saias rodadas e estruturadas por anáguas, que podiam ser simples ou enfeitadas por rendas, fitas e laços, apresentado na figura 6.

⁵ Roupas utilitárias são aquelas em que sua função é mais importante do que a parte estética.

Figura 6 – Modelos New Look – 1950



Fonte: Moda anos 50, 2022. Disp. Historiadamoda.com.br

Os modelos new look, apresentados na figura 6, foram desenvolvidos pelo estilista buscando contrapor o modelo utilitário do período da guerra, os modelos utilizavam muitos metros de tecidos e anáguas, foram desenvolvidos em cores fortes e alegres como vermelho, azul, amarelo, floral, bicolor e todas outras possibilidades que as mulheres quisessem.

O segundo modelo, com formato “I”, usava menos tecido, era ajustado ao corpo com a cintura marcada. Era um modelo moderno e mais prático, foi muito usado pelas mulheres em ambientes de trabalho, pela sua praticidade, retratados na figura 7.

Figura 7 - Modelos I – 1950

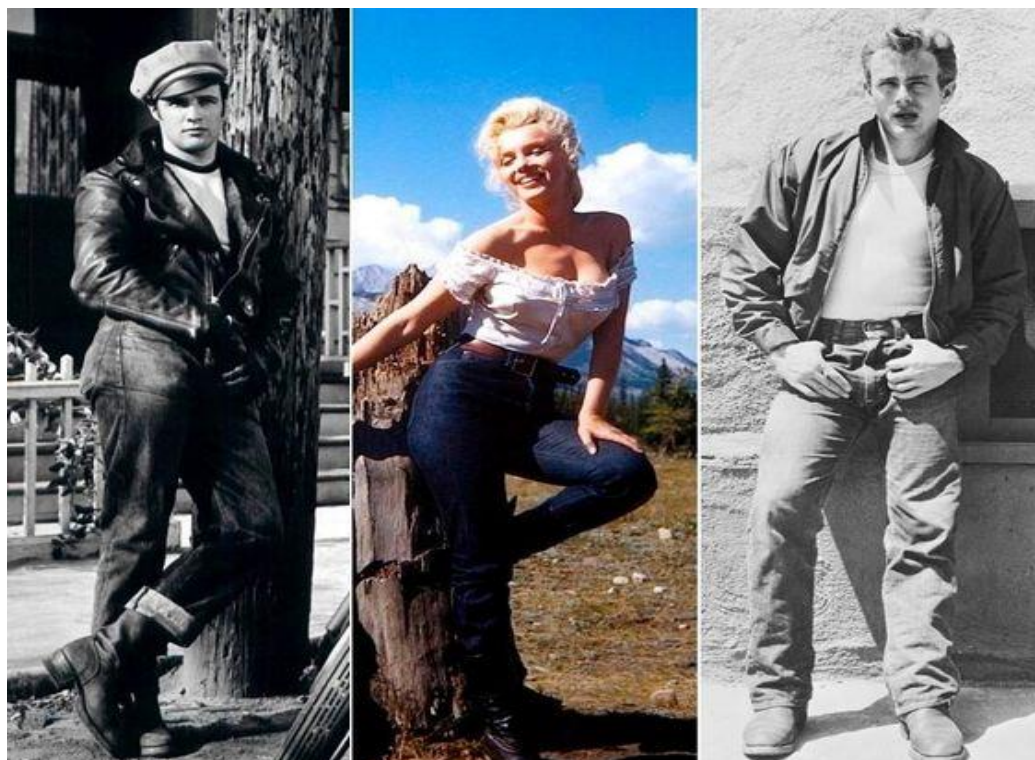


Fonte: Moda anos 50, 2022. Disp. Historiadamoda.com.br

A figura 7 apresenta os modelos, também desenvolvidos por Christian Dior, que representavam uma alternativa mais usual no cotidiano feminino sem perder a elegância e sofisticação.

Outro acontecimento importante para a moda na década de 1950, foi a ascensão das calças jeans, também conhecida como denim, a peça entrou no gosto popular e passou a ser usada sem restrições por homens e mulheres, jovens e adultos. Por se tratar de uma peça de baixo custo, informa Bass-Krueger (2021), a peça começou a ser usada, inicialmente, por trabalhadores e, posteriormente, por todos que buscavam apresentar uma aparência casual e despojada, pois a calça jeans é uma peça bastante democrática que se harmoniza com camisas e camisetas de todos os estilos, modelos e cores. A calça jeans popularizou-se, principalmente, após os atores Marlon Brando e James Dean, representarem personagens no filme Juventude Transviada, em 1955. As possibilidades de uso da calça jeans na década de 50 está apresentada na figura 8.

Figura 8 - Calça jeans - 1950



Fonte: Moda anos 50, 2022. Disp. Historiadamoda.com.br

A figura 8, apresenta a calça jeans, sendo usada por homens e mulheres. Quando usada pelas mulheres, era combinada com blusas informais, sapatos ou tênis para passar uma imagem despojada. Os homens a usavam, composta por uma camiseta jeans, jaqueta de couro, bota ou tênis, passando a ser itens obrigatórios nos guarda-roupas da juventude de 1950.

Para os homens mais velhos ou ocasiões mais formais, segue a tendência dos ternos, com a possibilidade de ampliar a cartela de cores, para o conjunto e para camisas, gravatas, lenços e cintos, como apresentado na figura 9.

Figura 9 - Modelos de terno – 1950



Fonte: Moda masculina em imagens: década de 50, 2022. Disp. wordpress.com

Observa-se na figura 9 que os ternos estão mais coloridos, a risca de giz continua presente, com diferentes opções de abotoamento, as calças estão mais largas e o comprimento do paletó está mais curto, destaque também para as lapelas que estão mais amplas. Estas cores são um preâmbulo para a década revolucionária que está por vir.

2.5 Os embalos da moda nos anos 60

Os anos 1960, representaram um ponto de mudança, sendo um período de quebra de diversos paradigmas e comportamentos que, conseqüentemente, reverberaram nas formas de agir e vestir. Os homens se distanciaram dos alfaiates, buscando novas estratégias para adquirir seus trajes, que ficaram mais leves e coloridos, como apresentado na figura 10.

Figura 10 - Vestuário Masculino Anos 60



Fonte: Moda masculina 1960 of fashion, 2022, Disp. [1960's of Fashion on Behance](#)

Na década de 60, retratada na figura 10, pode-se observar que os homens passaram a possuir um comportamento mais ousado, seja em modelagens, cores ou padronagens, são vários modelos de calças e camisas, incluindo as de golas altas e uso de adornos no pescoço como os lenços no lugar da gravata.

Para Braga (2004 apud CIDREIRA, 2008, p.40):

O homem deixou de usar o costume e gravata para aderir às modernidades vigentes em jaquetas com zíper, golas altas, tecidos também sintéticos, botas, calças mais estreitas, além das camisas coloridas ou estampadas. O homem estava voltando a se enfeitar e a difusão da moda unissex [...] só contribuiu positivamente para isso.

Estas mudanças foram possíveis tendo em vista que, nos anos 60, a indústria da moda passou por significativas transformações, como discorre Lipovetsky (1990), trazendo propostas audaciosas para a vestimenta feminina, que adquiriu a liberdade de escolha, livrando-se do padrão das roupas dos anos anteriores. A moda trouxe a minissaia criada por Mary Quant, o smoking feminino de Yves Saint-Laurent e a moda futurista de Correges, as roupas tinham cores vibrantes e padronagens como poá,

listras, xadrez, geométrico e o tie-dye.⁶ As mais ousadas adotaram o brilho dos tecidos metalizados tanto nas peças de vestuário, quanto nos calçados. A figura 11 apresenta a minissaia.

Figura 11 - Minissaia em 1960



Fonte: Minissaia – Disp. [Mary Quant, a minissaia e a liberação feminina – MONDO MODA](#)

A figura 11 mostra o uso de minissaia pelas mulheres nas ruas, no seu dia a dia. A minissaia se tornou tão popular que gerou protestos contra Christian Dior quando não a colocou em suas coleções em 1966, relata Crane (2006).

Outro ícone no vestuário na década de 60 foi a utilização de roupas com padronagem tie-dye, influência da contracultura hippie. Chamado de shibori no Japão e de bandhani na Índia, explica Gonçalves (2007), apesar da mesma essência, o tie-dye tem particularidades em cada região – como a forma de torcer, dobrar ou amarrar o tecido antes do tingimento ou o tipo de pigmento usado. O tie-dye está apresentado na figura 12.

⁶ Tie dye significa, "amarrar e tingir" em inglês. Ele surgiu nos EUA quando esse tipo de estampa irregular feita de forma artesanal ganhou destaque atrelada ao movimento hippie. In: Enciclopédia da moda. São Paulo: Companhia das Letras, 1992)

Figura 12 - Janis Joplin usa tie-dye no The Music Scene em 1969



Fonte: Janis Joplin, 2022. Disp: Revista Elle, 2022⁷

Na figura 12 pode-se ver o efeito irregular do tie-dye que tem essa característica por ser criado por meio de um processo que não permite controle absoluto do resultado, explica Gonçalves (2007), o tie-dye era visto pelo público como expressão de liberdade. Uma característica forte dessa época era o uso de cores intensas que, mescladas dessa forma imprevisível, ganhavam um aspecto psicodélico, outro ponto bastante valorizado pelo movimento hippie.

Com toda a transgressão ocorrida na cultura dos anos 1960, a moda de passarela trazia várias inovações, como os lançamentos do smoking feminino de Yves Saint-Laurent e a calça saint tropez de Christian Dior, apresentadas na figura 13.

⁷ Disponível em <https://elle.com.br/moda/tie-dye-a-historia-da-estampa-que-voltou-com-tudo-e-que-pode-fazer-em-casa>

Figura 13 - Smocking feminino e Calça Saint Tropez – 1960



Fonte: Moda – 1960 Disp. [Tuxedo Style | Vogue France](#)

As figuras 11, 12 e 13, apresentam algumas das transformações ocorridas na moda feminina na década de 60, sendo que grande parte desta mudança ocorre em virtude dos movimentos feministas⁸ da época, os quais pregavam a igualdade entre os sexos e, conseqüentemente, rompiam os paradigmas do que deveria ser roupa masculina e roupa feminina (CIDREIRA, 2008; BLACKMAN, 2014).

Por seu turno, a moda masculina adquire um novo nicho a partir das coleções de Pierre Cardin, que passa a dividir o movimento das coleções femininas com lançamentos sazonais para o homem. A figura 14 apresenta uma amostra da coleção do estilista Pierre Cardin em 1960, uma moda diversificada e colorida que vestia homens e mulheres.

⁸ Movimento Feminista surgiu nos EUA na segunda metade da década de 60, é um movimento social por direitos civis, protagonizado por mulheres, que desde sua origem reivindica a igualdade política, jurídica e social entre homens e mulheres.

Figura 14 - Coleção Pierre Cardin – 1960



Fonte: Legado Pierre Cardin, 2022 – Disp. [Cardin - Guia JeansWear](#)

A figura 14 mostra o vanguardismo do estilista Pierre Cardin que, lá em 1960, desenvolveu uma coleção ousada e colorida, mostrando que a moda poderia ser explorada também pelo homem e não apenas pela mulher. Trouxe modelos futuristas, mais leves, com cortes retos, sem colarinhos, onde homens e mulheres se vestiam da mesma maneira, de acordo com David (2021), usando peças de malha ajustadas com estampas geométricas, associada a túnicas, colares e pingentes. Com essa visão nada preconceituosa, alcançou um resultado de vendas, na sua coleção masculina, seis vezes superior ao obtido com seus negócios de moda feminina. Foi a partir desta coleção, continua o autor, que Cardin ganhou notoriedade para desenvolver o figurino para os Beatles, inovando os ternos masculinos com a mudança dos colarinhos, conhecido como “gola de padre” e se consagrou como o estilista da banda, como pode ser visto na figura 15.

Figura 15 - Figurino dos Beatles – 1960



Fonte: Legado Pierre Cardin, 2022 – Disp. [Cardin - Guia JeansWear](#)

A figura 15 apresenta um modelo de terno o paletó com debrum ao longo de todo ele, sem golas, deixando aparente o colarinho da camisa e a gravata, com abotoamento simples, na cor cinza e tornou-se marca registrada do Beatles. Este modelo virou referência entre os jovens daquele ano, sendo que alguns o relacionavam com as batinas dos padres, devido à falta de colarinho, Crane (2006) relata que isto trazia para o grupo, e para os que usavam este modelo, a ideia de pureza. Estas mudanças na moda no vestuário propostas por Pierre Cardin, são um prenúncio das mudanças que começam a ocorrer na moda mundial a partir de movimentos culturais do final da década de 60 e durante os anos 70.

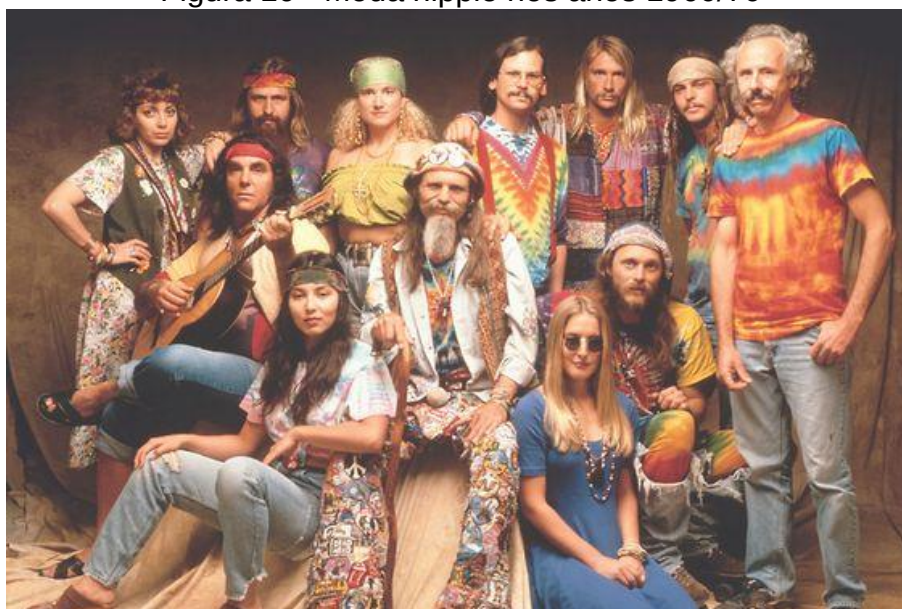
2.6 Os movimentos da moda nos anos 60/70

Paralelamente, a noção de uma moda jovem, o conceito de vestuário unissex e a consequente abolição dos limites entre o guarda-roupa masculino e feminino ganham um impulso significativo com o advento da antimoda hippie⁹, como explica Lipovetsky (1990). Tanto que o movimento hippie, de acordo com Seeling (2000), foi

⁹ Antimoda refere-se à composição indumentária elaborada a partir de “normas francamente hostis aos cânones oficiais” e “que ganharam corpo socialmente mas, longe de destruir o princípio da moda, só tornou mais complexa e diversificou sua arquitetura geral.” (cf. LIPOVETSKY, Gilles)

pródigo na produção artesanal e na confecção de produtos que se tornaram verdadeiros ícones de reconhecimento externo do movimento como as batas de inspiração indiana, calças jeans boca-de-sino com aplicações, acessórios artesanais, o visual flower power¹⁰, que colocaram em evidência o seu caráter de contestação a um determinado padrão de beleza. Este movimento além de impulsionar uma transformação na moda com peças mais leves e coloridas também trouxe uma proposta musical com canções que falavam de paz, natureza e propondo uma fluidez de expressões, amor, sexo e comportamento. A influência da antimoda hippie está representada na figura 16.

Figura 16 - Moda hippie nos anos 1960/70



Fonte: Moda hippie, 2022. Disp. [\(364\) Pinterest](#)

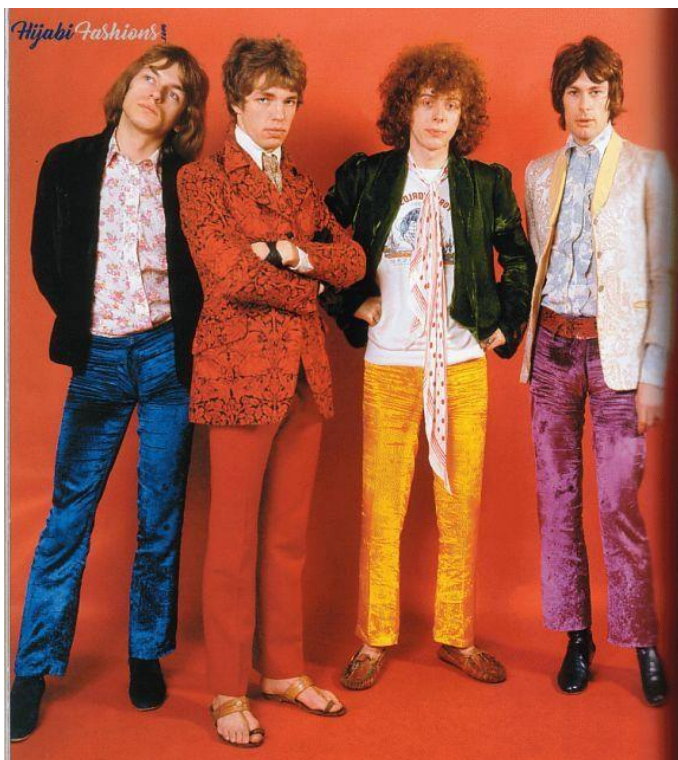
A figura 16 representa alguns tipos de vestimenta na moda hippie, movimento que perdurou durante as décadas 1960 e 1970, sendo as mais contestadoras do século passado, aponta Cardoso (2005). Observa-se, além da presença das calças jeans rasgadas ou sem bainhas, as roupas bem coloridas, com sobreposições de coletes ou camisas, cabelos compridos e como adereços eram utilizados lenços na cabeça e muitos colares. Nesta moda, destaca-se o uso da cor, associada a cultura psicodélica e o estilo unissex, onde batas, camisetas, calças e cabelos compridos eram usados por ambos os sexos. As roupas, em geral, coloridas, com bastante tie-

¹⁰ Flower power valorizando o poder das flores em suas roupas e canções para falar de paz, natureza e amor. (CARDOSO, 2005)

dye, estampadas com flores e motivos orientais que remetiam à essência do movimento enaltecendo paz e amor.

Essa ousadia na moda, explica Blackman (2014), foi reforçada pelo movimento Peacock Revolution¹¹, que contribuiu muito para a quebra de padrões, trazendo cores, silhuetas, misturas e excentricidade, como elementos comuns do vestuário do homem influenciado pela revolução ocorrida nos Estados Unidos, em 1960. A liberdade trazida pelo movimento derrubou as margens que definiam os gêneros e deu aos homens a possibilidade de se expressarem de forma única e singular, sem estar atrelados aos pré-conceitos de como um homem deveria ser e se vestir. O grupo The in Crowd, na figura 17, representa os modelos de roupa masculina inspiradas nesta revolução.

Figura 17 - Grupo The in Crow - Revolução do Pavão – 1960



Fonte: Peacock Revolution, 2022 – Disp. [The Trend Spotter](#)

Como pode ser visto na figura 17, o movimento trouxe para a moda masculina looks que eram inovadores, geralmente incluíam camisas com babados, túnicas, golas de tartaruga, calças com boca de sino e cintos trançados. Esta moda, aponta Blackman (2014), popularizou o uso de tecidos como cetim e veludo, estampas florais

¹¹ Peacock Revolution também conhecida como Revolução do Pavão foi uma revolução na moda masculina, nos anos 60, que trouxe novos estilos de cabelos e vestuário. (BLACKMAN, 2014).

usadas em blazers e camisas, os calçados são mais descontraídos com a utilização de sandálias, mocassins e botas. Os ternos também apresentavam cores brilhantes e estilos incomuns. Até mesmo os cabelos são influenciados e começam a ser usados em comprimentos mais longos e cortes ousados.

Devido a esse caráter altamente revolucionário da década de 60, a moda permanece impulsionada por todos estes movimentos ao longo da década de 70, tanto que foi inspirada nos movimentos de contracultura, como o feminismo e o movimento hippie. Desta forma, a partir da década de 70, a distinção entre a moda masculina e feminina fica cada vez mais distante, com ambos os gêneros usando calças boca-de-sino, batas, e peças em jeans que se torna bem presente, conforme demonstrado na figura 18.

Figura 18 - Moda masculina e feminina anos 70



Fonte: Moda unissex – Disp. [\(420\) Pinterest](#)

A figura 18 apresenta os modelos em jeans de roupas masculina e feminina, sendo calças com bocas largas e batas, inspiradas no movimento hippie e calçados plataformas que também eram usados por homens e mulheres.

Outro fator que influenciou na aproximação dos gêneros na moda, foi o movimento punk que surgiu em nos anos 70, em Londres. De acordo com Gallo (2008), apesar de sua proximidade temporal com o movimento hippie na década de 1960, os punks divergem completamente em sua ideologia e expressões estéticas. No caso dos punks, os jovens adotaram uma atitude agressiva demonstrando oposição às crenças nos ideais de paz e felicidade que os hippies difundiam. Até mesmo porque estes jovens eram oriundos da periferia, onde a realidade social era diferente e onde identificavam um mundo de miséria, lidavam com crimes e drogas, vivenciavam abusos e violência policial e familiar e conflitos étnicos. Sendo assim, desenvolveram uma cultura de resistência que consistia na recusa aos padrões vigentes.

O movimento punk se apropriou de diversos ícones de agressividade para transmitir simbolicamente que contrariava o contexto de comportamento e moda ao qual pertenciam. Um dos principais foi adotando a utilização de spikes, que consistem em aviamentos metalizados, originalmente utilizados para adornar as jaquetas de rockeiros, segundo Castro, Martins e Ferreira (2019). Aderiram amplamente ao uso de couro em calças, jaquetas e coletes, meias arrastão, correntaria, peles tatuadas, cabelos tingidos e estruturados, uma revolução para os costumes da época.

A rebeldia do movimento, conforme relatam os autores, foi rapidamente associada às bandas de rock metaleiro ou heavy metal que surgiram no período e criaram o estereótipo do punk rock, como é conhecido até os dias atuais, devido à sua força de expressão musical. Ganhou destaque com a banda Sex Pistols, cujas letras musicais afrontavam a sociedade da época e abordavam questões relacionadas à submissão social. Seus figurinos foram propagados em turnês musicais nas quais a figurinista era Vivienne Westwood, que até hoje é conhecida como a “estilista punk” pela propagação da estética e da ideologia do movimento, como pode ser visto na figura 19.

Figura 19 – Moda movimento punk



Fonte: Moda Punk, 2022. Disp em [Cultura Punk | mo Scene • Gótico • Oficial Amino \(aminoapps.com\)](https://cultura.punk|moScene.Gótico.OfficialAmino.aminoapps.com)

A figura 19 representa a moda punk, onde a característica é a forte presença do couro ou vinil nas jaquetas, calças coloridas e coladas ao corpo e muitas correntes. É importante, também, destacar os cabelos que além do corte no estilo moicano eram coloridos, tudo no estilo punk poderia ser usado sem preocupação com o gênero.

Portanto, o impacto do punk se estendeu além da música para influenciar a moda, as artes visuais e os espaços sociais. De acordo com Worley (2018), o punk forneceu uma configuração cultural de inovação criativa e abriu espaço para expressão e liberdade social, além de oferecer bases para estilos de vida alternativos.

O movimento glam rock ¹², também trouxe contribuições marcantes para a moda de 1970, contribuindo para desconstrução de gêneros na moda. Este movimento, segundo Maus (2016), naturalizou os movimentos do corpo e da indumentária percebidos no estilo hippie, tornando-os excessivos e glamorosos, como exposto na figura 20.

¹² Abreviatura do termo glamour rock (também conhecido como glitter rock), é um subgênero do rock, surgiu na Inglaterra em 1970. ([Entenda o que foi o Glam Rock – MONDO MODA](#), 2022).

Figura 20 - David Bowie e Marc Bolan representantes do estilo Glam Rock



Fonte: David Bowie e Marc Bolan, 2022. Disp. vogue.pt

A figura 20, apresenta dois expoentes do gênero glam rock, David Bowie e Marc Bolan, trouxeram para os palcos uma personificação excêntrica e provocativa, usando em sua indumentária muita cor, muito brilho, com calçados de salto ou plataformas, apresentando cortes de cabelos irreverentes e mais alongados, também utilizavam maquiagens. Este estilo veio como contraponto ao hippie e punk, que eram vistos como estilo trash¹³, tanto que David Bowie declarou à revista Rolling Stones em 1970 como um anti-hippie: “Eu quero estrangulá-los com seus colares!” (GOFFMAN; JOY, 2007, p.343).

No final dos anos 70, a moda passa por novas transformações, com o arrefecimento da moda hippie e influenciada pelo que se usava nas discotecas, explica Fogg (2013), ficando conhecida como estilo “disco”, com John Travolta como seu maior representante devido a sua participação no filme “Os embalos de sábado à noite”, como pode ser visto na figura 21.

¹³ Estilo surrado, sujo, rasgado, desfiado. (Tradução livre).

Figura 21 - Moda disco 1 - 1970



Fonte: Moda disco 1, 2022. Disp. [The Trend Spotter](#)

A figura 21, traz uma das cenas de John Travolta no filme “Os embalos de sábado à noite” com o novo modelo de terno que vem com três peças e lapelas amplas, calças de pernas largas - pantalonas - e coletes altos, a variedade de cores continua presente. Esta moda permitia variações que atendia o público jovem e adulto, podendo ser usada no dia a dia ou nas discotecas, demonstrado na figura 22.

Figura 22 - Moda disco 2 – 1970



Fonte: Moda disco 2, 2022. Disp. [The Trend Spotter](#)

A moda disco, representada na figura 22, era versátil e alcançou as calças jeans sendo adotada pelo público jovem, trouxe acessórios que incluíam óculos de sol, gravatas largas e ousadas, colares longos e pontiagudos, lenços de cetim, cintos grossos com fivelas grandes e cintos de tecidos, bandanas e calçados de plataforma, como relata Brewer (2022). Esta moda influenciada pelos movimentos culturais, traz uma nova batida para os anos 80, onde observa-se uma espécie de revolução masculina.

2.7 O gênero masculino entrando na moda nos anos 80 e 90

Ao chegar nos anos 1980, a mídia e a indústria da moda passaram a dar mais importância ao homem enquanto consumidor, a moda mesclava o vestuário associado à tradicional masculinidade, cultivada durante o final do século XIX e XX, conforme Crane (2006), devido a tradição do uso do terno e roupas mais estruturadas em eventos profissionais e sociais, com outros estilos influenciados pelos movimentos ocorridos nas décadas de 60 e 70 que trouxeram trajes mais leves, descontraídos e coloridos, refletidos nas roupas usadas no dia a dia e em festas, resultando numa moda ousada, atrevida e irreverente, como pode ser visto na figura 23 e 24.

Figura 23 – Ternos tradicionais ano 1980



Fonte: Beleza masculina 1980 ¹⁴

A figura 23 apresenta alguns modelos de terno masculino, tradicionalmente usados nos anos 80, observa-se que um tem uma modelagem mais ampla, com pregas no cóis da calça, sendo que o comprimento do blazer é bem longo, destaca-se também as ombreiras que eram o forte dos modelos naquele ano. E outro, era bem justo e composto por três peças.

A figura 24 explora uma moda mais casual e descontraída, podendo ser usada tanto no dia a dia quanto em festas. Uma influência nos anos 1980 foram as roupas de academia que vieram para a rua através de calças coladas e muito coloridas.

¹⁴ Disponível em <https://www.belezamasculina.com.br/moda-masculina-anos-80-conheca/>

Figura 24 - A moda casual dos anos 80

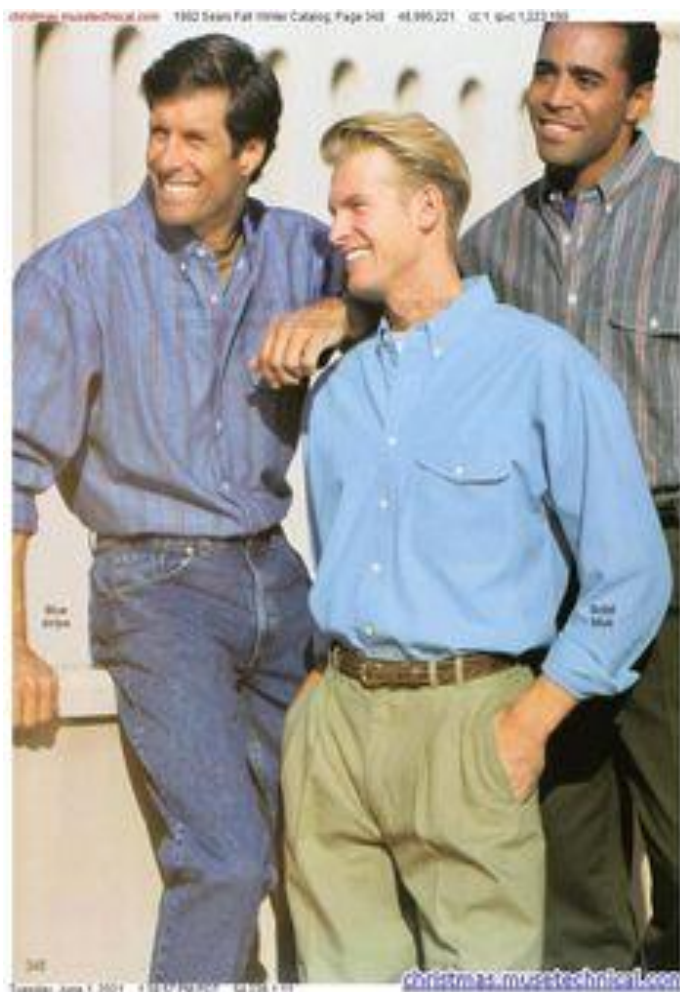


Fonte: Tendências anos 80 – Disp. tendenciasonline.com.pt

A figura 24, apresenta a tendência de se usar parte da lingerie à mostra, os cabelos femininos bem repicados e o uso de laços, resgatando uma inspiração dos anos 60, conforme já exposto.

Os anos 1990, por sua vez, foram caracterizados pela exploração da imagem do novo homem (CRAIK, 2005), mais preocupado com sua aparência e cuidados com a estética, ficou também conhecido como metrossexual, redefinindo a estética e os hábitos na moda masculina, se distanciando do visual despreocupado dos hippies assim como de uma identidade masculina tradicional. O metrossexual se referia ao homem que estava assumindo a sua vaidade e o seu lado feminino frente ao espelho, explica Garcia (2011). Suas novas preocupações incluíam depilação, bronzamento artificial e malhação para alcançar um corpo definido. Isso possibilitou uma ampliação da abordagem de novos consumidores por parte do mercado de moda através de diversas estratégias, as quais incluíam qualidade de vida, cuidados com a forma física e atributos de beleza. Na figura 25 pode-se identificar os estilos mais presentes na moda masculina na década de 90.

Figura 25 - Moda masculina – 1990



Fonte: Moda masculina, 2022. Disp. [\(366\) Pinterest](#)

A figura 25 apresenta alguns modelos de roupa masculina ao longo da década de 90, observa-se que as calças têm um corte mais amplo, em tecidos de sarja e jeans, camisas sociais podendo ser coloridas, listradas ou xadrez, usando as mangas arregaçadas ou não, uma moda bem descontraída.

Assim, a moda passou por diversas transformações, ao longo do século XX. Por um lado, possibilitou que mulheres passassem a usar calças compridas, camisas, blazers, smookings que, há algumas décadas, eram consideradas roupas masculinas. Por outro lado, aos homens foi permitido o uso de roupas mais leves e descontraídas como uso de calças com boca de sino, batas e camisas fluidas e coloridas com tecidos como seda, usar e abusar de acessórios como lenços no pescoço, cintos de tecido, faixas na cabeça e até sapatos plataforma. Todas essas mudanças ocorreram devido aos diversos movimentos de contracultura e trouxe mais liberdade para homens e

mulheres, reduzindo as diferenças de estilo entre eles, levando os homens a assumirem um novo papel na moda, assim preparados para entrada no novo século.

2.8 O bug do milênio na moda

A chegada dos anos 2000, marca a entrada em um novo século, caracterizando-se pela globalização tecnológica, com avanços na tecnologia de informação e comunicação. A expectativa é que houvesse grandes transformações na moda, tendo em vista que o mundo estava conectado, todavia o que se observou foi a releitura de alguns modelos de roupas de décadas passadas com adaptações necessárias para o novo século e a tendência a se usar materiais tecnológicos como elementos translúcidos e uso de cores metalizadas.

Neste sentido, Rech e Gomes (2016) explicam que a demanda por novidade característico do sistema da moda, nem sempre são atendidas pelas propostas de novas tendências apresentadas por marcas do segmento, sendo recorrente a utilização de elementos estéticos outrora já empregados. Assim, marcas de roupas e acessórios revisitam décadas anteriores, culturas de um período específico e personalidades do passado.

Apesar disso, a tendência de moda da década 2000 ficou conhecida como a moda Y2K, como explica Coronato (2021), **Y** se refere à palavra year (ano, em inglês), **2** a dois e **K** a mil.. A proposta era de combinações ousadas, texturas diferentes (como tecidos metalizados, vinil e peças de couro), mix de estampas e, às vezes tudo isso junto em um look só. Uma tendência resgatada dos anos 60/70 foi a calça saint tropez, cintura baixa, agora usada também pelos homens. As figuras 26 e 27 apresentam alguns modelos.

Figura 26 - Roupas com tecido metalizado



Fonte: Moda Y2K, 2022 Disp. thecoolist.com

A figura 26 apresenta um modelo de roupa com tecido metalizado, remetendo às roupas utilizadas por astronautas, observa-se uma modelagem ampla da calça, um body com tela, com o qual se faz a sobreposição com a jaqueta que está amarrada à cintura. Na figura 27, tem-se outros looks da moda Y2K.

Figura 27 - Moda Y2K -2000



Fonte: Moda Y2K, 2022 Disp. thecoolist.com

A figura 27 apresenta alguns elementos propostos pela moda Y2K, como a tecnologia da comunicação representada pelo celular, óculos coloridos e calças de cintura baixa que passam a ser usadas por ambos os gêneros deixando exposta a underwear¹⁵. Esta moda foi criticada, por consultores de moda e psiquiatras, relata Paiva (2022), por fazer apologia ao culto da magreza excessiva, apresentada por homens e mulheres, trazendo danos à saúde e excluindo parte da população que não se via representada por esses modelos. Alguns ícones da música pop são referência para essa moda como pode-se observar na figura 28.

Figura 28 - Ícones da música pop usando a moda Y2K



Fonte: Moda Y2K, 2022 –Disp. thecoolist.com

¹⁵ Roupa de baixo, lingerie feminina e cuecas masculina.

A figura 28 mostra a versatilidade da moda Y2K que além de materiais alternativos como sintéticos, trouxe muito brilho, diferentes opções como calças jeans com bocas largas, minissaias, veludos e tecidos translúcidos, permitindo que as pessoas aderissem ao que mais agradasse ao seu estilo.

Porém, independente destas tendências protagonizadas pela moda Y2K, a moda masculina, nos anos 2000, prioriza o conforto, valorizando o design utilitário e a simplicidade, informa Press (2015). Assim, o visual casual e descolado ganha força composto por camisetas com estampas divertidas, bermudas e calças largas e/ou rasgadas. Assim, o homem moderno busca seu próprio estilo para se expressar na sociedade, primando por peças que o valorizem, sem preocupação com preconceitos e sem ficar preso a padrões estéticos, como representado nas figuras 29 e 30.

Figura 29 - Modelos de roupas masculinas nos anos 2000.



Fonte: Moda masculina anos 2000. Disp. digitaletextil.com.br

A figura 29 apresenta alguns modelos de roupas masculinas, valorizando o design casual, visto que as calças são de modelo tradicional, acompanhadas por camiseta sobreposta por camisas e/ou jaquetas, podem ser usadas camisas de botão ou camisa pólo que chegou ao mercado também nos anos 2000. Destaca-se a utilização de bolsas a tiracolo ou pochetes que também voltaram à moda nesta década.

A figura 30 apresenta outros padrões de calças e acessórios utilizados pelo público masculino, nos anos 2000 que se caracteriza por um período de moda bastante versátil onde tudo era permitido, como calças rasgadas, calças largas e com bolsos grandes – conhecidas como calças cargo, sobreposições, camisetas lisas, coloridas ou estampadas, acessórios como correntes na calça e uso de bolsas.

Figura 30 - Moda masculina, calças rasgadas e calças cargo



Fonte: Moda Masculina, 2022. Disp. <https://www.machomoda.com.br>

A figura 30 mostra dois modelos de calças usadas no ano 2000, a jeans rasgada no joelho com uma camiseta branca com estampa grande e tênis; ao lado tem-se uma calça cargo com bainha ajustada e bolsos grandes, combinando com uma sobreposição de camisetas lisas com um tênis de cano alto. Pode-se inferir que o modelo da esquerda era utilizado por homens mais maduros e o modelo da direita usado por homens mais jovens.

Dois tipos de acessórios muito utilizados e que não podem deixar de ser citados, são mostrados na figura 31.

Figura 31 - Acessórios utilizados no vestuário masculino em 2000



Fonte: Moda Masculina, 2022. Disp. <https://www.machomoda.com.br>

A figura 31 apresenta, à esquerda, as pochetes usadas penduradas na cintura ou a tiracolo e, à direita, tem-se a corrente no cós da calça jeans rasgada que foi muito utilizada naquele ano.

É importante trazer uma reflexão de Crane (2006) quando diz que o significado do vestuário é percebido de maneiras diversas por homens pertencentes a diferentes categorias sociais, entre os quais alguns apenas consomem as roupas, enquanto outros criam estilos de vestuários, estes pautados num sistema de resistência por pertencimento a uma minoria como as alicerçadas em noções de etnia, orientação sexual ou resistência a uma cultura dominante. Assim, a motivação do consumidor para adotar um estilo baseia-se em sua identificação com grupos sociais através dos bens de consumo, e não no medo de ser penalizado pela não-conformidade.

Posto isso, cabe ressaltar que o século XXI, reeditou a figura do metrossexual, ancorado pelas mídias, sobretudo no campo da moda e beleza, representando um perfil de homem que não tem vergonha de se cuidar, utilizar roupas de marcas famosas, recorrer a produtos cosméticos e até mesmo se submeter a procedimentos cirúrgicos. Nos anos 2000, segundo Garcia (2011), a moda masculina, assim como os comportamentos do homem se deslocam conceitualmente, colocando em xeque a imagem do homem tradicional, criando novas possibilidades de vivenciar as diferentes

representações de masculinidades e, conseqüentemente, de diferentes possibilidades relacionadas ao vestir.

Porém, na década de 2010, surge uma outra direção no que se refere à moda masculina, um interesse crescente por uma imagem mais masculina, manifestada no cultivo de barbas e bigodes. Conhecido como *lumbersexual*, explica Dall’Bello (2015), este sujeito se aproxima do estilo lenhador e encontra-se representado na figura 32.

Figura 32 - Estilo *lumbersexual*.



Fonte: [Estilo *lumbersexual*: tudo sobre a tendência do estilo lenhador | MM | Moda Masculina](#)

A figura 32 apresenta três atores brasileiros que adotaram o estilo *lumbersexual* que se caracteriza por um perfil mais rude, estilo lenhador, com cabelos volumosos e barba grande ou por fazer, expõe Dall’Bello (2015), vestindo-se de uma forma mais despojada, em geral com camisa xadrex, jeans ou lisas em tons terrosos, calças jeans mais tradicionais, complementando com botas ou coturnos. Esta tendência vai na contramão do politicamente correto e do *metrossexual*. Porém, o século XXI, tem espaço para todos, *lumbersexual* ou *metrossexual*, o que importa é estar vestido de forma confortável e de acordo com o estilo de cada um.

Desta forma, Vinken (2005) identificou que no século XXI, a moda move-se de ‘baixo para cima’, das ruas em direção aos salões da alta costura, onde é adaptada e imitada. De um lado, o público que compra itens de moda aumentou; do outro lado, o

público que ditava a moda, os nobres e burgueses, deixa de determinar estilos e passa a reagir às tendências que emergem das subculturas.

Posto isso, pode-se observar ao longo deste capítulo que a moda se reinventa de tempos em tempos, conforme dito por Rech e Gomes (2016), inspirada em movimentos sociais e/ou culturais, baseada no que já fez sucesso em outros períodos e agregando o que se tem de evolução na sociedade, a nível de conceitos, tecnologia, recursos de produção e comportamentos orientados pelos formadores de opinião. Neste sentido, Marques Filho (2015), ensina que as representações sociais são constituídas de imagens, valores, opiniões, atitudes e linguagem, tendo como função orientar o comportamento e a comunicação entre as pessoas.

Dentro deste contexto, a indústria da moda, vem direcionando esforços, ao longo do século XXI, em criar modelos que atendam todas as necessidades dos mais diferentes estilos e gostos no mercado, tendo como principal preocupação o conforto e a sustentabilidade do processo produtivo. Assim, vem derrubando os limites de gênero, criando um tipo de roupa que todos possam vestir e se sentir bem, como as roupas consideradas unissex ou sem gênero, também denominada agênero.

Este movimento, vem acontecendo há algum tempo na indústria da moda, explica Samorano (2016), são mulheres usando calças largas com camisas ou camisetas e homens também. Salientando que nos anos 60, Pierre Cardin já falava que homens e mulheres podiam usar as mesmas roupas. Assim, como as saias ou calças pantalonas que já foram exclusivas das mulheres, agora os homens também podem usá-las. Posto isso, é importante apresentar a moda agênero que é, segundo Sillva (2019), uma roupa que deve ser concebida para vestir bem qualquer pessoa. Logo, as roupas perdem traços que tipicamente marcam o vestuário de um e de outro sexo e ganham formas neutras. Como apresentado na figura 33 que traz alguns modelos representativos da moda agênero.

Figura 33 - Moda Agênero.



Fonte: [\[MODA \] Moda Agênero, você sabe o que é? - Simeia Sillva \(simeiasilva.com.br\)](https://simeiasilva.com.br)

Na figura 33, pode-se observar que as roupas não tem cinturas marcadas, as blusas e vestidos não tem recorte feito para acomodar os seios (como as camisetas) e as saias são retas. No caso, os ternos não têm os ombros estruturados. Desta forma, a roupa fica sendo somente uma roupa, sem gênero, sem rótulos, contribuindo para se deixar de rotular as pessoas também. Esta linha de trabalho é adotada, desde 2015, pelo estilista Renato Ratier percebendo que “quando acaba a classificação, a multitude de possibilidades abre um leque exponencial na criação, no campo existencial e no artístico”.

Salienta-se que a moda, ao longo do desenvolvimento das sociedades moderna e pós-moderna, tem contribuído para categorizar classes sociais, demonstrar poder, caracterizar os corpos e as causas dos mais variados grupos sociais, sendo a comunidade LGBTQIA+ um grupo significativo dentro deste contexto. Corroborando este pensamento, Carvalhal (2015, p. 16), lembra que “as roupas têm significado e podem ser uma forma pessoal e poderosa – democrática, esnobe, sutil, criativa ou flagrante – de comunicar tudo, desde orientação sexual a status social”. Assim, o próximo capítulo apresenta como a comunidade LGBTQIA+ está inserida neste contexto como agente que absorve e promove transformações na moda.

3 SER MASCULINO E FEMININO.

Ao longo do capítulo 2, demonstrou-se as inúmeras transformações pelas quais a moda passou no último século. Nesse cenário, foi possível observar que a partir do ano de 1960, com a contribuição de Pierre Cardin, a distância entre a moda masculina e feminina foi se reduzindo significativamente, de forma a quase não conseguir mais se definir o que representa vestuário masculino e feminino. Todavia, ficou nítido que a maioria dos estilistas e críticos de moda não tinham uma preocupação em desenvolver looks de moda para um significativo grupo da população, composto pela população LGBTQIA+.

Este capítulo tem como objetivo contextualizar esta população, suas características, sua origem e importância para diversas transformações sociais que vem ocorrendo na sociedade ao longo da história e, principalmente, no século XXI.

3.1 Homossexualidade em evidência

Muitos historiadores da sexualidade nutriam a crença de que o senso da identidade gay surgiu apenas no final do século XIX, paralelamente à invenção da palavra “homossexualidade”. Entretanto, esclarece Steele (2013), as subculturas homoafetivas têm sua origem ainda no século XVIII, em grandes metrópoles como Londres, Paris e Amsterdam. A autora afirma que já durante o século XVIII se iniciou uma nova era sexual, marcada por uma revolução de gênero, em que diversos homens apresentavam um comportamento efeminado no trajar, agir, mover, falar, ou seja, na sua forma de existir.

Cole (2000), relata dois importantes acontecimentos ocorridos no fim do século XIX, que trouxeram à tona e popularizaram a ideia do homem homossexual: o primeiro foi o julgamento de dois garotos de programa - cross-dresser¹⁶ -; o segundo foi o julgamento de Oscar Wilde. O autor relata que a prisão e julgamento de Ernest Boulton e Frederick Payne, em 1871, levantou o questionamento sobre quão visível era a subcultura homossexual na cidade de Londres e quão aberto era o “travestismo” deles para ser configurado um crime. No caso de Oscar Wilde, em 1895, os efeitos de seu

¹⁶ Pessoas que vestem roupas do gênero oposto. (Tradução livre)

juízo foram enormes, não apenas por ter criado a imagem pública do homossexual, mas por ter ocasionado como resultado a controvérsia entre o espaço público e privado. A partir de então, tornou-se comum que homens gays com alto poder aquisitivo fugissem das ilhas britânicas para o Continente, objetivando realizar seus encontros amorosos e sexuais, temendo a exposição de seus estilos de vida e atividades de cunho íntimo. Durante algum tempo, houve associação direta entre classe social alta e homossexualidade, persistindo até pouco depois da Segunda Guerra Mundial, e representou um fator de impacto na adoção de vestimentas e adornos para homens gays, como o uso de anel no mindinho (tanto para burgueses quanto para homossexuais, ou os dois), por exemplo.

Em relação a associação entre homossexualidade e classe social, relata Cole (2000), é necessário destacar que a homossexualidade não era restrita às classes sociais mais altas, a sua forma de ser e agir, mas sim perpassou por diversas camadas da sociedade, como pela classe boêmia e pela classe trabalhadora.

De acordo com Steele (2013), os homossexuais da classe trabalhadora, nas décadas de 40 e 50, desenvolveram códigos de vestir bastante específicos, de modo a facilitar a identificação de seus pares, como o uso de roupas que seriam consideradas *fashion*¹⁷ ou o uso de palavras (como *gay*) que eram conhecidas nos espaços de sociabilidade homoafetivos, o autor esclarece que homens efeminados utilizavam de sua performatividade¹⁸ para demarcar sua orientação sexual mais publicamente, enquanto que homens de estilo mais discreto passaram a desenvolver códigos que possibilitassem sua identificação apenas entre membros da comunidade homoafetiva. Neste contexto, Cole (2000), destaca que:

Acessórios como gravatas vermelhas ou sapatos de camurça foram usados para permitir que homens gays pudessem reconhecer uns aos outros sem chamar a atenção dos não iniciados. Eles eram tão efetivos que pesquisadores expressaram repetidas vezes sua surpresa em relação à habilidade dos homens gays identificarem-se, atribuindo tal fator ao sexto sentido. [...] Thomas Painter observou que sapatos escuros de camurça marrons e cinza eram “praticamente de monopólio homossexual”. No Reino Unido, nos anos 1930, sapatos de camurça eram praticamente um sinal de desvio. Stephen “lembra o quão mau sinal era utilizar casaco de pele de camelo e sapatos de camurça!” (COLE, 2000, p. 62).

¹⁷ Que tem estilo; que segue as tendências da moda. (Dicionário Oxford Escolar, p. 475)

¹⁸ É o que permite e obriga o sujeito a se constituir e agir enquanto tal. (Dicionário Aurelio on line – disponível em <https://www.dicio.com.br/aurelio/>)

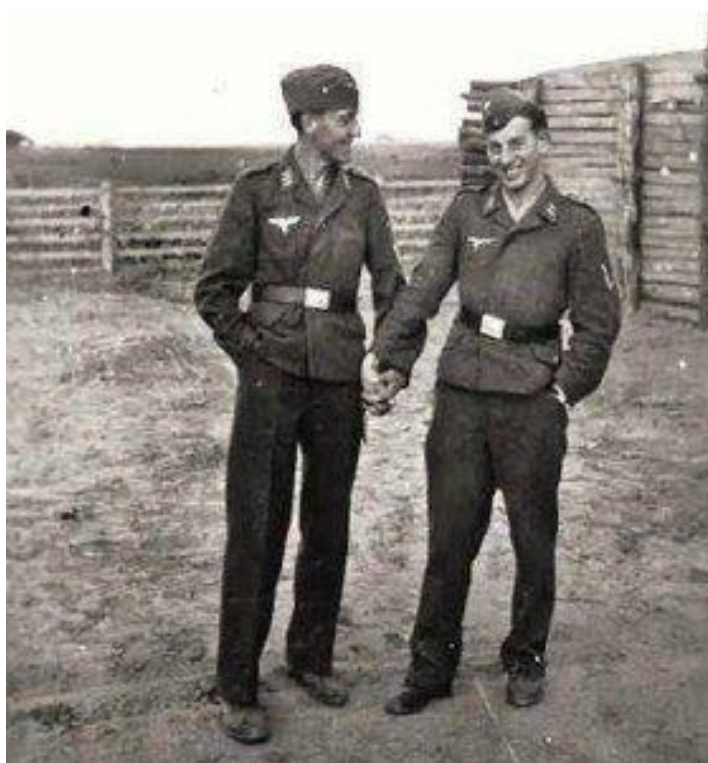
Paralelamente, a classe boêmia que apresentava comportamentos e gostos fora do padrão, como cabelos compridos, roupas coloridas e interesse por artes, levantava discussões sobre sua sexualidade e relacionamentos afetivos. Todavia, essa discussão não ficava restrita a grandes centros urbanos, ultrapassando fronteiras, chegando aos campos de batalha, nos longos anos de Guerra Mundial.

3.2 A batalha da homossexualidade em tempos de guerra

Os homossexuais eram fortemente perseguidos durante o período de guerra, pois naquele período a homossexualidade era considerada, além de crime, uma doença e os homens gays eram vistos como fracos e não serviam para a guerra, informa Siqueira (2022). A maioria deles era presa, passavam por tratamentos psiquiátricos e químicos ou enviada a campos de concentração. Os nazistas marcavam os uniformes dos prisioneiros homossexuais com um triângulo invertido, na cor rosa. O autor relata que a perseguição não se restringia apenas aos homens, alcançando as mulheres lésbicas, mas havia normas de comportamento social suficientes para reprimir a homossexualidade feminina, induzindo as mulheres a assumir um padrão de gênero tradicional, desde as roupas até aceitar um casamento heterossexual.

Todavia, é importante apresentar que apesar de toda a perseguição, Cole (2000) relata que a Segunda Guerra Mundial, constitui um ponto de mudança não apenas para a estética da moda feminina, mas também para os grupos homossexuais que resistiam, e mesmo os ambientes de luta se tornavam espaços de sociabilidade entre pessoas do mesmo sexo, apesar de serem raros os homossexuais que se expunham publicamente por medo das sanções e maus tratos que sofriam, como apresentado na figura 34.

Figura 34 - Homens em campo de batalha na Segunda Guerra Mundial



Fonte: Homossexuais 2ª Guerra Mundial (2022?). Disp. www.enfemenino.com

A figura 34 mostra dois jovens de mãos dadas em campo de batalha na 2ª Guerra Mundial, evidenciando o afeto entre eles, mostrando que mesmo em campo de batalha havia relacionamento homoafetivo entre alguns combatentes. Além disso, o uso de uniformes militares acabou por se popularizar entre o estilo de vestimenta e indumentária homossexual, uma vez que se tornou um fetiche.

Na figura 35, de um lado, tem-se a representação do final da segunda guerra mundial, onde um casal heterossexual se beija comemorando o final da 2ª guerra mundial, em 1945. Do outro lado, em dezembro de 2018, um casal homossexual decide recriar a foto.

Figura 35 – Recriação da foto de casal de marinheiros



Fonte: Beijo marinheiros, 2022. Disp. www.elmundo.es

A figura 35 busca demonstrar como os uniformes militares se tornaram um fetiche ao longo daquela década, apesar de todos os horrores da guerra, tanto que após diversos anos ainda teve quem quisesse reproduzir cenas daquele período, para demonstrar o fetiche latente entre os homens.

3.3 Diferença e semelhança

Steele (2013), explica que o perfil afeminado dos homossexuais masculinos esteve presente desde sempre, onde seus representantes optavam por usar um ou outro item da indumentária feminina, como uma forma de demarcar sua orientação sexual, como representado na figura 36.

Figura 36 - Moda estilo afeminado



Fonte: Afeminado, 2022. Disp. [\(368\) Pinterest](#)

Na figura 36 pode-se ver a caracterização de um homem afeminado, usando alguns acessórios, até então considerados femininos, como óculos coloridos, blusa, bolsa e bota rosa. É interessante, apontar que a cor rosa, no século XVIII até meados do século XIX era uma cor vinculada ao masculino, explica Starless (2017), os homens usavam ternos e camisas rosa, por ser uma cor forte e vibrante associada ao poder e à masculinidade. A mudança começou a ocorrer no início do século XX com o aumento da industrialização e devido a segunda guerra mundial quando os nazistas promoveram intensa perseguição aos homossexuais, como já exposto. Foi no começo dos anos 80 que a cor rosa se consolidou no universo feminino, influenciada por uma combinação de fatores culturais, sociais e econômicos. Entre os principais estão o movimento feminista; o marketing e a publicidade com empresas segmentando produtos pela cor; o surgimento do exame pré-natal, no qual a mãe poderia identificar o sexo do seu bebê e antecipar a preparação do enxoval; e, finalmente, a mídia e a cultura popular tiveram um impacto significativo na percepção das cores, onde filmes, programas de TV e ícones da moda começaram a reforçar a ideia de que o rosa era uma cor feminina. Observava-se personagens femininas ou

homossexuais estereotipados associados ao rosa. Foi então que a frase “rosa é cor de menina” se popularizou. (STARLESS, 2017).

É importante lembrar que, na década de 60, a estética afeminada ficou restrita apenas ao uso de lápis de olho e máscara para cílios. O uso de perucas, joias ou até mesmo a prática do cross-dress eram um convite à prisão, sendo utilizados apenas em locais específicos, como o famoso bar The Stonewall Inn., em Nova York/EUA, que posteriormente viria a ser palco de uma das maiores revoluções LGBTQIA+ conhecidas na história - A Revolta de Stonewall¹⁹, relatam Bailey e Barbato (2019).

Cole (2000) esclarece que muitos homens gays passaram a adotar uma imagem mais discreta para se proteger de possíveis perseguições, mas também porque muitos entenderam que havia outras maneiras de agir, de vestir, de ser gay, ou seja, agir de modo diferente para atrair homens com a mesma estética. Assim, em decorrência dessa imagem mais discreta, surgiram os “homens que incorporavam homens”, ou seja, os “clones”: homossexuais que reivindicavam uma estética masculina da classe trabalhadora, reformulando a imagem que havia sido cristalizada do homossexual. Este grupo passou a se apropriar de estereótipos masculinos como motociclistas e cowboys, inspirados por imagens em revistas de apelo ao físico, que jogavam com a virilidade e sexualidade, tendo sido reconhecidos e absorvidos pela população LGBTQIA+, como representado pelo grupo Village People na figura 37.

¹⁹ Stonewall-Inn era o nome de um bar LGBTQIA+, localizado no bairro Greenwich Village de Manhattan, Nova York, no qual gays, lésbicas e drag queens performavam. Em 28 de junho de 1969 a polícia invadiu o lugar e o fechou sob a alegação de que não possuíam licença para vender bebida (prática comum por parte das autoridades), levando presas muitas drag queens. Desta vez, no entanto, houve resistência por parte do grupo injustiçado, o que se tornou uma grande oportunidade para lutar por direitos civis iguais. Foram dois dias de luta e a cor rosa passou a ser usada como símbolo da luta LGBTQIA+. A data ficou na história como o Dia do Orgulho Gay, motivando paradas e marchas por todo o mundo. (Bailey e Barbato, 2019)

Figura 37 - Banda Village People



Fonte: Village People, 2022. Disp. www.extra.globo.com

A Banda Village People, na figura 37, é uma das maiores representantes da cultura gay, fez muito sucesso na década de 80 e faz até hoje em todas as festas. Sempre representou o estereótipo masculino, brincando com isso nas letras das músicas e nas danças no palco. Mesmo que alguns de seus integrantes não sejam homossexuais, grande parte dos homossexuais masculinos se sentem representados por eles e pelas letras de suas músicas.

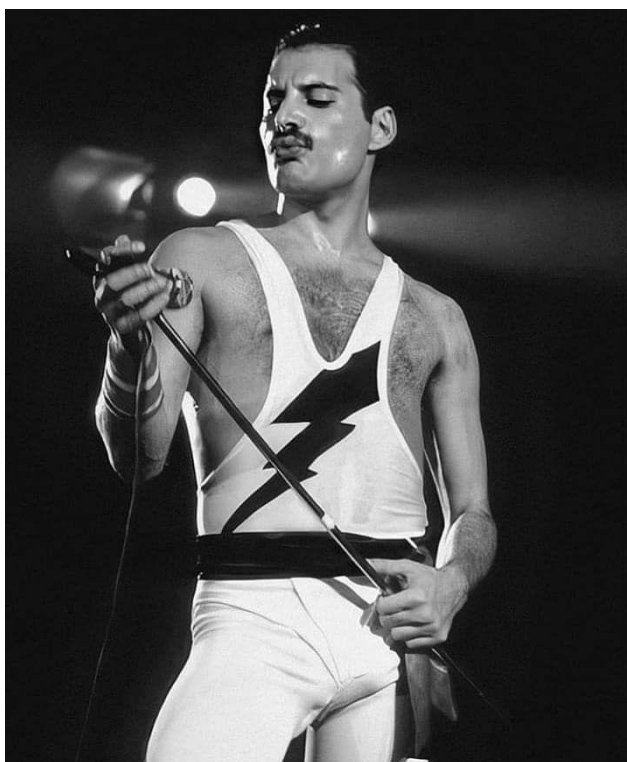
Cole (2000) relata que, enquanto heterossexuais utilizam códigos de vestir e de se comportar de maneira mecânica, homens gays que se apropriam desta estética, fugindo do imaginário popular sobre como deve ser/agir um homossexual, possuem total conhecimento dos códigos sociais e os utilizam de maneira bastante estratégica. Segundo o autor:

Clones utilizam sua indumentária de uma maneira conscientemente justa de modo a valorizar seus atributos físicos. Eles mantêm seus cabelos curtos,

barbas e bigodes cortados, e a roupa ajustada e combinando. As roupas usadas pelos clones possuem uma maneira um tanto quanto diferenciada dos significados originais, ou seja, elas são utilizadas exclusivamente para fazer seu usuário parecer sexy e atrativo para outro homem. Ao adotar uma imagem baseada na de um heterossexual masculino, homens gays caminham na corda bamba entre uma imitação heterossexual e a interpretação que pode identifica-los não apenas como homens reais, mas também como homens reais gays. O visual macho serve a um duplo propósito, ao mesmo tempo que atrai outros homens gays, também atua como uma forma de autoproteção (COLE, 2000, p. 95-96).

Um representante característico desse grupo de homens gays que manteve seu perfil fortemente masculino foi o cantor Freddie Mercury, vocalista da banda Queen, como pode ser visto na figura 38.

Figura 38 - Freddie Mercury do Queen no Rockin Rio 1985



Fonte: Freddie Mercury, 2017 ²⁰

A figura 38, apresenta o cantor Freddie Mercury em show, do Rock in Rio em 1985, com um físico bem torneado, usando calça e camiseta branca coladas ao corpo e tênis, que valorizava seu porte físico. Era com um visual básico e sensual, como esse, que ele gostava de se apresentar em suas turnês.

²⁰ Disp. [Freddie Mercury \(1985\) - Acervo - Estadão \(estadao.com.br\)](https://estadao.com.br/freddie-mercury-1985)

Dentro desse contexto, Lima e Eddine (2015), entendem que o conceito de homossexualidade diz respeito à uma construção social, baseada nas relações de poder que configuram a estrutura do preconceito em determinada sociedade.

Complementando esse pensamento, Nunan (2015) ressalta que ao falar de homossexualidade, deve-se atentar para o fato de que este termo não designa uma realidade em si, mas refere-se a um termo que é produto do vocabulário moral da modernidade: o conceito de homossexual é tão histórico e socialmente construído como qualquer outro. Essa construção histórico-social, foi criada a partir da relação do indivíduo com a sociedade e como ela reage para com ele, continua o autor, representando uma classificação de grupos de indivíduos que se relacionam afetivamente de forma distinta dos padrões heteronormativos.

3.4 Seres diferentes sob a mesma bandeira

A construção histórica da homossexualidade está alinhada com a denominação recebida por esses grupos em sua trajetória, Reis (2018) explica que, na década de 70, era conhecido como movimento gay, simplesmente. A partir de movimentos ativistas, na década de 80 o termo utilizado era GLS que significava “gays, lésbicas e simpatizantes”, todavia este termo era muito restritivo em relação à comunidade homossexual, excluindo diversas outras possibilidades de representação. Assim, a primeira transformação passou para GLB, para incluir as pessoas bissexuais, entretanto ainda assim ativistas consideravam restritiva e, no final da década de 80, passaram a usar a sigla LGBT já em uso nos Estados Unidos e a sigla padrão utilizada pela Organização das Nações Unidas – ONU e Anistia Internacional. Apesar de haver variações, continua o autor, no Brasil, desde o ano de 2010, buscando agregar o maior número de pessoas que não se identificam como heterossexual ou cisgênero, a sigla utiliza é LGBTQIA+, com o seguinte significado: L=lésbicas, G=gays, B=bissexuais, T=transsexuais, Q=queers, I=intersexos, A=Assexuados e o sinal + é utilizado para incluir pessoas que não se sintam representadas por nenhuma das outras categorias. (REIS, 2018).

Isso posto, Cole (2000) ressalta que em geral, gênero e sexualidade estão intimamente relacionados à identidade e ao corpo, portanto estes precisam ser analisados de forma conjunta, da mesma forma que o corpo e o vestuário, já que

conforme o passar dos anos, a construção dos corpos, a construção da identidade e a construção do vestuário ocorrem paralelamente.

Ao longo, deste estudo pode-se observar que a moda, enquanto elemento vivo, se transmuda ao longo dos anos, absorvendo influências que vem do ambiente no qual está inserida, de forma que se adaptou ao racionamento das guerras mundiais, absorveu a revolução dos movimentos sociais que buscavam romper culturas e padrões vigentes, e também, se inspira nos elementos da cultura como artistas do teatro, cinema, música e televisão.

Assim, amparados pela mídia e pelo marketing, artistas de diferentes gêneros artísticos tornam-se pessoas capazes de influenciar consumidores quanto ao corte de cabelo, as técnicas e artifícios de maquiagem facial e, também, quanto ao modo de se vestir. Isso acontece pelo fato das celebridades, explica Pena (2002), inseridas em um contexto social influenciado pela mídia e pela indústria do entretenimento, terem o potencial de catalisar a atenção e preencher o imaginário coletivo dos indivíduos através da construção de um sentimento de autossemelhança. Desse modo, através de aparições em eventos transmitidos globalmente, como o Grammy, Oscar e o MTV Video Music Award, ou lançamento de videocliques, artistas do cinema e do cenário musical, lançam e ditam ao público o que seriam as tendências na moda.

Levando em consideração esta realidade, é que no próximo capítulo serão apresentadas as principais celebridades da cultura LGBTQIA+ que vem influenciando a moda, nos últimos séculos, a nível mundial.

4 ELES NÃO ANDAM... ELES DESFILAM...

A partir do exposto nos capítulos 2 e 3, pode-se ver a importância do diálogo que a moda proporciona, ela pode sim ser propulsora de mudanças sociais, gerar visibilidade e ir transformando antigos padrões em novas perspectivas, atualizando aquilo que está ultrapassado e erradicando preconceitos, exclusão e marginalização.

Entende-se que a moda não representa apenas a identidade enquanto feminina ou masculina, ela registra também os comportamentos da comunidade LGBTQIA+, Svendsen (2010, p. 25) afirma que “a moda transgride os padrões de aceitação do sistema tradicional e conservador, porque ela tem esse poder, há na moda um traço vital da modernidade: a abolição das tradições”.

De acordo com Cole (2000) homossexuais e heterossexuais utilizam as mesmas roupas, o que os diferencia é exatamente o modo como a roupa é usufruída por cada um deles, observa-se que no universo homoerótico, a criatividade (para passar despercebido a olhos não treinados) e o estar bem-vestido a partir do uso de um código restrito (flerte) ocupam um lugar central nesta dinâmica. É como se, o tempo todo, majoritariamente, esse universo social estivesse sempre um passo à frente, uma vez que conseguem lidar de maneira criativa com as questões de gênero.

Steele (2013) afirma que se olharmos para a moda com olhos *queer*²¹, sobretudo a partir da exploração da estética sensível e do uso de roupas fora da dinâmica convencional, as escolhas realizadas pelo público LGBTQIA+ acabam por se tornar centrais ao que a autora denomina como “moda moderna”.

A partir destas inferências é que são apresentados alguns ícones da cultura LGBTQIA+, explorando suas contribuições para desconstruir parâmetros de dualidade de gênero na moda do vestuário, a partir dos figurinos que utilizam.

A seleção destas personalidades foi feita por serem representantes da cultura LGBTQIA+ e transgressoras através da moda, em sua geração. Considerou-se a sua trajetória artística e sua relevância midiática, como também a representatividade frente a seu público. Estão apresentadas buscando manter uma sequência cronológica de sua inserção no cenário cultural, iniciando-se com apresentação de Ney Matogrosso.

²¹ Palavra utilizada para demarcar pessoas com orientação sexual não convencional, ou seja, fora dos padrões heterossexuais, ou de binarismo de gênero.

4.1 Seco e molhado

Nascido em Bela Vista/MS, em 1 de agosto de 1941, Ney Matogrosso, tem o nome de Ney de Souza Pereira, é um cantor, compositor, dançarino, ator e diretor brasileiro. Desde cedo demonstrou dotes artísticos: cantava, pintava e interpretava, relata Mello (2018), em livro que conta suas memórias. Ao completar 18 anos assumiu sua homossexualidade.

Ex-integrante do grupo Secos & Molhados (1973-1974), foi o artista que mais sobressaiu no grupo, a figura 39 retrata a formação do grupo em sua estreia em 1973.

Figura 39 - Grupo Secos & Molhados – 1973 – 1974



Fonte: Secos & Molhados, 2016. Disp. www.hypeness.com.br

O grupo Secos & Molhados, apresentado na figura 39, foi censurado no Brasil, durante o período militar. A banda afrontava o que era considerado “bons costumes” naquele período, devido ao uso de maquiagem, o rebolado e os dorsos nus, informa o site hypeness (2016). O principal vocalista da banda, Ney Matogrosso, cantava com a voz fina e feminina, propositalmente, provocando o público e tencionando as identidades de gênero. Neste quesito, o artista foi considerado pela Revista Rolling Stones (2012) como a terceira maior voz brasileira de todos os tempos e, pela mesma revista, trigésimo primeiro maior artista brasileiro de todos os tempos.

Em 1976, Ney scandalizava o Brasil, interpretando canções como Bandido Corazón, Gato Preto e Trepa no Coqueiro, *Bandido* é considerado o espetáculo mais ousado e performático da carreira do cantor. Ney sempre foi muito transgressor, como ele mesmo se define, sendo ameaçado várias vezes pelo regime militar, nas décadas de 70 e início de 80, relata Julio Maria (2021), autor da biografia do artista.

Eu sempre fui aberto pro mundo e a pessoa que eu sou transgride porque tudo é muito careta. E está cada vez mais careta, mais do que já foi. Nesse aspecto, eu vou sempre estar transgredindo, mas eu não faço isso para desafiar ninguém, eu vivo da maneira que eu acho que devo viver. No trabalho essa transgressão está ainda mais exacerbada. Na vida não. Eu sou uma pessoa tranquila, não vivo daquela maneira do show.” (NEY MATOGROSSO, 2016 APUD JULIO MARIA, 2021)

O artista é considerado um dos principais precursores da androginia enquanto estética de arte. Apresentando coreografias erotizantes e expondo sua masculinidade como muita ousadia, Ney influenciou toda uma geração de artistas, prossegue Julio Maria (2021). Utiliza em seus shows trajes de cenas elaborados, de acordo com o tema do show ou a música que lidera sua audiência, como representado na figura 40.

Figura 40 – Ney Matogrosso – Rock in Rio 1985



Fonte: Ney Matogrosso, 2022 – Disp. [\(420\) Pinterest](#)

O artista utilizou o figurino apresentado na figura 40, um modelo de franjas coloridas, com dorso nu, favorecendo e valorizando a dança do artista no palco, na apresentação do Rock in Rio de 1985, onde foi o primeiro a se apresentar.

A figura 41, traz outros trajes de cena utilizados por Ney Matogrosso em shows, para demonstrar sua criatividade e versatilidade.

Figura 41 - Ney Matogrosso em apresentações musicais



Fonte: Ney Matogrosso-Em musicainspira.com.br

Na figura 41, à esquerda tem-se a imagem de um dos figurinos no show “Inclassificáveis” de 2008 e, à direita, em apresentação no show “Atento aos sinais” de 2013.

Ney Matogrosso como figura pública, está sempre se posicionando como defensor da liberdade de expressão de todas as formas na cultura, na arte, na política, estando sempre alinhado com os direitos humanos, femininos e ambientais.

É um artista que busca um estilo único para se vestir em sua vida privada como em suas apresentações, contribuindo pessoalmente para a construção de seus trajes de cena. Segundo Lima Júnior (2012), o traje de cena ou figurino precisa ser capaz de emocionar, transformar, passar uma ideia, servir de caracterização do sujeito e,

para tanto, o traje é criado a partir do corpo e utiliza-se dos tecidos, texturas, formas e silhuetas para construir o traje e assim transmitir de forma hábil as características da persona. Em geral, o traje de cena impacta o público antes mesmo da apresentação do artista.

Posto isso, é natural que todos os artistas busquem trajes de cena que impactem o público e, ao mesmo tempo, os deixem à vontade para performar no palco, neste sentido Freddie Mercury, o próximo ícone a ser apresentado, buscava um visual que demonstrasse a sua virilidade, através da preferência por calças jeans e camisetas justas.

4.2 O ícone de estilo

Registrado como Farrokh Bulsara, nascido em 05/09/1946, em Zanzibar, na Tanzânia, começou a estudar piano aos sete anos, em Mumbai, na Índia, relata Fucks (2019), onde começou sua carreira artística antes de compor a banda Queen, onde foi músico, compositor, cantor e vocalista, até a sua morte. A figura 42 mostra Freddie Mercury na turnê de 1978.

Figura 42 - Turnê News of the World em 1978



Fonte: www.theguardian.com

A figura 42 mostra Freddie em turnê com a Banda Queen, vestindo calça e jaqueta em couro, com um quepe e óculos aviador, figurino que remete ao uniforme

de policiais ingleses da época, reportando ao observado por Cole (2000), sobre o fetiche relacionado aos uniformes militares.

O vocalista do Queen, informa Brooks e Lupton (2021), raramente falava sobre si mesmo com os outros, era envergonhado e não gostava que invadissem sua vida pessoal, incluindo amigos e familiares. O artista demorou a assumir sua bissexualidade visto que foi criado em uma família tradicional composta por seus pais e uma irmã. Os autores relatam que

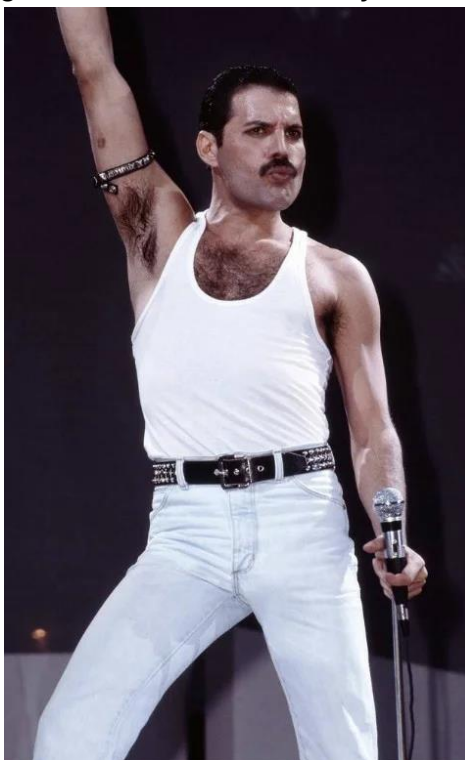
a história pessoal de Freddie foi a de perseguir um sonho, lidar com riqueza e fama, olhar para trás e não se arrepender, refletir sobre envelhecer, sobre seu legado e a morte. Um homem determinado a ter sucesso a ponto de querer ser “frívolo e absurdo” para conquistar o público – “adoro a sensação, é maior do que sexo!”. Era um homem que raramente falava sobre sua vida, mas em suas próprias palavras, Freddie dizia: “há momentos em que acordo e penso: meu Deus! eu gostaria de não ser Freddie Mercury hoje”. (Brooks e Lupton, 2021, p. 56).

Segundo os autores, apesar de sua timidez, o artista era inimitável, imprevisível, invariavelmente engraçado, muitas vezes comovente e sempre divertido. Ele era um homem gay que, informam Brooks e Lupton (2021), embora nunca se assumisse publicamente, colocou sua sexualidade na frente e no centro de suas performances e composições.

Houve uma forte ligação musical entre a banda e seu frontman²², cujas ideias para músicas e estilos eram cada vez mais fundadas em suas experiências em clubes gays, vistas como antitéticas pelos demais integrantes da banda, explicam os autores. Em 1980, ele estava se vestindo exatamente como um frequentador típico dos clubes gays com quais se identificava: musculoso, bigodudo, de jeans e camiseta apertados, demonstrado na figura 43.

²² Vocalista principal, é o membro de uma banda que canta as principais partes vocais solo de uma música, pode tocar um ou mais instrumentos, e geralmente é o "líder" de seu grupo, muitas vezes o porta-voz em entrevistas. (Dicionário Oxford, 2010)

Figura 43 – Freddie Mercury em show



Fonte: www.ebiografia.com

Freddie Mercury, na figura 43, está em turnê de lançamento do álbum *The Game*, em 1980, nos Estados Unidos, onde os fãs jogaram lâminas de barbear no palco, narra Bumpus (2018), em uma aparente mensagem para que Mercury raspasse o bigode e parecesse menos gay. Mercury demonstrou não se importar e teria afirmado:

Eu não vou ser uma Eva Perón, disse ele. Eu não quero entrar para a história preocupado com: 'Meu Deus, espero que eles percebam, depois que eu estou morto, que eu criei algo ou eu fui algo'. Tenho me divertido. (FREDDIE MERCURY apud Bumpus 2018).

O artista foi definido como “ícone de estilo” pela revista *Vogue* em 2018, quando seu estilo incomparável volta a fazer moda, devido ao lançamento de *Bohemian Rhapsody*, filme inspirado em sua vida. Além de um vocalista incomparável, o artista foi responsável por alguns dos figurinos mais excêntricos da época, escreve Bumpus (2018)

Freddie Mercury usava tudo aquilo que lhe apetecia, passando por um macacão em lantejoulas da cabeça aos pés até ao mítico look de *I Want To Break Free* onde foi uma dona de casa reprimida, com uma saia em pele, um top cor-de-rosa e uns brincos megalómanos. Mercury foi um ícone de estilo

que deixou a sua marca na moda, assim como na música. Um legado que não tem um fim à vista. (Bumpus, 2018).

A figura 44 apresenta dois looks usados pelo artista em suas apresentações.

Figura 44 – Freddie Mercury em apresentações musicais



Fonte: [Freddie Mercury, o Ícone de Estilo | Vogue.pt](https://vogue.pt/pt/entertainment/freddie-mercury-o-icone-de-estilo)

Bumpus (2018) acredita que o artista não era contra pedir roupa emprestado ao sexo oposto, nem de se libertar das normas de gênero, assim entende que o seu estilo engloba tanto a moda masculina como a feminina. Indiscutivelmente, o músico britânico desbravou o caminho para muitos dos artistas da sua geração e continua a abrir para os da atualidade também. Um outro artista da mesma geração, que também quebrou paradigmas, influenciou e continua influenciando vários artistas com o seu estilo extravagante é Elton John como pode-se ver em sua trajetória artística.

4.3 The Rocket Man

Elton John nasceu em Prinner, Condado de Middlesex, Inglaterra, no dia 25 de março de 1947. Filho de um trompetista, logo cedo mostrou interesse pela música. Com 3 anos começou a tocar piano. Com sete anos iniciou seus estudos de música. Ao nascer foi registrado como Reginal Kenneth Dwight, adotou o nome artístico “Elton

John”, tirado de nomes de seus antigos parceiros da banda Bluesology. Lançou seu primeiro CD solo em 1969.

Apesar de viver em conflito com seus pais e consigo mesmo por causa da sua sexualidade, o artista se identificou como gay em 1967 e, naquele ano, tentou suicídio quando estava para se casar com uma mulher, relata Frazão (2016). Na década de 70 a 80 o artista se declarava bissexual. Em 1984, casou-se com uma mulher que era engenheira de som da sua banda, o casamento durou quatro anos.

Foi no início de sua carreira musical, nos anos 70, que começou a chamar atenção pelos seus figurinos espalhafatosos no palco, caracterizadas por alguns elementos principais: plumas, ombros exagerados, muito brilho, chapéus e óculos extravagantes que usava para esconder suas lentes grossas, lembra Matos (2019). O artista foi considerado o “Rei da extravagância”, segundo o autor, o auge do visual excêntrico foi com o show no Central Park, em Nova Iorque, em 1980, quando vestiu uma fantasia de Pato Donald, incluindo os pés de pato. A figura 45 apresenta dois figurinos do artista.

Figura 45 - Figurinos de Elton John - Shows de 1970 e 1980.



Fonte: Rolling Stone, 2011²³

²³ Disponível em <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/photos-elton-johns-outfits-through-the-years-20212/>

Na figura 45, à esquerda têm-se Elton John em apresentação no Muppet Show em 1977 e, à direita, no Central Park de Nova York vestido de Pato Donald, em 1980, o uso destas fantasias pode ser interpretado como uma expressão de sua personalidade extravagante e teatral, assim como uma forma de conectar-se com o público, transmitir uma mensagem de diversão e entretenimento , possivelmente , simbolizar valores de inclusão e aceitação. A moda de Elton John não era apenas uma exibição extravagante, havia um significado mais profundo por trás de suas escolhas, ressalta Buckley (2011). Ele desafiou normas de gênero e expectativas sociais com suas roupas. Em uma época em que a masculinidade era rigidamente definida, ele usava trajes considerados femininos, como vestidos, saltos altos e plumas. Sua coragem em desafiar estereótipos de gênero abriu caminho para uma maior aceitação da diversidade na moda e na sociedade em geral.

Ao longo de sua trajetória, foram inúmeros os trajes de cena usados pelo artista, tornando-se até difícil selecionar os principais e/ou os mais interessantes para apresentar neste trabalho. Ao longo de sua carreira ele foi mudando de estilo e abandonando as fantasias mais caricatas e começou a usar ternos em suas apresentações. Mas, sem perder a cor e o brilho. A figura 46, apresenta uma coleção de seus figurinos os mais atuais.

Figura 46 - Elton John e seus figurinos



Fonte: Pinterest, 2023²⁴

²⁴ Disponível em <https://br.pinterest.com/pin/89860955035611145/>

Na figura 46, à esquerda, Elton John em seu closet apresentando alguns figurinos usados por ele em apresentações musicais e, à direita, se apresentando em Buckingham em 2012. O artista utilizou a moda como uma forma de reivindicar sua identidade e lidar com seus próprios desafios pessoais, pois lutou com sua sexualidade e identidade ao longo de sua vida. Suas roupas se tornaram uma maneira de abraçar sua verdadeira essência, com escolhas de moda audaciosas e audíveis, representando uma afirmação de si mesmo e uma declaração de que ele não tinha medo de ser quem ele era. (ELTON JOHN, 2019)

O estilo de Elton John influenciou, e continua influenciando, diversos artistas, informa Faia (2019), como Lady Gaga, Katy Perry e Harry Styles. O artista mostrou que sentir-se bem, usando roupas extravagantes, não é nenhum problema, contribuindo com a nova geração de artistas LGBTQIA+ como Sam Smith e Troye Siva que, além de dar os devidos créditos a qualidade musical de Elton, reconhecem que o ícone quebrou barreiras de décadas de opressão. A figura 47, mostra alguns ícones da música pop em apresentações com roupa inspirada no estilo de Elton John.

Figura 47 - Lady Gaga e Harry Styles inspirados em Elton John



Fonte: Portal Popline, 2019²⁵

²⁵ Disponível em <https://portalpopline.com.br/lenda-da-musica-e-da-moda-os-figurinos-excentricos-de-elton-john-ainda-inspiram-artistas-contemporaneos/>

A figura 47 mostra, à esquerda, Lady Gaga em show com figurino branco com ombreiras amplas e plumas e, à direita, Harry Styles com macacão brilhoso, punhos e cinto azul, ambos com óculos colorido e com brilho, reproduzindo figurinos icônicos de Elton, usados por ele em 1973 e 1975, respectivamente. O figurino da direita foi usado por Elton John num show emblemático no estádio Dodgers, o mesmo estádio onde realizou seu show de despedida, em 2022, usando um roupão no mesmo estilo do macacão e onde seus filhos usavam uma jaqueta dos Dodgers.

Ao longo de sua carreira o artista passou por inúmeras transformações e, na década 1990, passou a usar ternos coloridos, estampados, monocromáticos ou bicolores, mas sempre com muito brilho para não perder o glamour, informa Covacci (2017). Nos anos 2000 começou a preferir ternos lisos e escuros, associado a óculos e sapatos coloridos, como mostra a figura 48.

Figura 48 - Elton John usando ternos em suas turnês



Fonte: Instagram Elton John, 2023. Disp. <https://www.instagram.com/eltonjohn/>

Observa-se que o cantor mantém o brilho nos ternos e os óculos coloridos. À esquerda, na figura 48, o artista se apresenta no Rock in Rio, em 2015 e, à direita, em uma turnê de despedida em 2018. Ao longo das décadas, a moda de Elton John evoluiu e se adaptou, assim como ele próprio. Ele passou por diferentes fases, desde os trajes de lantejoulas e plumas até os ternos elegantes e óculos de sol marcantes. Cada era da moda de Elton John contava uma história de sua jornada artística e

peçoal. Seu estilo extravagante e destemido inspirou muitos outros artistas e designers a explorarem a moda como uma forma de autoexpressão. Sua coragem em desafiar convenções e abraçar sua autenticidade continua sendo uma lição valiosa para todos.

O cantor declarou a Greenburg (2018) que está encerrando as turnês para se dedicar à família, à Fundação Elton John para a AIDS e à empresa “Rocket Pictures”, que criou com seu marido, o cineasta David Furnish com quem tem dois filhos, onde atua como compositor de músicas da Broadway e produtor de cinema. O cantor afirmou, ainda que “quer se manter criativo até a sua morte”. A depender do legado que o artista deixou no mundo musical, ele não será esquecido por seus fãs nem pela nova geração de artistas pops que vem desconstruindo as normas de gênero no meio artístico.

Em geral, a facilidade de se libertar das normas de gênero, é uma característica comum no meio artístico, a seguir será apresentada uma modelo que identifica um lado masculino e feminino na sua personalidade.

4.4 Deusa Negra

Dotada de uma personalidade forte, aparência física marcante e com perfil andrógino, Beverly Grace Jones, nasceu em Spanish Town (Jamaica) em 19 de maio de 1948 ou 1952, ela faz questão de manter o mistério sobre o verdadeiro ano do seu nascimento, como declara em sua autobiografia. É uma modelo, cantora e atriz radicada nos Estados Unidos. A modelo está representada na figura 49.

Figura 49 – Grace Jones em 1981 e 1989



Fonte: [Grace Jones – Vogue | cultura](#)

Na figura 49, à esquerda a modelo usa um bustier azul, de Issey Myake, em vinil quase anatômico da coleção outono/inverno 80; à direita apresenta um look Versace em 1989.

A fluidez de gênero definiu o estilo pessoal e a personalidade de Grace desde o início de sua carreira, informa Morley (2015). Ela falou sobre isso em muitas entrevistas, acreditando que

"[...] somos todos ostras para começar e toda a coisa de gênero é como se algumas pessoas tivessem dois gêneros. Eu acredito que você pode ter macho e fêmea e que se você nasceu como um macho você pode ter mais fêmea [...] Eu realmente me sinto muito masculina às vezes." (GRACE JONES APUD MORLEY, 2015).

Grace Jones, iniciou sua carreira como modelo e, posteriormente ingressou no meio musical, no final dos anos 70. Segundo Morley (2015), as performances da artista, altamente sexualizadas e extravagantes conquistaram grande aclamação do público gay, levando Grace a se apresentar em diversas boates LGBTQIA+, onde recebeu o título de "Rainha do Disco Gay".

No início dos anos 80 a artista resolve se reinventar musical e visualmente. Criou um estilo musical onde mistura reggae com rock. Para acompanhar esta nova fase, adotou um visual severo e ainda mais andrógino, com um corte curto no cabelo e bem angular, como pode ser visto na figura 50.

Figura 50 - Grace Jones lançamento álbum Nightclubbing -1981



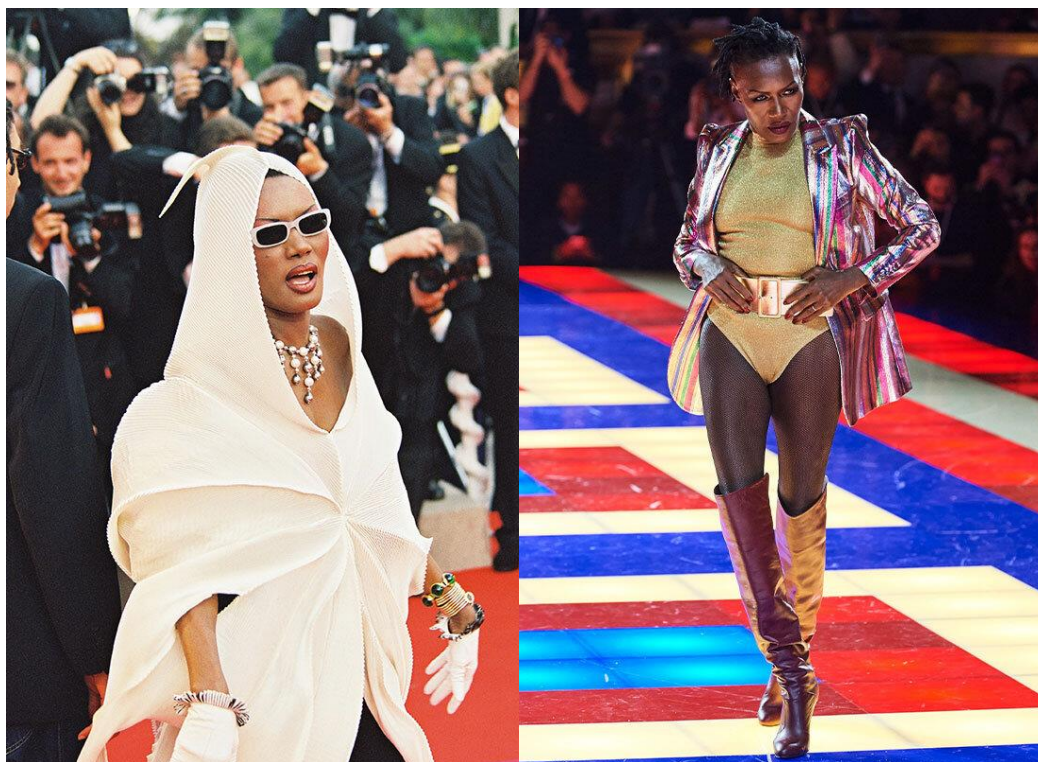
Fonte: [Grace Jones - Vogue | cultura](#)

A figura 50 apresenta o estilo adotado pela cantora para turnê de lançamento do seu novo álbum Nightclubbing em 1981, indicado ao Grammy, foi considerado uma das primeiras fusões notáveis entre música, moda e arte, não apenas alimentou o movimento power dressing²⁶ da época como também mudou o conceito de pop moderno e levantou debates sobre questões de gênero e negritude.

Uma das características marcantes de Grace Jones é usar os cabelos curtos, as sobrancelhas raspadas e gostar de usar modelos com capuz e óculos escuros o que, segundo Morley (2015), favorece o mistério sobre sua pessoa, a figura 51 apresenta momentos recentes da artista.

²⁶ Roupas de poder, surgiu na década 80, como resultado do movimento e da maior inserção das mulheres no mercado de trabalho, geralmente associa um blazer a calças, saias ou macacão.

Figura 51 - Grace Jones em eventos de arte e moda



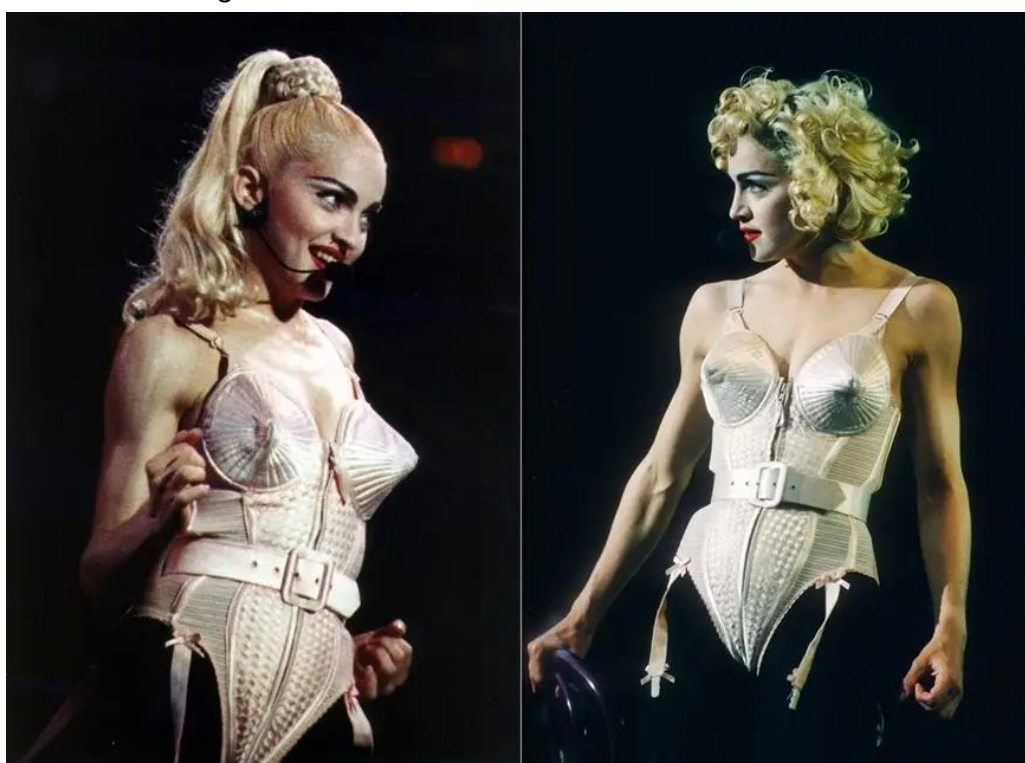
Fonte: [Grace Jones - Vogue | cultura](#)

Na figura 51, à esquerda Grace Jones no 54º Festival Internacional de Cinema em 2001, em Cannes, na França, usando um capa plissada branca; e à direita, modela na passarela no desfile Tommy Hilfiger X Zendaya Primavera / Verão 2019 na Semana de Moda de Paris, provando que independente da idade, ainda tem muita beleza e energia para transgredir os padrões impostos pela sociedade. Ao falar em transgressão, não se pode deixar de falar em Madonna que, nos anos 80 e 90, animou inúmeras festas e influenciou centenas de mulheres como também impulsionou o movimento feminista.

4.5 Rainha do pop

Seu nome é Madonna Louise Veronica Ciccone nascida em Bay City (Michigan) em 16 de agosto de 1958, é cantora, compositora, produtora musical, atriz, escritora, dançarina e empresária americana. A figura 52 apresenta a cantora em sua turnê Blond Ambition, realizada em 1990, para lançamento e divulgação do seu quarto álbum.

Figura 52 - Madonna em turnê Blond Ambition



Fonte: [Madonna no Brasil: Marie Claire | Galerias de Fotos \(globo.com\)](#)

A figura 52 mostra a cantora com o icônico corset com seios em formato de cone, desenhado pelo estilista Jean Paul Gaultier, essa turnê celebrava a liberdade e poder feminino e, de acordo com Espinossi (2019), essa peça representava a repressão feminina no século XIX, tendo sido reinventada e passando a representar a emancipação feminina ao ser usada pela artista. Nesta nova versão a peça é usada por fora da roupa, podendo ser peça única ou funcionar como uma terceira peça, na mesma cor ou em tom contrastante.

Hallstein (2009, apud GUERRA, et al 2018) ao estudar músicas e performances de Madonna, observou que ela tem a capacidade de desafiar e reforçar os papéis de gênero devido suas posições contraditórias em relação a sexualidade,

apresentando um modelo binário de gênero. Por outro lado, Schwichtenberg (1992, apud GUERRA, et al 2018) argumenta que Madonna adota posturas desafiantes em relação a valores tradicionais sobre sexo e gêneros, sobretudo com performances em que desconstrói o gênero e demonstra a multiplicidade sexual, trazendo para o “centro” grupos até então “marginalizados”. A figura 53 apresenta a cantora, com figurino de Jean Paul Gautier, onde tira a camisa durante show.

Figura 53 - Madonna com figurino de Jean Paul Gautier



Fonte: [Madonna no Brasil: Marie Claire | Galerias de Fotos \(globo.com\)](https://galerias.fotos.globo.com/madonna-no-brasil-2017-10-10-11-12-13-14-15-16-17-18-19-20-21-22-23-24-25-26-27-28-29-30-31-32-33-34-35-36-37-38-39-40-41-42-43-44-45-46-47-48-49-50-51-52-53-54-55-56-57-58-59-60-61-62-63-64-65-66-67-68-69-70-71-72-73-74-75-76-77-78-79-80-81-82-83-84-85-86-87-88-89-90-91-92-93-94-95-96-97-98-99-100-101-102-103-104-105-106-107-108-109-110-111-112-113-114-115-116-117-118-119-120-121-122-123-124-125-126-127-128-129-130-131-132-133-134-135-136-137-138-139-140-141-142-143-144-145-146-147-148-149-150-151-152-153-154-155-156-157-158-159-160-161-162-163-164-165-166-167-168-169-170-171-172-173-174-175-176-177-178-179-180-181-182-183-184-185-186-187-188-189-190-191-192-193-194-195-196-197-198-199-200-201-202-203-204-205-206-207-208-209-210-211-212-213-214-215-216-217-218-219-220-221-222-223-224-225-226-227-228-229-230-231-232-233-234-235-236-237-238-239-240-241-242-243-244-245-246-247-248-249-250-251-252-253-254-255-256-257-258-259-260-261-262-263-264-265-266-267-268-269-270-271-272-273-274-275-276-277-278-279-280-281-282-283-284-285-286-287-288-289-290-291-292-293-294-295-296-297-298-299-300-301-302-303-304-305-306-307-308-309-310-311-312-313-314-315-316-317-318-319-320-321-322-323-324-325-326-327-328-329-330-331-332-333-334-335-336-337-338-339-340-341-342-343-344-345-346-347-348-349-350-351-352-353-354-355-356-357-358-359-360-361-362-363-364-365-366-367-368-369-370-371-372-373-374-375-376-377-378-379-380-381-382-383-384-385-386-387-388-389-390-391-392-393-394-395-396-397-398-399-400-401-402-403-404-405-406-407-408-409-410-411-412-413-414-415-416-417-418-419-420-421-422-423-424-425-426-427-428-429-430-431-432-433-434-435-436-437-438-439-440-441-442-443-444-445-446-447-448-449-450-451-452-453-454-455-456-457-458-459-460-461-462-463-464-465-466-467-468-469-470-471-472-473-474-475-476-477-478-479-480-481-482-483-484-485-486-487-488-489-490-491-492-493-494-495-496-497-498-499-500-501-502-503-504-505-506-507-508-509-510-511-512-513-514-515-516-517-518-519-520-521-522-523-524-525-526-527-528-529-530-531-532-533-534-535-536-537-538-539-540-541-542-543-544-545-546-547-548-549-550-551-552-553-554-555-556-557-558-559-560-561-562-563-564-565-566-567-568-569-570-571-572-573-574-575-576-577-578-579-580-581-582-583-584-585-586-587-588-589-590-591-592-593-594-595-596-597-598-599-600-601-602-603-604-605-606-607-608-609-610-611-612-613-614-615-616-617-618-619-620-621-622-623-624-625-626-627-628-629-630-631-632-633-634-635-636-637-638-639-640-641-642-643-644-645-646-647-648-649-650-651-652-653-654-655-656-657-658-659-660-661-662-663-664-665-666-667-668-669-670-671-672-673-674-675-676-677-678-679-680-681-682-683-684-685-686-687-688-689-690-691-692-693-694-695-696-697-698-699-700-701-702-703-704-705-706-707-708-709-710-711-712-713-714-715-716-717-718-719-720-721-722-723-724-725-726-727-728-729-730-731-732-733-734-735-736-737-738-739-740-741-742-743-744-745-746-747-748-749-750-751-752-753-754-755-756-757-758-759-760-761-762-763-764-765-766-767-768-769-770-771-772-773-774-775-776-777-778-779-780-781-782-783-784-785-786-787-788-789-790-791-792-793-794-795-796-797-798-799-800-801-802-803-804-805-806-807-808-809-810-811-812-813-814-815-816-817-818-819-820-821-822-823-824-825-826-827-828-829-830-831-832-833-834-835-836-837-838-839-840-841-842-843-844-845-846-847-848-849-850-851-852-853-854-855-856-857-858-859-860-861-862-863-864-865-866-867-868-869-870-871-872-873-874-875-876-877-878-879-880-881-882-883-884-885-886-887-888-889-890-891-892-893-894-895-896-897-898-899-900-901-902-903-904-905-906-907-908-909-910-911-912-913-914-915-916-917-918-919-920-921-922-923-924-925-926-927-928-929-930-931-932-933-934-935-936-937-938-939-940-941-942-943-944-945-946-947-948-949-950-951-952-953-954-955-956-957-958-959-960-961-962-963-964-965-966-967-968-969-970-971-972-973-974-975-976-977-978-979-980-981-982-983-984-985-986-987-988-989-990-991-992-993-994-995-996-997-998-999-1000)

O título de “Rainha do Pop” não caberia a outra pessoa que não fosse Madonna, aponta Soares e Lins (2017). Ao longo de seus 36 anos de carreira, ela utilizou a música para questionar a igreja, desafiar o machismo e colocar em cena os LGBTs, quando eram marginalizados. Segundo os autores, ao longo de sua trajetória, ela ampliou noção de artista musical, que deixou de ser apenas ligado à música e passou a ser ligado a uma esfera muito mais ampla, como o cinema, a televisão e a cultura digital. Usufruindo da sua figura midiática, sempre se envolveu em projetos que questionam temas relevantes como o papel da igreja, a liberdade de expressão, a liberdade feminina e suas decisões sobre seu corpo, sexualidade e política. A figura 54 apresenta a capa do seu álbum em 2017.

Figura 54 - Madonna em turnê Rebel Heart Tour - 2017



Fonte: Madonna Rebel Heart Tour, 2017 - Disp. [\(420\) Pinterest](#)

A figura 54 apresenta Madonna próxima a completar 60 anos, cheia de energia, a artista é considerada a rainha do pop e vem inspirando outras cantoras que surgiram no universo musical como Lady Gaga, que também será contextualizada neste trabalho. Todavia, é importante apresentar um ícone do meio musical que é da mesma geração de Madonna e iniciou a carreira durante o período do glam rock, inspirado em David Bowie e Marc Bolan, trata-se do artista Boy George.

4.6 The Chameleon

Nascido na Inglaterra, em 14 de junho de 1961, como George Alan O'Dowd. Começou a circular pelos pubs ingleses no final da década de 70 e trabalhou em clubes como DJ, informa Antena1 (2017). Boy George chamava a atenção de todos com seu estilo, cheio de brilho, cores maquiagem, muita maquiagem e chapéus, como apresentado na figura 55.

Figura 55 - Estilo de Boy George: muita maquiagem e chapéu.



Fonte: Vogue-UK, 2010²⁷

O artista iniciou sua carreira como músico em 1981, no grupo Bow Wow Wow e, criou a Banda Culture Club que teve uma curta duração entre 1982 a 1986, chegando ao fim devido ao seu envolvimento com drogas, o que também arrasou seu relacionamento romântico com o baterista John Moss. Ainda em 1986 o cantor se internou para fazer um tratamento para se curar do vício. Retomou sua carreira como cantor solo em 1987 e passou a se envolver em diversos projetos em outras áreas de sua vivência artística como moda e artes, a figura 56 apresenta três figurinos de Boy George.

²⁷ Disponível em <https://www.vogue.co.uk/article/stephen-jones-revealed-he-once-lived-in-a-squat-with-boy-george>.

Figura 56 - Figurinos artísticos de Boy George.



Fonte: GQ Magazine, 2020. Disp. <https://www.gq-magazine.co.uk/culture/article/boy-george-interview>

Boy George é um artista pop de gênero fluído, sendo que sua família soube sobre a sua sexualidade na adolescência, mas isso não o livrou da solidão ou preconceitos, o artista revelou para Antena 1 (2022) que não se sentia acolhido na escola e vivia constantes enfrentamentos com seus professores, acabando por ser expulso pela falta de aceitação do seu comportamento, de suas roupas e maquiagens, e porque o consideravam “estranho”. O artista também revelou que, na década de 1980, adotou uma postura ambígua sobre isso devido aos conselhos recebidos de seus empresários. Neste período, o cantor chegou a pensar que “talvez não fosse uma boa ideia ser tão gay”. (ANTENA 1, 2022)

O artista se identificou com o estilo andrógino de David Bowie e decidiu assumir esse perfil como artista. Assim, tornou-se uma das referências deste estilo no mundo fashion, tanto que se tornou a maior influência de Alexandre Herchcovitch, relata Pacce (2008), para a qual ele declarou que: “guardo dez pastas de recortes sobre ele, tenho todos os discos e CDs. Às vezes, compro um que já tenho só porque o encarte está em outro idioma”, revelou Herchcovitch (apud Pacce, 2008). Em 2013 o estilista desenvolveu sua coleção de verão inspirada no estilo de Boy George. A figura 57 apresenta Boy George

assistindo ao desfile de Herchcovitch no São Paulo Fashion Week (SPFW) em 2013 e dois looks desenvolvidos pelo estilista inspirado em seu ídolo.

Figura 57 - Boy George e looks criados por Herchcovitch no SPFW VERÃO 2013.



Fonte: Penso Moda, 2012²⁸

Boy George, na figura 57, acompanha o desfile SPFW Verão 2013 e ao lado dois looks desenvolvidos pelo estilista inspirados em seu ídolo, Littmann explica que a inspiração aparece em referências dos anos 1980, nas proporções, nas cores, nas ombreiras, nos quadriculados, em um grande trabalho de tecido, além dos chapéus sempre presentes no estilo do músico. Hercovitch (apud LITTMANN, 2012) afirma que “foi a coleção mais difícil de fazer até hoje, porque é a minha visão sobre um ídolo”. Em relação a sua conexão com a moda, George criou uma grife na cidade de Londres há alguns anos, o nome do espaço é “B-Rude” e conta com a sua direção criativa. (Antena 1, 2022).

A década de 60 além de revolucionária, foi profícua no surgimento de artistas de diversos segmentos. No meio musical muitos artistas sobressaíram-se nos mais diversos estilos, passando pelo pop, glam rock, disco e rock.

²⁸ Disponível em <https://pensomodafannylittmann.wordpress.com/2012/06/12/spfw-verao-2013-alexandre-herchcovitch/>

4.7 YOG – Yours Only George

No rock um dos artistas que ocupou lugar de destaque foi George Michael que nasceu em Londres, Inglaterra, no dia 25 de junho de 1963, registrado com o nome de Georgios Kyriacos Panayiotou.

Iniciou sua jornada musical em 1981 quando criou a dupla Wham com Andrew Ridgeley e lançaram diversos sucessos, informa Frazão (2017). O primeiro single solo foi lançado em 1984 e, em paralelo, fazia músicas e shows com a dupla até 1986 quando resolveram se separar. No ano seguinte, George gravou em parceria com Aretha Franklin o disco “I Knew You Were Waiting”, que se tornou um sucesso mundial. Nesse mesmo ano, lançou seu primeiro álbum de estúdio, “Faith” e, em 1988, ele faz a sua primeira turnê solo, para divulgação do seu álbum, como apresentado na figura 58.

Figura 58 - Michael em apresentação em show álbum Faith



Fonte: Haper's Bazaar Brasil – Disp. [George Michael: sua marca na moda - Harper's Bazaar »](#)

Na figura 58, à esquerda, o artista está em sua primeira turnê solo, em 1988, para promover o álbum Faith, usando um dos seus looks preferidos, composto por calça jeans justa com dois cintos em couro e correntes, camiseta branca, jaqueta de

couro preta, luvas com spik e óculos escuros. À direita, destaque para um dos seus acessórios favoritos o brinco em argola com crucifixo, que se tornou marca registrada.

Em 1990, informa Poletto (2018), o cantor lançou a música Freedom, causando impacto no meio artístico com o vídeo de lançamento que reuniu as modelos Naomi Campbell, Linda Evangelista, Cindy Crawford, Christy Turlington e Tatjana Patitz. A música é um marco para a comunidade LGBTIQIA+, que fala sobre os direitos dessa comunidade.

O artista participou do Rockin Rio em 1991, relata Kako (2022), quando teve um relacionamento amoroso com o estilista Anselmo Felipa, mas ainda não assumia sua homossexualidade. Após a morte de Anselmo, George escreve uma carta aos pais assumindo sua homossexualidade. Em 1996 conhece seu novo parceiro. Somente em 1998, continua Kako (2022), assumiu publicamente sua homossexualidade, após ser preso em banheiro público acusado de ato obsceno por um policial disfarçado. Em 2005, segundo Frazão (2017), se casou com seu parceiro Kenny Goss.

Poletto (2018) destaca que Michael deixou importante influência na moda, sendo que sua preferência era a combinação de couro e jeans, além de usar muitos acessórios como o clássico brinco de argola com crucifixo. O artista inovou, considera a colunista, nos anos 1980 e 1990 ao usar ternos coloridos em suas apresentações no palco, sempre complementando com óculos escuros. Em eventos informais o artista gostava de usar camisas estampadas, como mostra a figura 59.

Figura 59 - George Michael com terno colorido e óculos escuros em show



Fonte: Harper's Bazaar Brasil – Disp. [George Michael: sua marca na moda – Harper's Bazaar »](#)

À esquerda na figura 58, George Michael está usando um blazer colorido no tributo em homenagem a Freddie Mercury e a favor da luta contra a AIDS, realizado em Londres, em 1991. Na imagem à direita o cantor, com camisa estampada, com a modelo Linda Evangelista. O artista mantinha amizade com várias modelos, tanto que algumas participaram em diversos clipes de seus singles. Na sua morte, em 2016, o cantor foi homenageado por vários amigos do mundo fashion, como Mario Testino e Stella McCartney.

O mundo fashion, durante longo período, se caracterizou por ser um segmento dualista onde o feminino e o masculino eram muito presentes. Com a evolução da sociedade e a quebra de padrões de gênero oriundos de movimentos culturais e sociais, o segmento da moda vem se adaptando e criando moda para os mais diversos gêneros e até mesmo agênero, como também vem acolhendo em suas passarelas modelos com diversas orientações de gênero, incluindo os transgêneros, como Dominique Jackson.

4.8 The Elektra

Nascida em Trinidad e Tobago, em 20 de março de 1975, com o nome de Dominique Brebner. A família se mudou para a América quando ela era jovem, mas ela optou por ficar em Trinidad com sua avó, informa Ribeiro (2018). Voltou a se reunir

com sua família em Baltimore quando tinha 15 anos, onde começou a afirmar sua identidade de gênero, mas sofria muito preconceito da própria família e da comunidade pelo fato de ser transsexual, o que a levou a fugir para Nova York.

Em 1990, já morando em Nova York, informa Ribeiro (2018), adotou seu nome artístico, se identificou como mulher e fez trabalhos de modelagem de graça para construir seu portfólio. Foi em Nova York que a artista começou a ser notada e conseguiu fazer alguns trabalhos, como apresentado na figura 60.

Figura 60 - Dominique Jackson para Vogue Espanha e para etiqueta Marco Marco.



Fonte: Metropoles, 2019²⁹

À esquerda da figura 60, Dominique em campanha publicitária para Vogue Espanha e, à direita, fazendo o encerramento do desfile da etiqueta Marco Marco, em 2018.

Apesar de sofrer muito preconceito no início de sua carreira, relata Ribeiro (2018), tendo que realizar trabalhos de graça, como shows e desfiles e, até mesmo, trabalhos sexuais para sobreviver, a artista conquistou seu espaço como atriz, modelo, autora, personalidade de realities shows americanos e em 2015, em Nova York, realizou sua cirurgia de redesignação sexual. Atualmente, é modelo de sucesso e protagonista da série POSE, que tem o maior elenco de LGBTQIA+ da história da

²⁹ Disponível em <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/dominique-jackson-da-serie-pose-estrela-nova-campanha-da-valentino>

televisão mundial, traz no seu enredo o universo desta comunidade afro e latino-americana da cidade de Nova York/EUA, informa Ribeiro (2018), a figura 61 apresenta o cast da série Pose.

Figura 61 - Dominique Jackson e cast da série Pose.



Fonte: Draglicious, 2018³⁰

O elenco da série Pose está representado na figura 61 onde Dominique Jackson é protagonista, sua personagem comanda uma das casas que acolhem pessoas LGBTQIA+ que foram rejeitadas, ou não têm família, sem possibilidades e que vivem juntas para se ajudarem. A figura 62 mostra a artista em uma das cenas da série.

³⁰ Disp. <https://draglicious.com.br/2018/11/01/pose-conheca-o-incrivel-elenco-inclusivo-da-serie/>

Figura 62 - Dominique Jackson em cena da série “Pose”



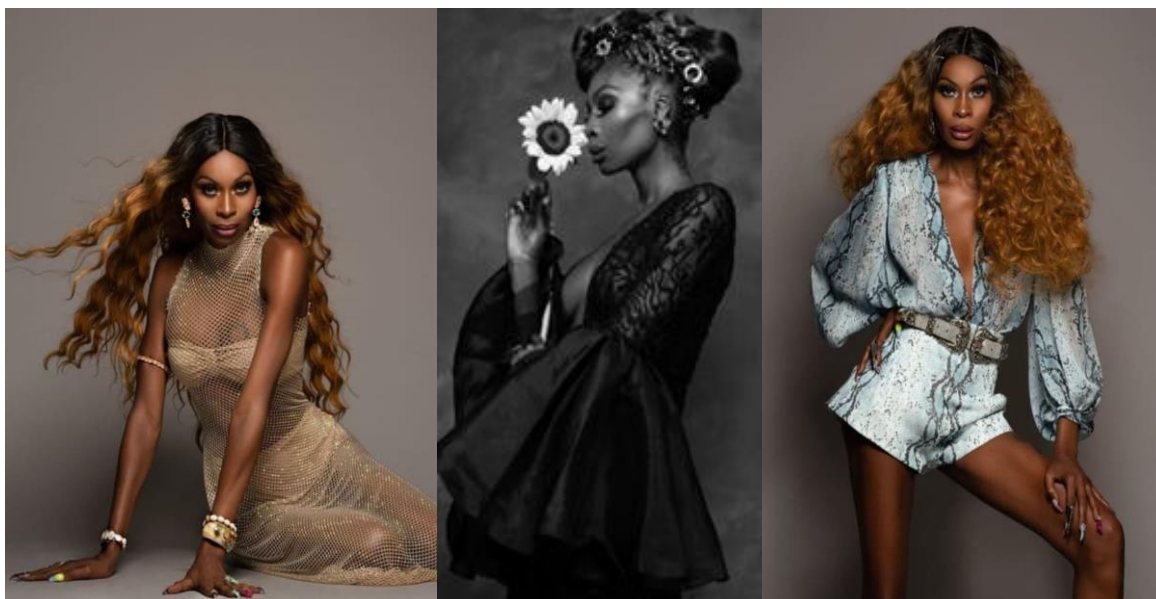
Fonte: Folha de São Paulo, 2018³¹

Em sua vida “real”, a artista é engajada na causa LGBTQIA+ e apoia a organização “Destination Tomorrow”, que é dirigida e financiada por pessoas trans, criada em 2009 por Sean Coleman para garantir que as pessoas trans consigam obter ajuda financeira, informa Cantarini (2020), esta organização cresceu a ponto de se tornar o Centro LGBTQIA+ do bairro Bronx de Nova York.

Em relação à moda, Jackson declarou para Cantarini (2020), que se vê envolvida com esta temática desde o seu nascimento, pois sempre quis parecer elegante e sofisticada, tendo recebido o apelido de “realeza”, com o qual não se ofendeu, pois queria mesmo ser uma “criatura majestosa”. A autora ressalta que a artista não se veste com o que vê nos manequins, mas sempre de acordo com o que fica bem nela. A figura 63 apresenta alguns looks usados por Jackson em ensaio fotográfico para matéria realizada pela revista L’Officiel.

³¹ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/09/atriz-trans-protagoniza-pose-serie-sobre-bailes-secretos-de-ny-nos-anos-1980.shtml>

Figura 63 - Dominique Jackson em ensaio fotográfico para L'Officiel.



Fonte: L'Officiel, 2020³²

A figura 63 apresenta Dominique em ensaio fotográfico para matéria realizada pela revista L'Officiel que a entrevistou sobre a Série Pose, abordando assuntos sobre moda, educação e sua contribuição para a população LGBTQIA+. Outra artista que é engajada e empreende esforços para garantir direitos, dar visibilidade e conquistar respeitabilidade para a comunidade é a cantora Lady Gaga.

4.9 The mother monster

Seu nome completo é Stefani Joanne Angelina Germanotta, nasceu em Nova York, no dia 28 de março de 1986, informa Frazão (2020). É uma cantora, compositora, instrumentista, atriz e produtora musical norte-americana, uma das maiores representantes do show business³³ mundial e um ícone no universo pop³⁴. Seu nome artístico, Lady Gaga, surgiu com a ajuda do produtor musical Rob Fusari, com base na música "Radio Gaga", da banda Queen.

Com quatro anos começou a estudar piano e aos treze anos compôs a sua primeira canção, sua prematuridade artística demonstra que era diferente do que se

³² Disponível em <https://www.revistalofficiel.com.br/pop-culture/entrevista-com-a-estrela-de-pose-dominique-jackson>

³³ Indústria de espetáculos recreativos, abrangendo música teatro, cinema, televisão, rádio, feiras de amostras e circos. (DICIONÁRIO OXFORD, 2010)

³⁴ Relativo à música popular proveniente do rock in roll, enriquecida por diversas influências como jazz, música clássica, eletrônica, entre outras. (Silvestre, 2021)

via até então. A partir daí, relata Frazão (2020), Gaga virou as costas para o mundo dos típicos adolescentes, fez amizade com gogo dancers e drag queens. Era uma artista nata, pois sabia que seu destino era o palco.

Por possuir traços fortes, diversas especulações surgiram a respeito da sua sexualidade, como a possibilidade dela ser travesti ou hermafrodita, mentiras que Gaga manteve por algum tempo, até esclarecer que se fosse para falar de sua sexualidade, se assumiria bissexual (HERBERT, 2010). A sexualidade é um tema muito explorado por Lady Gaga, visto seu envolvimento com a causa LGBTQIA+, contatando políticos e se envolvendo na liberação do casamento homossexual em Nova York, chegando a participar de comícios contra a lei “Don’t ask, Don’t tell”³⁵. Ela defendeu o fim publicamente durante a sua participação no VMA de 2010, em que chegou acompanhada por três ex-soldados do exército americano, os quais foram expulsos por assumirem sua homossexualidade, informa Corrêa (2014).

Por posicionamentos como este, Lady Gaga é regularmente destacada em listas da revista Forbes e foi nomeada uma das pessoas mais influentes do mundo pela revista Time. Neste sentido, a artista é considerada um marco para o público pop e LGBTQIA+, isso porque, com o lançamento da sua música “Born this way”, a cantora faz menção às pessoas que sentiam-se desajustadas e excluídas. Além disso, um ano depois do lançamento da música, Gaga e sua mãe, Cynthia Germanotta, fundaram a organização sem fins lucrativos chamada “Born this way foundation”, criada para apoiar jovens a se amarem e se aceitarem como são, demonstrando poder e força, informa Phoenix (2010).

Seus figurinos nos shows seguem um caminho radical e menos fashion: sua tática é a do choque estético, destaca Frazão (2020). Com suas roupas extravagantes e chocantes, faz seu público esperar um susto, a cada aparição, como apresentado na figura 64.

³⁵ Termo comum para a antiga política de restrição das forças armadas dos Estados Unidos, revogada por Barack Obama em 2010 (Frazão, 2008)

Figura 64 – Figurinos utilizados por Lady Gaga em suas apresentações



Fonte: www.ebiografia.com/ladygaga

Na figura 64 pode-se observar a extravagância dos figurinos utilizados pela cantora em algumas de suas apresentações públicas, como o famoso vestido feito de carne que provocou controvérsia em 2010 depois que a cantora Lady Gaga apareceu com ele no MTV Vídeo Awards, cujo objetivo era reforçar o direito de cada um ser como é, sendo o último da figura acima. Uma das admiradoras e seguidoras de Lady Gaga, é Miley Cyrus, que também busca dar voz à comunidade LGBTQIA+ através da sua arte.

4.10 The mother's daughter

Frazão (2022) informa que Miley Ray Cyrus nasceu em Nashville, Tennessee, Estados Unidos, no dia 23 de novembro de 1992. É filha do cantor de música country, Billy Ray Cyrus. Foi registrada com o nome de Destiny Hope Cyrus, mais tarde mudou oficialmente seu nome para Miley Ray Cyrus, inspirada no apelido que seu pai lhe deu que era Smiley. É uma artista na área de música (cantora e compositora) e cinema, tendo iniciado sua carreira artística com 11 anos, atuando numa série de televisão ao lado do seu pai. Foi protagonista da série Hannah Montana, lançada em 2006 pela Disney Channel.

Miley Cyrus, explica Setoodeh (2016), se identificou como pansexual³⁶ e não-binária³⁷ na adolescência, termos usados na comunidade LGBTQIA+ ao se referir a pessoas que apreciam e se sentem atraídas por pessoas de ambos os sexos e orientações. A artista fundou em 2019 a Fundação Happy Hippie dedicada a apoiar a comunidade LGBTQIA+ em risco, jovens sem-teto e outras populações vulneráveis. Em 2019, ela chamou a atenção por assumir, pela primeira vez, uma relação homossexual logo após terminar seu casamento com o ator Liam Hemsworth.

De acordo com a Vogue, a artista foi considerada, em 2022, a nova rainha da moda vintage, a figura 65 apresenta figurinos de Dior e Alexander McQueen usados pela artista em viagem a Nova York, naquele ano.

Figura 65 - Miley Cyrus com looks vintage da Dior – 2022



Fonte: Vogue Br, 2022³⁸

Na figura 65 a artista usa dois vestidos de Dior, os vestidos preto e vermelho, desenvolvidos por John Galiano, quando diretor criativo da marca. E no centro, o vestido estilo camisola desenvolvido por Alexander McQueen. Para participar da estreia de Chicago, clássico da Broadway, naquele mesmo ano, a artista escolheu outro figurino da Dior, apresentado na figura 66.

³⁶ Pessoa que tem atração sexual, por outras pessoas, independente do sexo biológico ou identidade de gênero. (Reis, 2018)

³⁷ Pessoa que não se identifica com o gênero masculino e nem com o gênero feminino. (Reis, 2018)

³⁸ Disponível em [Miley Cyrus é a nova rainha da moda vintage e a internet está amando - Vogue | moda \(globo.com\)](https://www.vogue.com.br/moda/miley-cyrus-e-a-nova-rainha-da-moda-vintage-e-a-internet-esta-amando/)

Figura 66 - Miley Cyrus usando figurino animal print da Dior.



Fonte: Vogue Br, 2022³⁹

Na figura 66 a artista usa um vestido-camisola, animal print, coberto de renda combinado com uma saia na mesma estampa de leopardo. Frente a este cenário artístico internacional, é importante destacar que o Brasil tem uma jovem artista que dá voz à comunidade LGBTQIA+ e luta por direitos e representatividade, sendo a próxima artista abordada neste trabalho.

4.11 O homem do ano

Uma personalidade interessante, uma das mais jovens e muito famosa, atualmente, é a cantora⁴⁰ Pabullo Vittar, seu nome de registro é Phabullo Rodrigues da Silva, nascida em 01/11/1993, em São Luís do Maranhão.

³⁹ Disponível em [Miley Cyrus é a nova rainha da moda vintage e a internet está amando - Vogue | moda \(globo.com\)](https://www.vogue.com.br/moda/miley-cyrus-e-a-nova-rainha-da-moda-vintage-e-a-internet-esta-amando/)

⁴⁰ O tratamento na forma feminina está respeitando o fato dela própria apresentar-se no feminino e pelas suas performances estarem sempre incorporando formas femininas de comportamento, de vestuário, de sensualidade e de apresentação social.

Iniciou a carreira cantando músicas em igreja presbiteriana e aos 16 anos começou a fazer vídeos para postar no youtube. Ela é uma artista que se apresenta como cantora, drag queen⁴¹, performer⁴², makeup artist⁴³ e dançarina. Faz trabalhos em audiovisual e lança em videocliques em diferentes plataformas na internet, seus videocliques alcançam milhões de pessoas, ajudando a popularizar sua arte performática. A figura 67 apresenta um de seus trabalhos.

Figura 67 - Tutorial de maquiagem para a Vogue Magazine



Fonte: Youtube vídeos, 2023⁴⁴

A figura 67, é recorte de um vídeo onde a artista faz um tutorial de maquiagem para a Vogue Magazine, promovendo diversas linhas de produtos de maquiagem, salientando-se que em seus videocliques e performances ela utiliza muita maquiagem colorida e looks vibrantes. A sua produção audiovisual, informa Rodrigues (2020), busca auxiliar no combate à LGBTfobia, que é o preconceito em virtude da identidade

⁴¹ Homem que se veste com roupas extravagantes tradicionalmente associadas à mulher e imita voz e trejeitos tipificadamente femininos, em suas apresentações artísticas. (Reis, 2018).

⁴² Artista cuja atuação combina várias artes, como o teatro, música e dança. (Reis, 2018)

⁴³ Maquiagem artística. (Tradução livre).

⁴⁴ Disponível em : [Brazilian Pop Star Pablllo Vittar's Spectacular 15-Minute Drag Transformation | Beauty Secrets - YouTube](#)

de gênero ou orientação sexual. A LGBTfobia vai muito além da homofobia, abrangendo todos os grupos fora dos padrões heteronormativos da sociedade.

É importante destacar que as performances de Vittar sempre têm lindos corpos em movimento. Alguns destes corpos são sexualmente indefinidos/andróginos, transformados artificialmente ou exibindo atributos naturais, destaca Rodrigues (2020), esclarecendo que a androginia é muito utilizada como mecanismo artístico para as performances dos artistas queers. A figura 68 traz Vittar em uma de suas apresentações.

Figura 68 - Pabllo Vittar apresentação em show 2019



Fonte: Youtube vídeos, 2019⁴⁵

A figura 68, demonstra a sensualidade de Pabllo Vittar em uma de suas performances. A artista lida abertamente com a sua sexualidade, identificando-se como pansexual, que representa uma pessoa que gosta de ser livre e que não tem uma orientação sexual definida, já que gosta de pessoas. Ela assume que se relaciona com homens, mulheres, pessoas héteros e gays. Rodrigues (2020, p.102) observou que “a aberta sexualidade da artista, auxilia na busca de respeito pelos “diferentes” e acaba por impor respeito (com sua sexualidade tão exposta)”.

⁴⁵ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=RAQmKOsonhc>

Em suas performances Vittar usa e abusa de figurinos femininos e sexys, como apresentado na figura 69, onde ela se apresenta usando um look vermelho, composto por um body sensual, com sobreposição de capa e jaqueta, complementados por botas.

Figura 69 - Pabllo Vittar capa Paper Magazine



Fonte: Pabllo Vittar, 2022⁴⁶

A figura 69 apresenta a artista em ensaio fotográfico para revista Paper Magazine. Em entrevista a Charli XCX, a artista informa que suas apresentações, em geral, apresentam um cunho erótico, mas nunca obsceno, utilizando da sua expressão artística para questionar as instituições, interrogando o discurso e a prática a partir da subversão da heteronormatividade, sendo bastante construtiva artisticamente.

Neste sentido, destaca-se que a artista ganhou o prêmio ícone do ano na premiação Men of The Year, em 2020 (Homem do Ano, em português), da revista GQ Brasil. Ela é a primeira drag queen a vencer uma categoria na premiação e foi eleita justamente pelo uso de sua voz na defesa da inclusão da comunidade LGBTQIA+. A figura 70 traz mais um figurino da artista.

⁴⁶ Disponível em <https://www.papermag.com/charli-xcx-interviews-pabllo-vittar-2587263635.html#rebellitem14>

<https://www.papermag.com/charli-xcx-interviews-pabllo-vittar-2587263635.html#rebellitem14>

Figura 70 - Pabllo Vittar – vencedora do prêmio “homem do ano” 2020



Fonte: Pabllo Vittar, 2020 – Disp. <https://gq.globo.com>

Sobre a sua premiação a artista declarou, em entrevista ao portal UOL (2020), “ganhar um Men Of The Year é afirmar que posso, sim, caminhar pelo masculino, pelo feminino e ter sucesso em ambos”. Ao jornalista Dias (2020) ela declarou “estou muito feliz. Receber o prêmio é algo inesperado para muita gente, mas, para mim, isso reforça que posso estar onde eu quiser”. Conclui-se que Pabllo Vittar, com sua arte, reafirma que cada um é diferente e pode fazer a diferença no mundo. Neste sentido, a atriz americana Hunter Schafer, de 22 anos, já vem dando a sua contribuição como será relatado a seguir.

4.12 The Euphoria of a better world

Nascida em 31 de dezembro de 1999 na Carolina do Norte – EUA, é atriz e modelo. Hunter Schafer é uma mulher trans que sempre teve orgulho de sua identidade de gênero e, ainda no ensino médio, protestou contra o uso de banheiros públicos somente por pessoas nascidas com o sexo correspondente. (Adorocinema, 2019). Em 2020, a revista Vogue citou Schafer como uma das 21 jovens com menos de 21 anos que estão mudando o mundo. A figura 71, apresenta esta artista.

Figura 71 - Hunter Schafer em Nova York e Austin – 2018 e 2019



Fonte: [Hunter Schafer já é uma estrela da Geração Z | Vogue \(vogue.com\)](https://vogue.com/pt-br/2019/12/hunter-schafer)

À esquerda, na figura 71, a modelo usa um vestido de Jonathan Simkhai, na Semana de Moda de Nova York, em 2018 e à direita na estreia de Euphoria, em Austin, 2019, usando Charlotte Knowles. (HESS, 2020)

Hess (2020) diz que, Schafer de Jules Vaughn, uma estudante trans do ensino médio experimenta os desafios de navegar pelo mundo fashion como uma adolescente queer. Em seu histórico como modelo, Schafer já desfilou para várias marcas, de Dior à Miu Miu, antes de estrelar no seu primeiro trabalho como atriz na

série Euphoria, suas aparições promocionais rapidamente a marcaram como uma estrela de muito estilo, como pode ser visto na figura 72.

Figura 72 – Schafer em Los Angeles – 2019



Fonte: Vogue, 2020. Disp. [Hunter Schafer já é uma estrela da Geração Z | Voga \(vogue.com\)](https://www.vogue.com/pt-br/celebridades/hunter-schafer)

A modelo, à esquerda na figura 72, usando um Burberry no Billboard Women In Music Awards e, à direita, com Christopher Kane no evento Power of Young Hollywood da Variety, em Los Angeles, 2019 (VOGUE, 2020).

Hess (2020), observa que a artista sente-se tranquila em misturar marcas ousadas e de grandes nomes como Loewe, Mugler e Rick Owens, com designers emergentes como Lou Dallas, CDLM e Charlotte Knowles, Schafer chama a atenção não apenas porque seu estilo é tão distinto, mas também por causa da alegria que ela demonstra usando a moda.

Inspirado por estes figurinos de grandes nomes da cultura LGBTQIA+, o autor deste trabalho busca desenvolver uma coleção para a marca Another Place, localizada em São Paulo, que já trabalha com design e comercialização de roupas para todos os estilos. No próximo capítulo, apresenta-se a metodologia de pesquisa utilizada para subsidiar este trabalho.

5 DESENHANDO A FORMA: METODOLOGIA DE PESQUISA

Este capítulo apresenta a metodologia científica utilizada para desenvolver este trabalho. Lakatos e Marconi (2021) explicam que metodologia científica utiliza um conjunto de regras e procedimentos que devem ser utilizados pelo pesquisador para conduzir o trabalho de forma sistemática, objetiva e confiável.

O trabalho caracteriza-se como pesquisa básica que, segundo Gil (2022), é motivada pela curiosidade do pesquisador que tem a expectativa de divulgar novos conhecimentos para toda a sociedade, possibilitando assim a transmissão e debate do conhecimento. Para atender aos objetivos propostos neste trabalho, foi necessária uma pesquisa qualitativa descritiva que se desafia a fazer uma análise e interpretação de aspectos mais profundos da complexidade do comportamento humano. Segundo Lakatos e Marconi (2021, p. 92) “[...]fornece análise mais detalhada sobre hábitos, atitudes e tendências de comportamentos”.

Utilizou-se as técnicas de pesquisa bibliográfica e documental. Sendo que, segundo Lakatos e Marconi (2021, p. 132), “a pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange todos os trabalhos já tornados públicos em relação ao tema de estudo”. Gil (2022), explica que as fontes secundárias, trazem contribuições de diferentes autores sobre o tema. Assim, como pesquisa bibliográfica foram utilizados livros e artigos para elucidar os principais conceitos explorados neste trabalho, assim como contribuiu para conhecer as transformações pelas quais passou a moda ao longo dos séculos XX e XXI, buscando identificar como se deu a desconstrução de parâmetros de dualidade de gênero na moda e a contribuição da cultura LGBTQIA+ neste processo.

Na pesquisa bibliográfica foram utilizados os autores Reckziegel (2004), Hall (2006), Lipovetsky (2009) e Svendsen (2010) para elucidar questões de identidade. Para abordar a trajetória da moda nos séculos XX e XXI, os principais autores foram Crane (2006), Lipovetski (2009), Svendsen (2010), Fogg (2013) e Blackman (2014). Para contextualizar os aspectos de gênero e sexualidade utilizou-se como referência Pereira (2012), Nunan (2015) e Lima e Edine (2015). Para trazer informações sobre as celebridades e suas contribuições para a moda, foram utilizadas os autores Mello (2018), Julio Maria (2021), Phoenix (2010) e Morley (2015). Além das autobiografias escritas por Ney Matogrosso e Grace Jones. Ao discutir o tema sobre marketing,

identidade da marca, mercado consumidor e o planejamento estratégico foi utilizado o autor, referência na área, Philip Kotler (2019).

Através do alinhamento entre as leituras de livros e artigos como *A resistência na moda através do tempo: movimento punk e slow fashion*, da Revista da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda e *A Moda como expressão cultural e pessoal* da Revista de Moda, Cultura e Arte, e outros selecionados em acervos de respeitadas instituições de ensino e pesquisa como UFBA, UFPE, UFSC e UFRGS, bem como no banco Scielo que disponibiliza trabalhos científicos nacionais e internacionais, foi possível estabelecer importantes contrapontos entre as diversas visões acerca das transformações que a moda vem passando ao longo dos séculos XX e XXI, como também as questões de gênero e sexualidade. Assuntos estes que, por se tratarem de temas contemporâneos e em contínuo desenvolvimento, precisaram ser contextualizados frente a estudos mais recentes.

Para complementar a pesquisa bibliográfica, foi utilizada a pesquisa documental, conforme Lakatos e Marconi (2021), ambas possuem como objeto de investigação o documento, diferenciando-se quanto ao formato deste. Sendo que

A pesquisa documental é muito próxima da pesquisa bibliográfica. O elemento diferenciador está na natureza das fontes: a pesquisa bibliográfica remete para as contribuições de diferentes autores sobre o tema, atendendo para as fontes secundárias, enquanto a pesquisa documental recorre a materiais que ainda não receberam tratamento analítico, ou seja, as fontes primárias. Essa é a principal diferença entre pesquisa documental e pesquisa bibliográfica. (Lakatos e Markoni, 2021, p.36).

A pesquisa documental foi necessária visto que as informações atualizadas e de cunho pessoal das celebridades relacionadas a este trabalho, estão disponíveis nas redes sociais, páginas pessoais dos artistas (Instagram), revistas físicas e/ou digital, biografias nos sites ebiografia e adorocinema, além de vídeos do Youtube. As principais revistas utilizadas foram Revista Rolling Stone, Vogue, Elle e Claudia, buscando informações e imagens atualizadas.

Por fim, para a seleção da marca Another Place, para a qual será desenvolvido um exercício projetual de coleção, adotou-se o método dedutivo. Na lição de Prodanov e Freitas (2013, p. 27) “o raciocínio dedutivo tem o objetivo de explicar o conteúdo das premissas, por intermédio de uma cadeia de raciocínio em ordem descendente, de análise do geral para o particular, de forma a se chegar a uma conclusão”.

Isto significa que para fins deste trabalho partiu-se de uma análise geral e, posteriormente, deduziu-se algumas premissas. Na medida em que foram estudadas as principais modificações na moda nos séculos XX e XXI, a contextualização de gênero e sexualidade ao longo do mesmo período e, também, como a cultura LGBTQIA+ contribui para influenciar na desconstrução dos parâmetros de dualidade de gênero na moda, foi possível deduzir que é necessária uma moda livre de rótulos e padrões de gênero, com base nestas premissas propõe-se uma coleção de moda alinhada com estes parâmetros

As principais informações sobre a marca referência para o desenvolvimento deste trabalho, partiram inicialmente da identidade da marca, verificando como a mesma tem afinidade com o autor deste trabalho e com o público-alvo que se busca atender. Outra variável relevante para a decisão, foi o perfil dos produtos desenvolvidos e comercializados pela marca selecionada, buscando identificar seu padrão de qualidade aliado ao custo de produção que viabilizasse, para o autor, o desenvolvimento da coleção, considerando sua restrição orçamentária. Assim, a marca selecionada que serviu como referência para o desenvolvimento da coleção deste trabalho é Another Place Comércio de Roupas Ltda.

Finalmente, ressalta-se que para o desenvolvimento da coleção de moda objeto deste trabalho foi utilizada a metodologia dos autores Carvalhal (2016) e Treptow (2013), considerando-se as transformações sociais e o impacto midiático das celebridades sobre as tendências de moda e consumo, conforme será abordado de forma pormenorizada nos capítulos que seguem.

6 ANOTHER PLACE: DEFININDO OS PARÂMETROS PARA DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO.

Para compreensão da referência deste trabalho, buscou-se identificar uma marca alinhada com a desconstrução de padrões de dualidade de gênero na moda. Portanto, este capítulo desenvolve um estudo criterioso, usando como norteadores teóricos os conceitos de Kotler e Keller (2019), sobre elementos pertinentes à empresa e a marca como o nome, o porte, identidade da marca, o segmento, produtos, preço, praça e promoção, já desenvolvidas pela empresa.

6.1 Empresa

A razão social da empresa selecionada é Another Place Comércio de Roupas Ltda, sendo o seu nome fantasia Another Place (ANP)⁴⁷, iniciou suas atividades em 05/10/2017 está localizada em na cidade de São Paulo/SP, atuando no setor de design de moda e comércio de artigos do vestuário e acessórios.

6.2 Porte

A classificação de microempresa é definida de acordo com dois fatores, o valor do faturamento e o número de empregados. O Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2022), classifica como microempresa a entidade empresarial que tenha uma receita bruta anual de até R\$ 360.000,00 e, pelo critério de número de empregados, define que são aquelas com até nove empregados, para o segmento de comércio e serviços. A empresa, referência para este estudo, enquadra-se como microempresa segundo os dois critérios.

6.3 Marca.

A marca é um sinal que identifica no mercado os produtos ou serviços de uma empresa, distinguindo-a de outras empresas. Se a marca for registrada, passa o seu titular a deter o direito exclusivo de uso, de forma a impedir que terceiros utilizem, sem o seu consentimento, sinal igual ou semelhante, em produtos ou serviços idênticos ou

⁴⁷ ANOTHER PLACE significa outro lugar. Tradução livre.

afins. Portanto, a marca além de ser uma identificação para os produtos que serão vendidos, possui a função de produzir e afirmar conceitos voltados aos interesses que se quer passar para a sociedade. O nome escolhido, ANOTHER PLACE leva a entender que a marca se encontra em outro lugar da moda, com outros parâmetros, convidando os consumidores e se unirem a ela em busca desse outro lugar no mundo.

6.3.1 Identidade de marca

Desenvolver uma marca vai além de criar um produto gráfico, um logotipo ou uma logomarca, porque uma marca é a alma da empresa, segundo Kotler e Keller (2019). Ela representa a imagem que a empresa quer passar para o mercado. Ela é um sistema integrado de ações que envolvem a absoluta eficiência na preparação, entrega e manutenção dos atributos materiais inerentes à sua criação.

O conceito de marca está diretamente vinculado à composição da proposta de valor da empresa e constitui um dos fatores de maior importância para sua competitividade no mercado, salienta Kotler e Keller (2019). Considerado uma orientação fundamental para as empresas buscarem uma posição de destaque, levando-as a ofertar um conjunto de benefícios que lhes assegurem esta unicidade de identificação e buscando desenvolver uma percepção de sua eficácia no atendimento às necessidades de um grupo específico de consumidores.

A criação de uma marca envolve definir uma identidade visual e verbal da empresa, é através dela que se desenvolve a comunicação com o mercado consumidor e as diversas estratégias de posicionamento da empresa, segundo Kotler e Keller (2019).

Frente a este contexto, a Another Place, se posiciona como uma marca “livre de gênero, de rótulos, para usar como quiser” (ANOTHER PLACE, 2022). A sua marca segue linhas retas, buscando passar uma imagem simples e básica, conforme exposto na figura 73.

Figura 73 - Marca empresa Another Place

ANOTHER PLACE

Fonte: [Sobre a ANP – Another Place](#)

A figura 73 apresenta a marca da empresa, a letra N invertida passa a ideia de ser contrário, de ser diferente, de não acompanhar o padrão. Em seu site, tem a definição da alma do negócio, a declaração de sua missão e objetivos, assim estabelecidos:

a gente é o que é. não tem outro jeito. aliás, até tem. mas é desse padrão que fugimos. do convencional. da linha reta e previsível.

a gente é curva, essa é a ideia. um padrão sem padrão, totalmente anticonvencional. somos desconstrução. fora da regra. sem rótulos, porque os velhos estereótipos já eram.

respeitamos o ser humano como o todo que é. macho ou fêmea. porque roupa é expressão e todo mundo pode e deve usar o que quiser, o que couber, independentemente do sexo. do estilo. da profissão.

a humanidade toda não cabe dentro das mesmas caixinhas. ou armários. por isso, nascemos pra vestir todo mundo sem fazer diferença de gênero. porque acreditamos que não dá pra ser original sem fazer a diferença no mundo. não dá pra ter atitude sem quebrar paradigmas. e a cara, às vezes. não dá pra ter opinião e continuar repetindo a mesma fórmula.

é isso. fazemos roupa com ideia, menos regra. nascemos assim, fora da curva e do armário. queremos outra coisa. uma coisa nova.

nos assumimos junto com você, do jeito que a gente é, aqui ou em outro lugar. (ANP, 2022).

Portanto, pela figura 73 e pelo texto que define a marca, pode-se inferir que a missão da empresa é oferecer roupas, sem rótulos, para todos usarem como quiserem. Na figura 74, pode-se ver o logotipo da empresa acompanhado da frase que define a sua essência.

Figura 74 – Imagem do instagram da Another Place



Fonte: [Another Place \(@anotherplace\) • Fotos e vídeos do Instagram](#)

Na figura 74, observa-se a frase: “gender-free, no labels, to wear however you want”. Significa: “livre de gênero, sem rótulos, para vestir como quiser” (tradução do autor deste trabalho). Esta é a essência da empresa, criar e vender roupas que sejam apenas roupas, para serem usadas por quem quiser, onde quiser e como quiser. De acordo, com a sua essência, a empresa visa atender o segmento de mercado que se identificar com ela, que será apresentado como público-alvo.

6.3.2 Segmento

O segmento conferido à marca é de design de moda e comércio de artigos do vestuário e acessórios, pode ser conhecido pela disseminação do ready-to-wear⁴⁸ que

⁴⁸ Pronto pra vestir (tradução livre)

tem por objetivo disponibilizar em grande escala roupas feitas em diferentes tamanhos, acompanhando ou lançando uma tendência de moda. Os nichos de mercado que a empresa vem buscando atender é o público jovem com artigos de underwear⁴⁹, swimwear⁵⁰, fragrâncias e roupas casuais. O estilo casual além de ser confortável, descontraído e versátil, pode atender diversos estilos que se enquadram adequadamente à natureza de cada consumidor.

6.3.3 Concorrentes

Segundo o Sebrae (2022) é necessário que a empresa conheça, primeiramente, as próprias características referentes aos produtos que comercializa, seu porte, os locais e a capacidade de atendimento. Depois é que se compara com outras empresas que possuem características idênticas ou semelhantes. Através da comparação realizada com diversas marcas que atendem o segmento vestuário casual, enquadram-se como concorrentes diretos: Moun, Baw e Bold Strap, estão nesta categoria visto que trabalham com produtos muito semelhantes e buscam o mesmo perfil de consumidor. E como concorrentes indiretos as marcas: Zara, Shein e Youcom, que trabalham com produtos próximos e buscam atender diferentes públicos, inclusive o público-alvo da ANP.

6.4 Marketing

Fundamentado como um conjunto de serviços e atividades que promovem através de propagandas e divulgação pública o comércio de produtos que uma instituição confecciona destinados, objetivamente, ao mercado alvo, serve para manter contato e atender eventuais necessidades dos clientes. O marketing é entendido como uma ponte entre cliente e empresa/marca, mantendo uma relação de troca de interesses, pois sem a persuasão realizada por propagandas e estímulos externos, o desejo do consumidor não é despertado. Portanto, o valor agregado aos serviços que essa mercadologia pode empregar está intrinsicamente voltada à exploração dos anseios do público, para assim, integrar o cliente de forma fiel ao produto (KOTLER e KELLER, 2019).

⁴⁹ Roupas de baixo, lingerie (tradução livre).

⁵⁰ Roupas de banho (tradução livre).

De acordo com Sebrae (2022), o conceito conta com instrumentos como produção de bens e serviços que correspondam ao desejo do consumidor, preço justo, distribuição dentro do prazo estabelecido e propagação com diversos mecanismos disponíveis. O mercado pode ser segmentado a partir de alguns mecanismos como “os 4Ps que representam a visão que a empresa vendedora tem das ferramentas de marketing disponíveis para influenciar compradores” (KOTLER e KELLER 2019, p. 78). A seguir, serão descritos, sucintamente, o conceito de cada fragmento aplicado aos 4Ps do marketing associados à marca: produto, preço, praça e promoção.

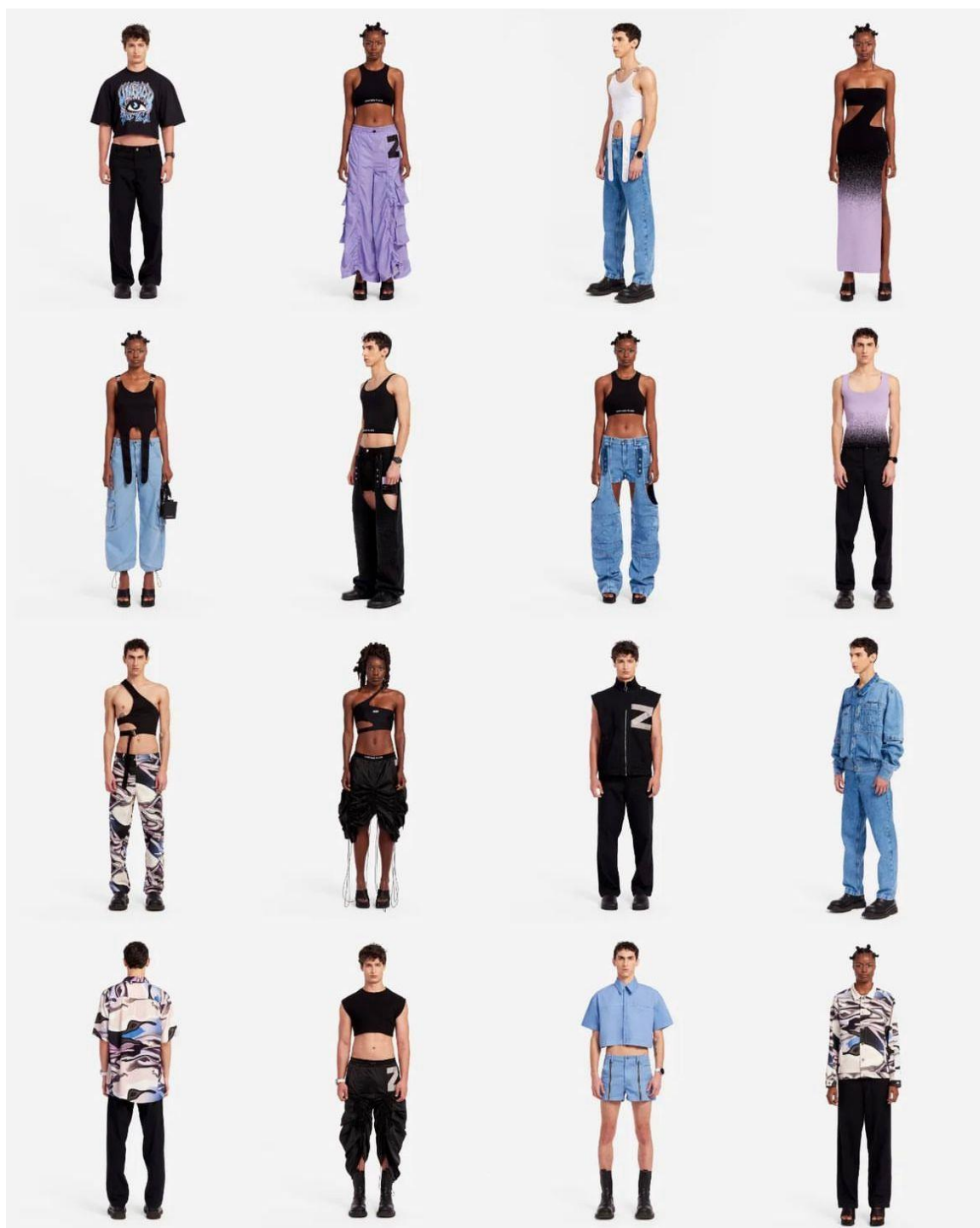
6.4.1 Produto

Os produtos da empresa podem transmitir um sentido de satisfação de uma necessidade ou um desejo que ligado ao marketing, legitima o sentimento de posse. Sendo possível esclarecer, ao que descreve Kotler e Keller (2006, p. 07), “[...] existem alguns aspectos da estratégia de produto que podem influenciar o comportamento de compra do consumidor. Podem estar relacionados à novidade do produto, sua complexidade, sua qualidade percebida, a aparência física do produto, embalagem, rótulo, conforto oferecido”.

Another Place é uma marca de moda que se destaca por sua estética única e provocativa. A marca incorpora elementos de arte, cultura pop e subculturas para criar um estilo distintivo e inovador. Seu objetivo é desafiar as convenções e questionar as normas estabelecidas na indústria da moda.

A estética da empresa é ousada e arrojada. Ela combina uma mistura eclética de influências, como o punk, o grunge e o estilo urbano. As roupas são frequentemente caracterizadas por cortes assimétricos, silhuetas desconstruídas e detalhes inesperados. A marca brinca com proporções, texturas e cores vibrantes para criar peças visualmente impactantes, como mostrado na figura 75.

Figura 75 - Quadro de coleção Collab Samsung - 2022



Fonte: [Another Place \(@anotherplace\)](#) • Fotos e vídeos do Instagram

Observa-se na figura 75 que a marca busca de forma clara demonstrar para o seu público-alvo que seus produtos podem e devem ser usados por todos, sem discriminação de gênero, como está definido na sua essência “gender-free, no labels, to wear however you want”.

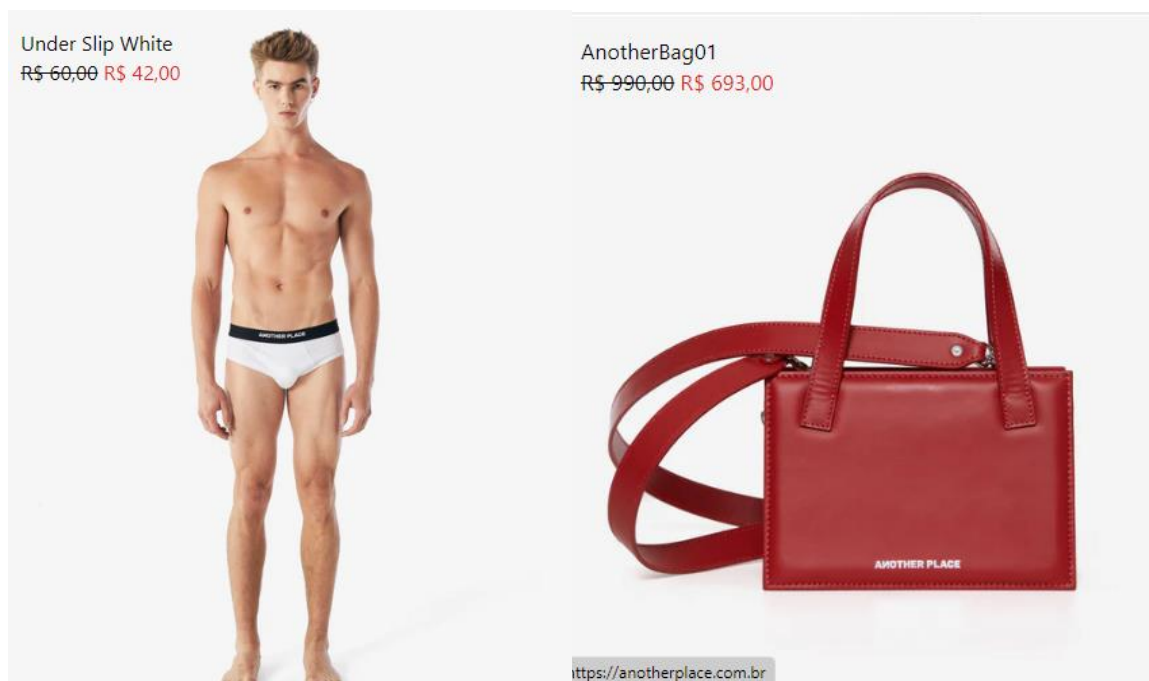
6.4.2 Preço

A definição do preço final praticado pelos produtos é estabelecida através de diversos fatores que podem influenciar de maneira definitiva no momento da compra. “Os fatores internos incluem os objetivos de marketing da empresa, sua estratégia de mix de marketing, custos e organização. Os fatores externos incluem a natureza do mercado, a demanda, a concorrência e outros fatores ambientais” (KOTLER e KELLER, 2019 p. 116).

Por ser uma empresa jovem no mercado, buscando construir concepções fundamentadas para se alinhar com o cliente, como ele se identifica. Para tanto o design dos produtos comercializados atendem as necessidades de um público livre de padrões preestabelecidos e de preconceitos de gênero.

Avaliando os preços praticados pela marca ANP, observou-se uma variação de R\$ 42,00 que é o produto de menor preço e de R\$ 693,00 que é o produto de maior preço, que estão demonstrados na figura 76.

Figura 76 - Produtos com menor e maior preço loja virtual ANP



Fonte: [Another Place](https://anotherplace.com.br)

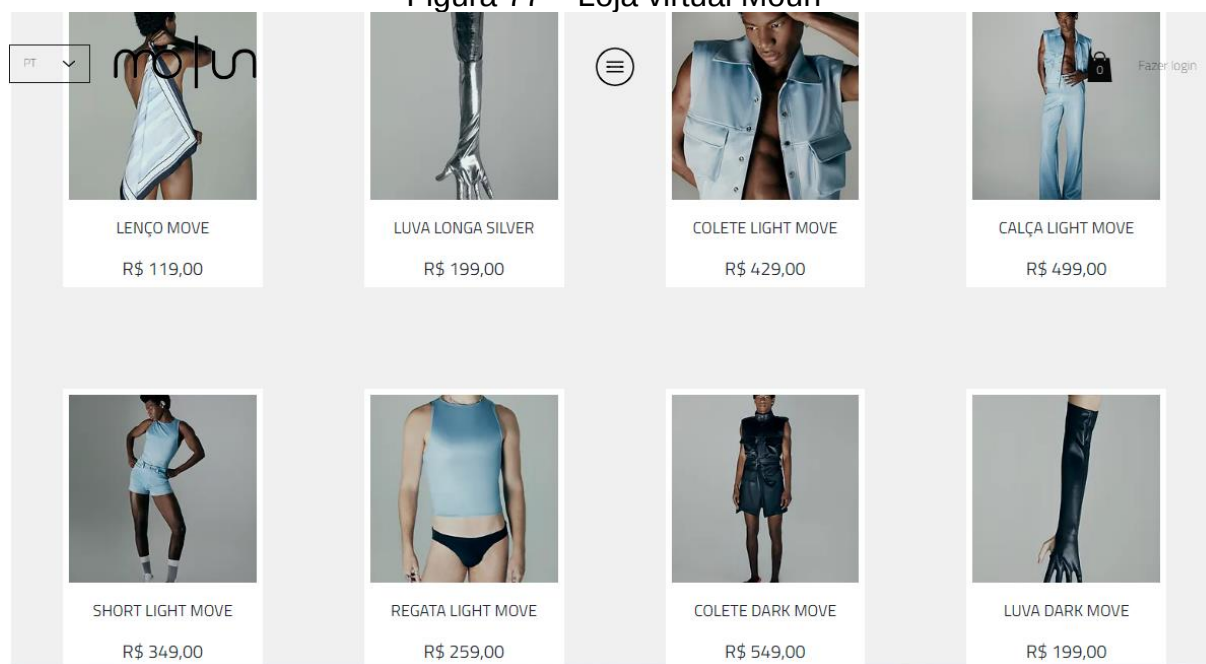
A figura 76 apresenta a grande variação de preços entre os produtos disponíveis que, naturalmente, envolvem tipo e quantidade de material utilizado,

design e custo-benefício do produto, além de outros fatores de gestão como margem de lucro e giro de estoque, que o lojista precisa considerar na precificação.

A partir do conhecimento dos produtos e do nível de preço praticado pela marca selecionada para este estudo, foi necessário realizar uma pesquisa de mercado para saber qual o valor praticado pelos principais concorrentes. Esta informação é importante, pois os consumidores, em sua decisão de compra, além de estudar e estabelecer o preço praticado pela marca de sua preferência, desenvolve uma relação entre o produto e o custo-benefício que lhe seja mais vantajoso e mais satisfatório.

Posto isso, foi realizada uma pesquisa nas lojas virtuais dos concorrentes diretos, referenciados na seção que estudou o mercado concorrente, visando estabelecer parâmetros de competitividade entre qualidade e preço. A figura 77 apresenta alguns produtos disponíveis para comercialização, no seu principal concorrente.

Figura 77 – Loja virtual Moun



Fonte: [MOUN OFFICIAL](https://moun.com.br)

A figura 77 apresenta os principais produtos disponíveis para compra na loja virtual Moun, podendo se observar uma similaridade de produtos e preços, situação normal no mercado, considerando-se o público-alvo que se busca atingir.

Os preços praticados por outra empresa concorrente direta da ANP estão expostos na figura 78.

Figura 78 - Loja Virtual Bold Strap

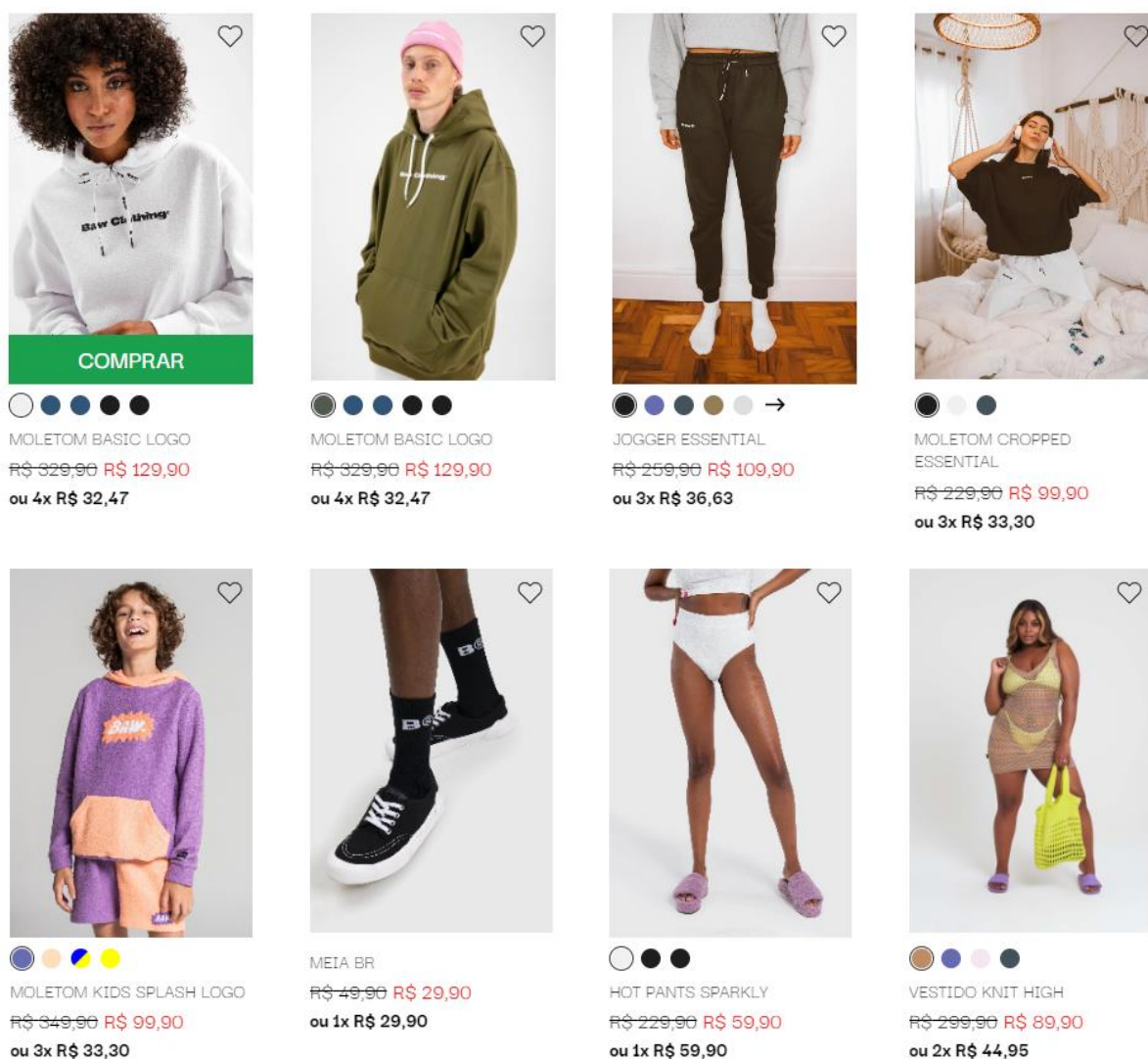
 Black Friday	 Black Friday		 Black Friday
Regata Ribana Baby Pink R\$ 119,00 R\$ 83,30	Singlet Moonlight R\$ 489,00 R\$ 342,30	Body Tule Corset R\$ 379,00	Regata Franzida - Preto Esgotado
			
Top Corset - Black R\$ 359,00 R\$ 305,15	Top Corset - White R\$ 359,00 R\$ 287,20	Top Slash - Black R\$ 319,00 R\$ 239,25	Top Harness R\$ 259,00 R\$ 207,20
Black Friday	Black Friday	Black Friday	Black Friday

Fonte: [Clothing | boldstrap](https://www.boldstrap.com)

A figura 78 demonstra os preços de alguns produtos disponíveis na marca concorrente Bold Strap, que também busca atender ao mesmo público, mas com uma coleção mais fetichista.

Para finalizar o estudo de preços de concorrentes, a figura 79 apresenta os preços praticados pela empresa Baw.

Figura 79 - Loja virtual da marca Baw



Fonte: [Vestuário - Baw Clothing](#)

A figura 79 apresenta a loja virtual da marca Baw que é uma concorrente direta, mas que tem um público-alvo mais jovem e que tem um mix de produtos mais diversificado e mais casuais.

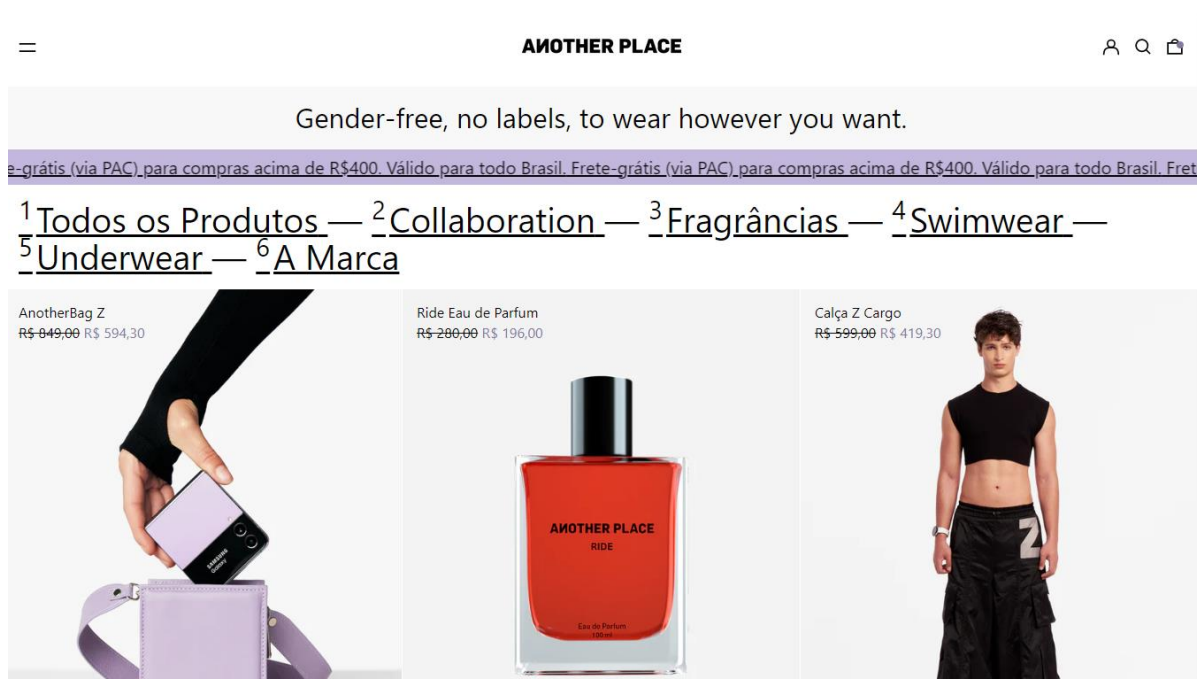
6.4.3 Praça

A praça é composta por diversos recursos que ligam o produto ao consumidor final, ou seja, pode depender de terceiros para que o serviço se complete. Esta variável engloba as decisões relativas aos canais de distribuição, com definição dos intermediários pelos quais o produto passa até chegar ao consumidor final e, também, a distribuição física do produto, com a solução de problemas de armazenamento, reposição e transporte dos locais de produção até os pontos de venda (PINHO, 2001).

A empresa atua no mercado através de uma loja virtual, mantendo em São Paulo/SP, um showroom da loja, que é um espaço para atendimento personalizado de parceiros de negócios, com agendamento prévio, via instagram, a principal estratégia de comunicação da empresa, como explicado na seção sobre promoção. Ressalta-se que apesar de disponibilizar atendimento presencial, o volume de vendas da empresa concentra-se nos seus canais online.

O site é uma praça importante para a marca, pois além das informações institucionais como valores, o visitante pode realizar compras online, através do autoatendimento, onde no menu, pode-se acionar a aba de navegação no site, apresentado na figura 80.

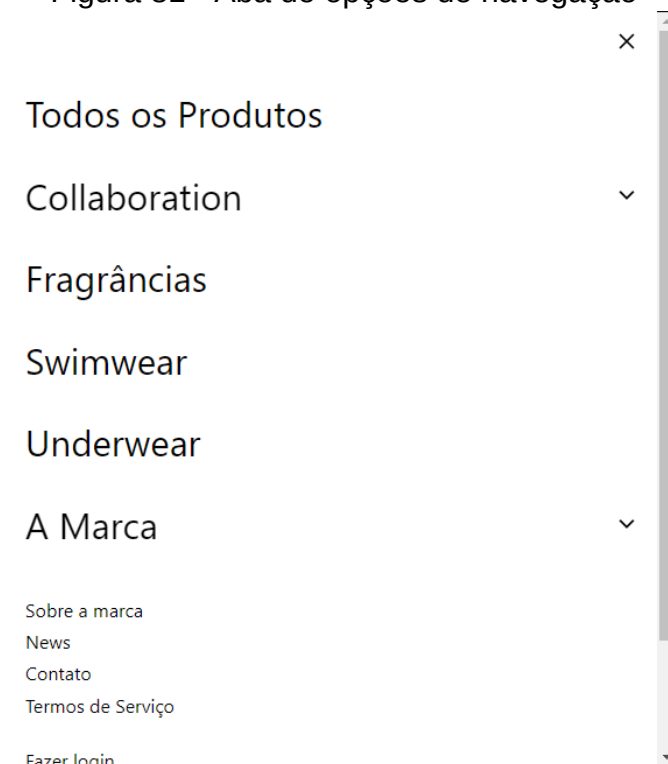
Figura 80 – Página inicial do site da loja em Nov/2022



Fonte: [Another Place](#)

Pela figura 80, observa-se na primeira página estão informações que interessam ao visitante, os principais produtos, colaboradores e informações institucionais. Ao se optar pela visualização do menu, abre-se o leque de opções disponíveis, como pode ser visto na figura 81.

Figura 81 - Aba de opções de navegação



Fonte: [Another Place](#)

A figura 81 mostra que uma das opções é acessar todos os produtos, selecionando um deles, há o direcionamento para a página de detalhes do produto, onde tem informações sobre tamanho, cores, composição e disponibilidade do produto, após estas definições, se direciona para a sacola de compras, mostrado na figura 82.

Figura 82 - Sacola de compras

ANOTHER PLACE

[Carrinho](#) > [Informações](#) > [Frete](#) > [Pagamento](#)

Informações de contato Já possui uma conta? [Fazer login](#)

E-mail
guilherme_flopes@hotmail.com

☒ Enviar novidades e ofertas para mim por e-mail

Endereço de entrega

País/Região
Brasil

Nome
Guilherme

Sobrenome
Lopes

CEP
92030-138

Endereço
Av. Santos Ferreira, 4330

Apartamento, bloco etc.
torre 1 - apto 501

1 Long Dress Lavanda
G / Lilás R\$156,00

Cartão-presente ou código de desconto

Subtotal R\$156,00

Frete R\$24,80

Total BRL R\$180,80

Fonte: [Informações - Another Place - checkout](#)

Na figura 82 tem-se a representação da tela da sacola de compras da loja virtual, onde o cliente precisa fornecer suas informações de contato e finalizar a compra, como demonstrado na figura 83.

Figura 83 – Tela de finalização de compra ANP

ANOTHER PLACE

Carrinho > Informações > Frete > Pagamento

Checkout acelerado

PayPal

OU

Informações de contato [Já possui uma conta? Fazer login](#)

E-mail
guilherme_flopes@hotmail.com

☒ Enviar novidades e ofertas para mim por e-mail

Regata Colmeia R\$154,00

Cartão-presente ou código de desconto **Aplicar**

Subtotal R\$154,00

Frete R\$24,80

Total BRL **R\$178,80**

Fonte: [Informações – Another Place – checkout](#)

A figura 83 mostra que, para concluir o pedido, é necessário fornecer informações importantes como código de endereçamento postal – CEP, para definir custo de frete, prazo de entrega e formas de pagamento para finalizar o processo de compra.

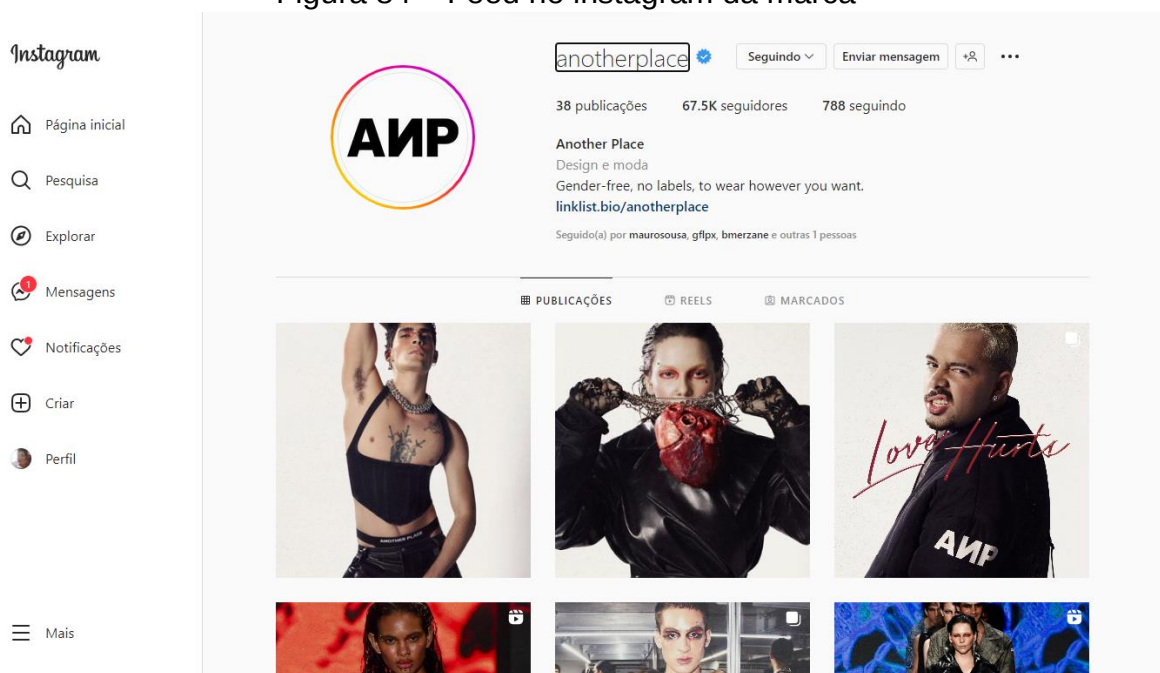
6.4.4 Promoção

Segundo Kotler e Keller (2019), a promoção refere-se às atividades de comunicação de marketing utilizadas para informar, persuadir e lembrar o público-alvo sobre os produtos, serviços ou marca de uma empresa. Ela desempenha um papel crucial na construção de relacionamentos com os clientes, na criação de conscientização sobre os produtos e na influência das decisões de compra. O autor ressalta que é importante que a área de marketing esteja envolvida em todas as etapas de desenvolvimento do produto, desde as reuniões de planejamento até a definição de estratégias para lançamento e divulgação.

A empresa adota a estratégia do marketing digital, divulgando e comercializando seus produtos, através de mídias e redes sociais, ampliando o poder de visão da marca, fidelizando clientes e conquistando novos consumidores.

Portanto, as propagandas e promoções estão distribuídas nas plataformas das redes sociais e banners digitais da marca, visando propagar novidades e promoções que são realizadas através da troca das estações primavera/verão e outono/inverno. Destaque para o serviço de frete grátis, para compras superiores a valores pré-definidos. Uma das principais estratégias de comunicação da marca é sua rede social no instagram, demonstrado na figura 84.

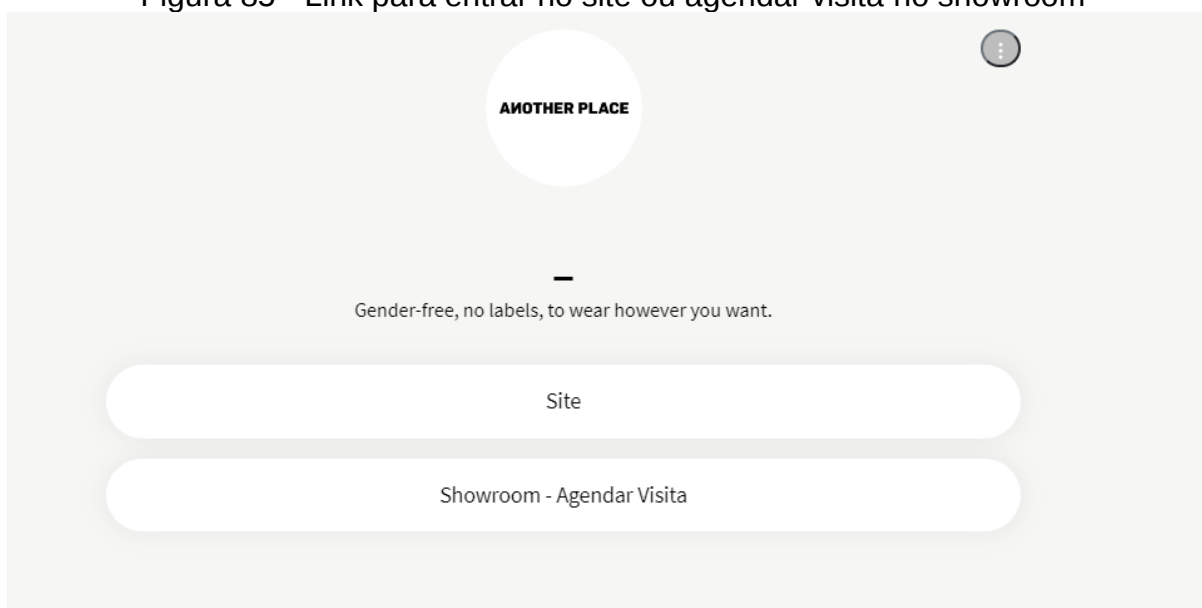
Figura 84 – Feed no instagram da marca



Fonte: [Another Place \(@anotherplace\) • Fotos e vídeos do Instagram](#)

No feed da empresa no instagram, demonstrado na figura 84, tem diversas publicações apresentando os produtos disponíveis na loja. Clicando no link da bio, se é direcionado para uma página onde tem dois outros links, sendo um do site da loja virtual e outro para agendar visita no showroom da marca, mostrado na figura 85.

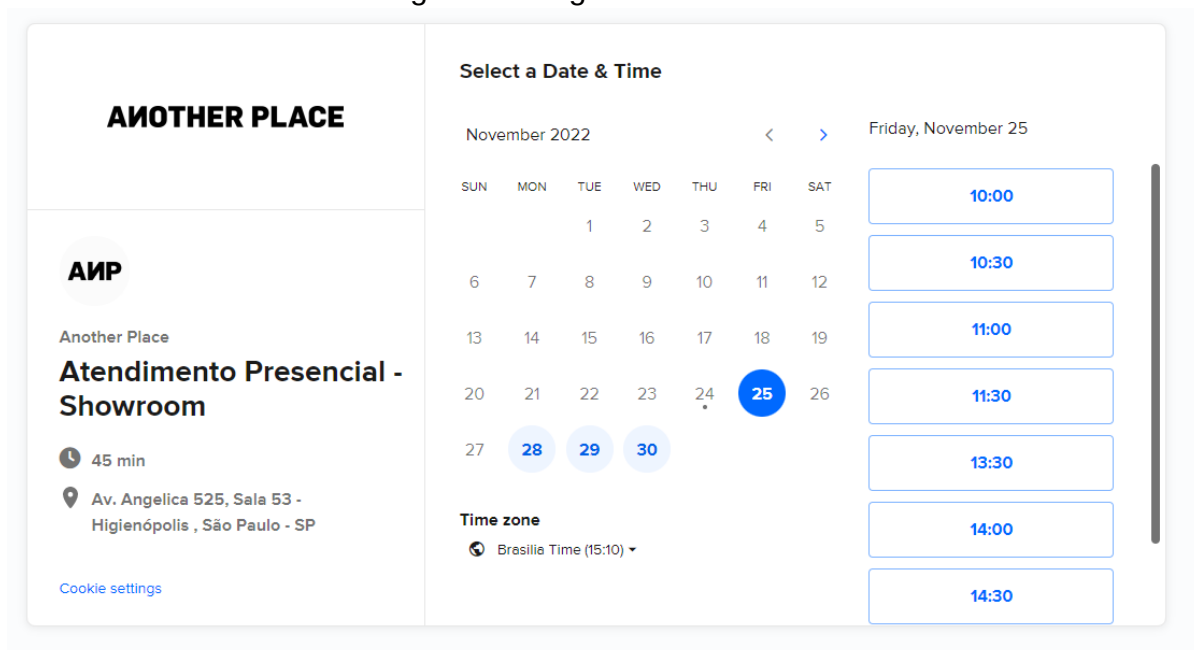
Figura 85 - Link para entrar no site ou agendar visita no showroom



Fonte: [_\(linklist.bio\)](https://linklist.bio)

Ao se optar pelo agendamento mostrado na figura 85, se é direcionado para a agenda online das visitas, onde se tem os dias disponíveis para recebimento dos parceiros de negócios, conforme apresentado na figura 86.

Figura 86 - Agenda online ANP

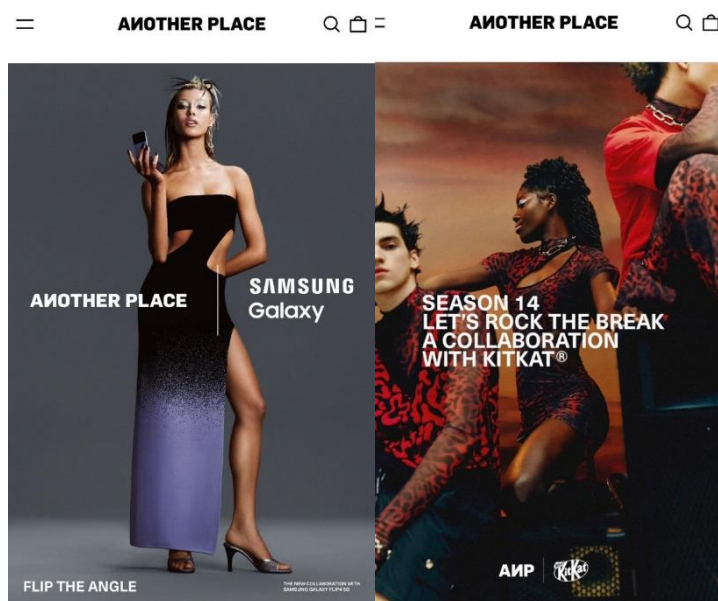


Fonte: [Select a Date & Time - Calendly](#)

A figura 86 mostra a agenda online para atendimento presencial, ao selecionar o dia, abre-se a opção para escolha do horário de atendimento no showroom, onde é feita a apresentação dos produtos da empresa.

Outra estratégia de promoção largamente utilizada, são as parcerias com outras marcas de segmentos diferentes, mas que estão alinhadas com o público-alvo, por exemplo, a Samsung e Kit Kat, apresentado na figura 87.

Figura 87 - Apresentação das parcerias com Kit Kat e Samsung

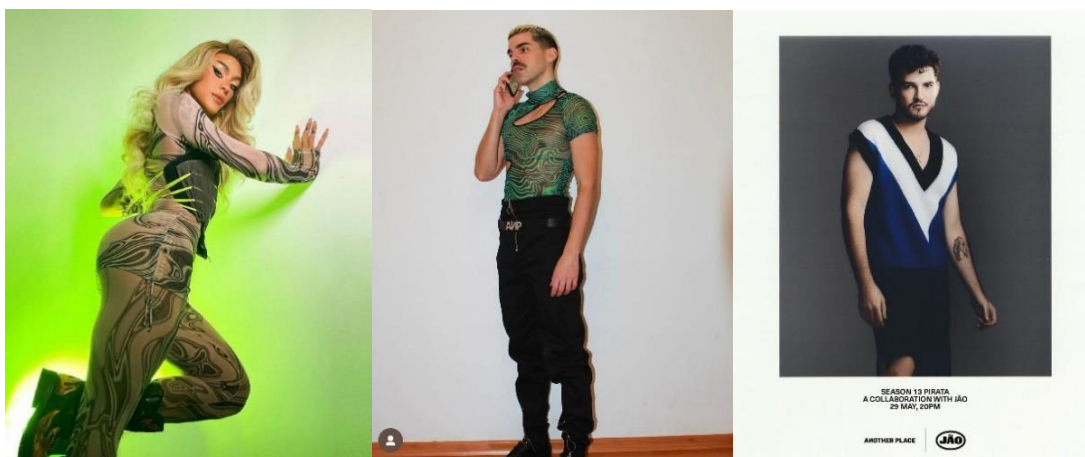


Fonte: [Another Place](https://www.anotherplace.com.br/)

Como pode ser visto na figura 87, nos editoriais de moda da Another Place há uma busca pela originalidade e individualidade. A marca incentiva a autoexpressão e a liberdade criativa, desafiando os padrões estabelecidos e encorajando cada pessoa a abraçar sua autenticidade. Isso se reflete na escolha de modelos com estilos únicos e na combinação inesperada de peças de roupa, resultando em composições visualmente cativantes e distintas.

Também como estratégia de comunicação, a marca se utiliza de parcerias com artistas e influenciadores nacionais, muitos deles representantes da cultura LGBTQIA+, como Mateus Carrilho, Pablio Vittar e João que, atualmente, é o embaixador da marca, mostrados na figura 88 vestindo roupas da ANP.

Figura 88 - Pablo Vittar, Mateus Carrilho e João utilizando peças da marca



Fonte:Instagram⁵¹

Como pode ser visto na figura 88, os editoriais da Another Place também exploram a estética visual de forma experimental e arrojada. A marca utiliza cenários incomuns, combinações de cores vibrantes e elementos de arte para criar uma experiência visual impactante. Essa abordagem estética ousada contribui para a identidade da marca e ajuda a transmitir sua mensagem criativa e provocativa.

A marca está sempre presente em grandes eventos da moda nacional como a São Paulo Fashion Week, representado na figura 89.

⁵¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/pablovittar/>; <https://www.instagram.com/mateuscarrilho/>; <https://www.instagram.com/jao/>

Figura 89 - Desfile da Another Place – SPFW.



Fonte: Instagram FFW, 2022⁵²

A empresa, alinhada ao seu público-alvo, desenvolveu boas estratégias de marketing para atender os seus consumidores. Tem uma marca que favorece a identificação do público jovem que, em geral, está sempre buscando “outro lugar”, que se representam por coisas diferentes, roupas diferentes, músicas diferentes, lugares diferentes, na ânsia natural do jovem de ser diferente.

A marca oferece produtos diferenciados e sem gênero que contribui para que eles se identifiquem, seja por vontade de usar esses produtos, por se sentirem bem usando-os ou seja por se sentirem alinhados e apoiadores de uma causa. Os preços dos produtos são compatíveis com o perfil do jovem que tem conhecimento de mercado, acessibilidade à informação, sendo que a praça é o seu playground, ou seja, a compra online é natural para esses jovens que nasceram na era da informação. Mas, por falar em público-alvo é fundamental, conhecê-lo e caracterizá-lo, o que é feito na próxima seção deste capítulo.

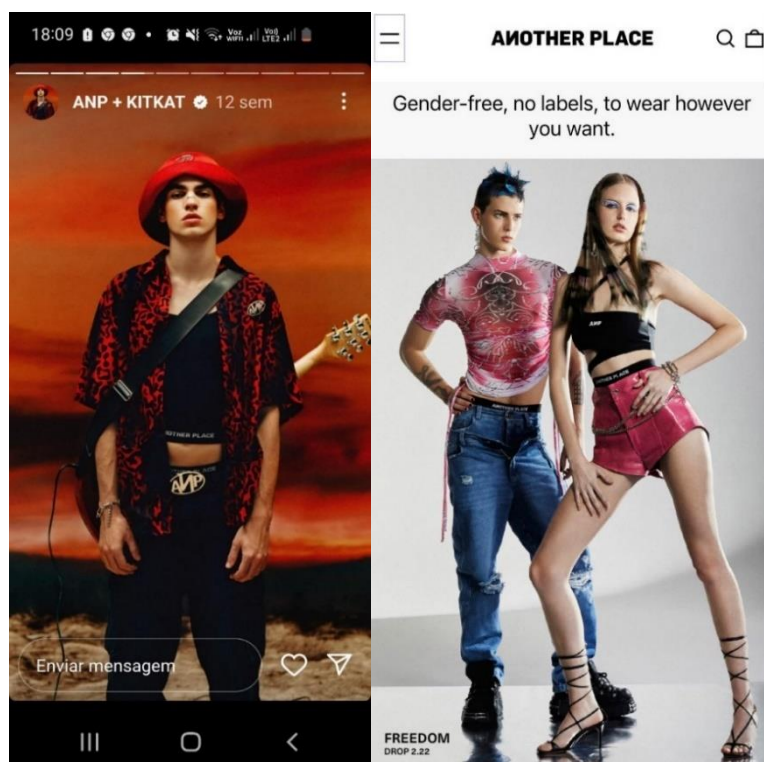
⁵² Disponível em <https://www.instagram.com/ffw/>

6.4.5 Público-alvo

As empresas gostariam de atender todo o mercado, mas como os recursos são escassos, as necessidades e renda dos consumidores são diferentes, esta é uma expectativa inatingível. Assim, todas as empresas precisam definir um público-alvo ou um nicho de mercado que ela possa atender. Diante do exposto, Kotler e Keller (2019) explicam que o público-alvo consiste em um conjunto de compradores que possuem necessidades e/ou características comuns àquelas que o produto da empresa ou organização consegue atender.

Logo, o público-alvo da ANP é formado por jovens, de todos os gêneros, independente da orientação sexual ou idade. São indivíduos que possuem coragem e vontade de viver novas experiências, procurando descobrir a que cultura pertencem. Vaidosos, frequentemente procuram estar a par das novidades que envolvem a moda e outras vertentes do seu cotidiano, buscando autoconhecimento. A figura 90 representa o perfil do público-alvo da empresa.

Figura 90 - Perfil público-alvo da ANP



Fonte: Instagram ANP, 2022. Disp. [@anotherplace](https://www.instagram.com/anotherplace)

Este capítulo oportunizou fazer uma revisão dos conceitos fundamentais quanto a caracterização da marca ANP, visando mapear elementos que foram considerados para o desenvolvimento de um exercício projetual voltado para a área da Moda. Somados a estes aspectos, considerou-se também a trajetória da moda nos séculos XX e XXI conectada ao perfil da população LGBTQIA+ e sua influência no mercado da moda. Este projeto está desenvolvido no próximo capítulo.

7 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO: LUZ NA PASSARELA QUE LÁ VEM ELA

Este capítulo engloba o objetivo central deste trabalho, onde se desenvolve uma coleção de moda para a marca Another Place, marca alinhada com o público LGBTQIA+, buscando respeitar sua identidade e quebrar parâmetros de dualidade de gênero na moda contemporânea, aspectos discutidos nos capítulos anteriores.

O planejamento da coleção pautou-se na pesquisa de tendências e identificação do público-alvo, através do site, instagram e acompanhamento de lançamentos da marca ANP, tendo como parâmetros os conceitos trazidos por Doris Treptow em seu livro *Inventando Moda: planejamento de coleção* (2013). Assim, a partir da compreensão do público-alvo e adaptando-se à identidade da marca, foi desenvolvido o tema da mesma. A partir dos conceitos de Treptow (2013), foi desenvolvida uma coleção de moda, com peças inovadoras e seus respectivos croquis, fichas técnicas, elementos de estilo, cartela de cores, cartela de materiais, que se denomina VILÃ MINHA.

Treptow (2013) ensina que para o planejamento de uma coleção, é necessário seguir algumas etapas, devendo ser adaptadas por cada empresa e perfil do designer. Neste trabalho, o planejamento da coleção iniciou com a inspiração do tema que deu o start para o desenvolvimento com a definição de cores, tecidos e aviamentos, caracterização de elementos de estilo, apresentação dos desenhos e desenvolvimento de protótipos, fichas técnicas, chegando à etapa de promoção.

7.1 Planejamento de coleção.

Nenhum planejamento é engessado, devendo ser revisado, reavaliado e atualizado dentro do cronograma de desenvolvimento. Treptow (2013) ressalta que planejamento deve ser entendido como um conceito abrangente, envolvendo decisões que passam pela definição da linha de produtos, análise de viabilidade produtiva e comercial, cronograma de entrega, chegando às estratégias de marketing, feedback do público-alvo, sem esquecer a coerência da coleção. A autora destaca a importância do designer de moda durante todo o processo, salientando que o profissional que “acompanha o ciclo completo de uma coleção adquire conhecimento e aprimora o seu processo criativo”. (TREPTOW, 2013, p. 90).

7.2 Desenvolvimento da coleção.

A coleção desenvolvida para este trabalho buscou compor um mix de produtos adequando-se aos ensinamentos de Bacaro (2008, apud TREPTOW, 2013) que orienta uma produção sistematizada que otimize os tecidos utilizados, bem como a variação de cores, evitando estoque excessivo de materiais, valorizando a sustentabilidade da coleção e preços finais mais acessíveis e compatíveis com o público-alvo.

Outra recomendação que se buscou seguir vem de Pires (2000, apud TREPTOW, 2013) que aponta que toda coleção deve ser composta por três categorias de produtos: básicos, fashion e vanguarda. Sendo que os básicos são peças funcionais, presentes em quase todas as coleções e tem venda garantida como camisetas, camisas brancas e calças jeans tradicionais. Os modelos da linha fashion estão alinhados com as tendências locais e/ou mundiais, através de formas, cores e padronagem como tecidos fluídos, brilhos e volume. Estas peças devem ser comercializadas no curto prazo, considerando que no futuro poderão não estar mais na moda. E as peças de vanguarda, consideradas complementares, seguindo tendências atuais e futuras. São peças mais diferenciadas, que definirão o perfil da coleção e a identidade da marca, podendo ser usadas em vitrines, fotos e desfiles.

Para este trabalho de conclusão foram elaborados doze looks que estarão detalhados na seção de croquis.

7.3 Inspiração

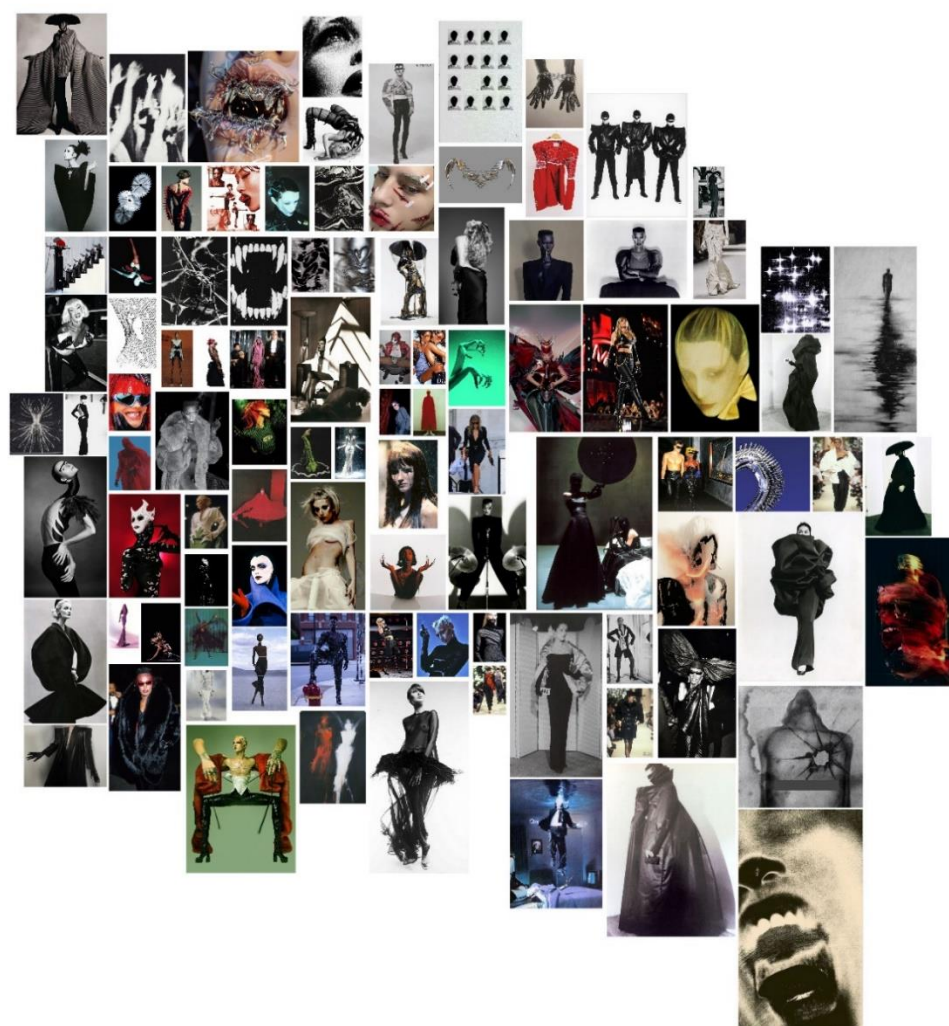
A inspiração para desenvolver uma coleção de moda pode ser associada ao ato de absorver oxigênio para alimentar o corpo humano. Da mesma forma, para se ter inspiração criativa é necessário absorver conhecimento para alimentar a mente, conhecimento não apenas técnico, mas também de vida, pois a inspiração pode vir de uma festa, de uma exposição de artes, de uma música, dos ambientes que frequenta, da leitura de um livro, de um filme. Enfim, as fontes de inspiração são as mais diversas, por isso é importante que o designer de moda tenha sensibilidade além de conhecimento técnico, estando conectado com tudo que acontece ao seu redor e no mundo.

Neste sentido, Jones (2002 apud TREPTOW, 2013) alerta que o aluno de moda apesar de basear sua criatividade em suas vivências, deve ampliar seu olhar, indo além do que já foi criado, propondo novas combinações de ideias e materiais buscando antever as necessidades futuras, se desafiando a lançar novas tendências, primando pela prerrogativa transgressora da moda.

A inspiração do design da coleção deste trabalho, se originou na observação de coleções passadas da ANP associada à vivência do autor que tem conhecimento em recursos ambientais, por isso se preocupou com o aproveitamento máximo dos recursos e, atualmente, atua como DJ em baladas noturnas, tendo muita afinidade com músicas, luzes, tendências do vestuário e, ainda, observa de perto o comportamento de pessoas LGBTQIA+.

Conforme Treptow (2013), o briefing pode ser menos restritivo, “cabendo ao designer definir quem vai usar a coleção (consumidor-alvo), quando e onde usar (tipo de ocasião, estação do ano), o que (tipo de produto), qual tecido utilizar, por quanto vender (preço), e por quê (estilo pessoal)”. (TREPTOW, 2013, p. 101). Deste modo, o autor partiu da construção de um moodboard inspiracional e imagético, de forma a refletir a sua identidade, a identidade da marca e do público-alvo, que está apresentado na figura 91.

Figura 91 - Moodboard Inspiracional e imagético



Fonte: Elaboração do autor

O moodboard foi construído digitalmente na plataforma Miro para representar a estética da marca e a estética que o designer quer transmitir na construção da coleção, nesse board imagético foram trazidas imagens dos ícones já discutidos nesse trabalho para também ajudar no direcionamento estético do projeto, além de elementos de sensações e cores que vão ser aproveitados para o processo de criação. Através desse moodboard e suas percepções foi criado o nome e conceito da coleção.

Nome: VILÃ MINHA

Conceito: As dores e o poder da individualidade da pessoa LGBTQIA+ como elemento transformador de padrões impostos pela sociedade.

Esse conceito para coleção procura demonstrar o fardo colocado nas pessoas da comunidade LGBTQIA+ como grandes destruidores de lares, famílias, religiões e bons costumes, sempre vistos como grandes vilões, frequentemente deixados à margem do que é visto como decente pela sociedade, tanto que a homossexualidade era tratada como crime no final do Sec. XIX, segundo relato de Cole (2000). Toma-se esse lugar, mas não para destruir a vida do próximo, mas aquilo que se é imposto a ser, conforme discutido por Nunan (2015).

A inspiração do tema e peças que compõem a coleção, em geral, são acompanhadas por cores diversas, itens essenciais ao impacto que se quer dar à coleção apresentada. A próxima seção, traz algumas informações sobre a escolha de cores da coleção que se apresenta neste trabalho.

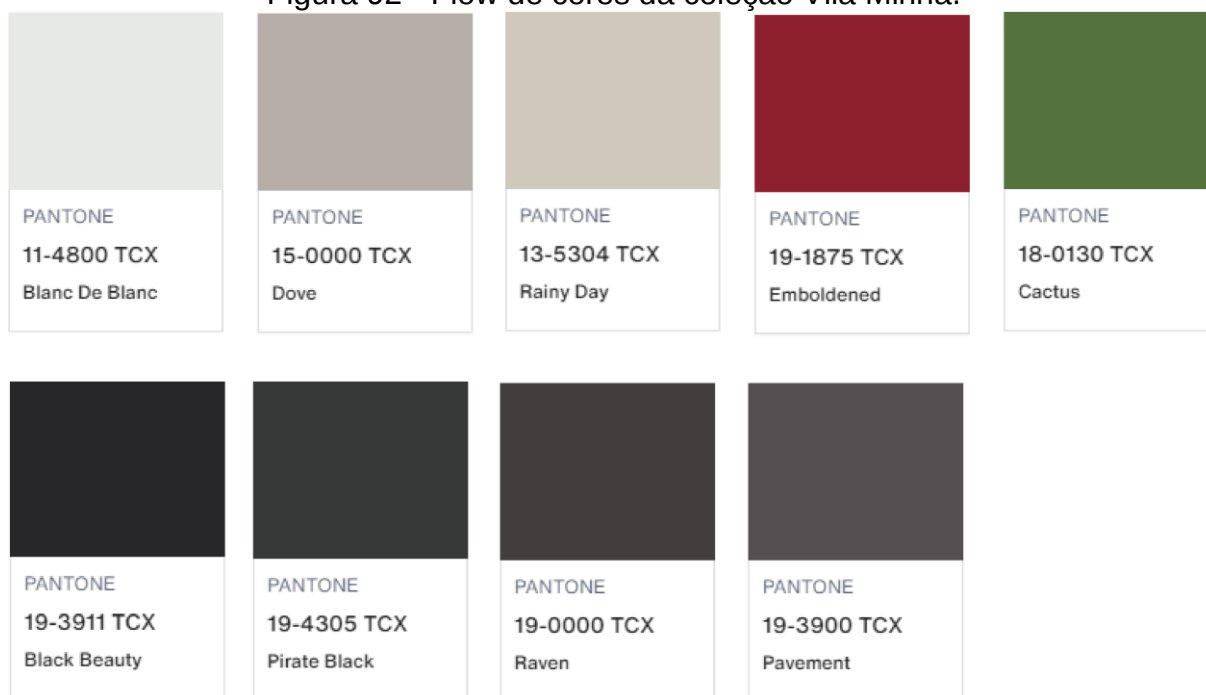
7.4 Cores

Como já exposto na seção anterior, as cores escolhidas para cada coleção, normalmente, estão associadas à fonte de inspiração da mesma, à estação do ano, ao perfil do público-alvo e, até mesmo, ao impacto que o designer quer causar em seus expectadores, investidores, seguidores e/ou mercado consumidor.

Estratégia apresentada por Treptow (2013) quando informa que cada coleção deve inserir todas cores que serão utilizadas, incluindo o preto e o branco, alertando que devem estar alinhadas ao tema da coleção e ao mercado que se busca atender. Destaca que, geralmente, “cartelas com oito a nove cores são suficientes para compor uma coleção. Mas, não é uma regra”. (TREPTOW, 2013, p. 109).

A cartela de cores da coleção deste trabalho, foi selecionada através do moodboard apresentado, considerando que a cultura LGBTQIA+ é bastante influenciada pela cena noturna, foram escolhidas cores mais viscerais como o Emboldened (vermelho) e o Cactus (verde) e muitas nuances de cinzas, pretos e brancos, estando apresentadas na figura 92.

Figura 92 - Flow de cores da coleção Vilã Minha.



Fonte: Elaboração do autor

Na figura 92, estão apresentadas as cores utilizadas nos looks da coleção Vilã Minha. Essas escolhas, buscam representar os sofrimentos e traumas que as pessoas LGBTQIA+ vivenciam na sua trajetória de vida (vermelho representando a dor; o verde, cinza e preto representando marcas que carregam na pele), mas que se transformam em força e resiliência. É uma cartela de cores cruas, fortes e reais, a fim de desmistificar a fantasia e a alegria que o mercado tenta impor à comunidade através das cores do arco-íris.

7.5 Materiais

Os materiais ou insumos utilizados na coleção de moda podem variar dependendo do estilo, conceito e objetivo da coleção. Os principais materiais e insumos utilizados no desenvolvimento da coleção deste trabalho foram os tecidos e aviamentos.

Treptow (2013) alerta que a seleção dos materiais e insumos varia de acordo com a visão do estilista, as tendências da moda, a sustentabilidade, a disponibilidade de fornecedores e o orçamento disponível para a produção da coleção. Os designers de moda consideram cuidadosamente esses aspectos para criar peças que sejam esteticamente atraentes, duráveis, confortáveis e alinhadas com os valores da marca.

7.5.1 Cartela de tecidos.

Os tecidos são peças centrais de uma coleção, pois são os principais elementos utilizados pelo designer de moda para transformar suas ideias em produtos da moda, podendo ser aceitos ou não pelo mercado. Algumas vezes, o próprio tecido já é fonte de inspiração para uma coleção, como relata Stone (2002, apud TREPTOW, 2013) sobre Christian Dior:

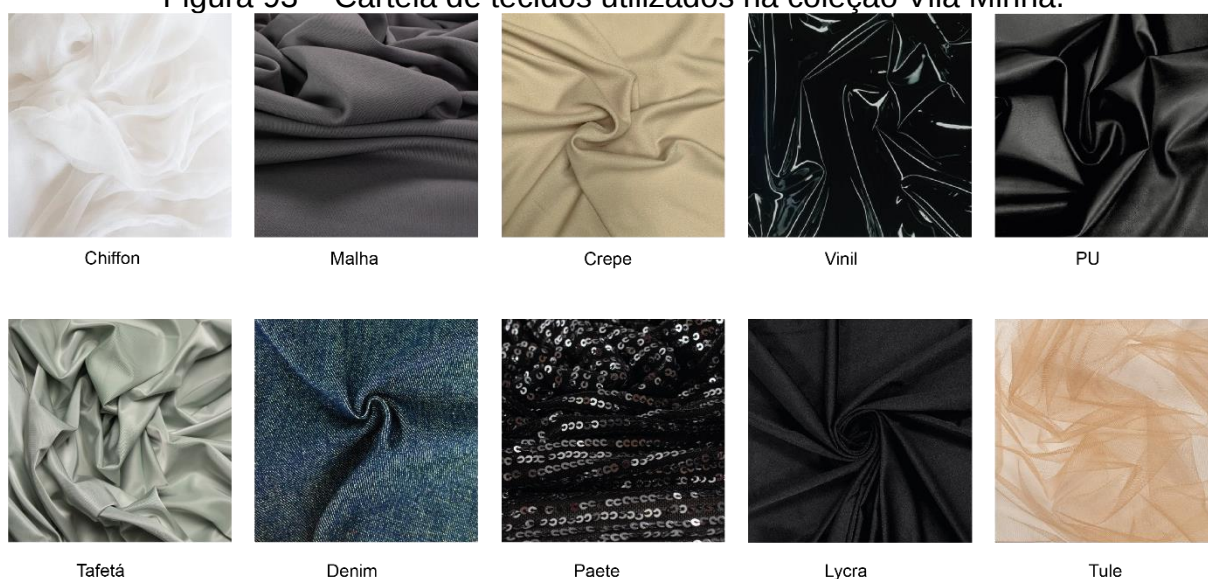
os tecidos não apenas expressam o sonho de um designer, mas também estimulam suas ideias. Eles podem ser uma fonte de inspiração. Muitos de meus vestidos nasceram a partir (da inspiração) do tecido. (Christian Dior por Stone, 2002, apud TREPTOW, 2013, p. 112)

Isto posto, entende-se que a escolha do tecido é elemento crítico de sucesso para uma coleção, assim o designer deve dedicar especial atenção à escolha deste elemento ao desenvolver suas ideias. Neste sentido Treptow (2013), esclarece que esta escolha não pode ser feita apenas a partir da preferência estética do designer, devendo atender à necessidade do produto que se pretende desenvolver.

Como os tecidos são os principais itens de custo dos artigos de vestuário, este elemento também deve ser considerado para definir qual será utilizado no desenvolvimento da coleção, de acordo com seus objetivos e público-alvo, buscando não inviabilizar a criação como também maximizar a sua comercialização. Ao selecionar os tecidos para desenvolver esta coleção, o autor deste trabalho, também levou este item em consideração visando desenvolver uma coleção minimizando custos e otimizando a sua apresentação.

A cartela de tecidos, segundo Treptow (2013), é utilizada para demonstrar a padronagem das texturas que compõem a coleção, devendo ser apresentados, preferencialmente, nas cores escolhidas. Porém, para trabalhos acadêmicos esta não é uma exigência rígida. Considerando o exposto, os tecidos selecionados para o desenvolvimento da coleção estão apresentados na figura 93.

Figura 93 – Cartela de tecidos utilizados na coleção Vilã Minha.



Fonte: Elaborado pelo autor

Os tecidos escolhidos para confecção da coleção, desenvolvida neste trabalho são: tafetá, crepe, malha para os forros, denim, PU, vinil, paetê, tule, chiffon e lycra, essa seleção buscou dar vida à estética desenvolvida pelo designer sem deixar de lado o visual bem característico da marca.

7.5.2 Aviamentos

Os aviamentos são um conjunto de materiais utilizados para finalizar, complementar, decorar e criar acessórios para peças do vestuário. Treptow (2013) explica que algumas cores da coleção podem ser usadas apenas nos aviamentos. A autora, ensina que os aviamentos podem ser componentes (a peça não existe sem ele) ou decorativos (sendo apenas um adorno para a peça); podendo ser aparentes (visíveis externamente) ou não aparentes (utilizados no interior da peça).

Os principais aviamentos utilizados no desenvolvimento da coleção deste trabalho são linhas, zíper invisível, zíper de dente, barbatanas, ombreiras, enchimentos, entretela, botão, elástico, como representado na figura 94.

Figura 94 - Aviamentos utilizados na coleção Vilã Minha



A maioria destes aviamentos, na figura 94, se caracterizam como componentes, visto que são essenciais para a estrutura das peças desenvolvidas para coleção, exceto as ombreiras e enchimentos que são decorativos, usados para dar estilo às peças.

7.6 Elementos de Estilo

Elementos de estilo representam a identidade da coleção visto que são detalhes utilizados para trazer uma unidade visual entre as peças da coleção. De acordo com Treptow (2013) deve haver uma “conversa” entre os elementos de estilo e o tema da coleção, com todas as peças remetendo à mesma inspiração.

Uma das formas de definir os elementos de estilo de uma coleção é através da pesquisa de tendências, explica Treptow (2013), porém os designers podem, e devem, buscar elementos de estilo que caracterizem a originalidade de suas criações.

A coleção desenvolvida neste trabalho apresenta os elementos de estilo representados na figura 95.

Figura 95 – Elementos de estilo utilizados na coleção Vilã Minha.



Esses elementos foram escolhidos para representar bem os estereótipos de gêneros como ombreiras e enchimentos na região dos bíceps representando o que é lido como masculino e viril, usados na moda ao longo de diversos períodos como anos 60, Glam Rock e anos 80, já apareceu em trajes de cena de vários ícones da cultura LGBTQIA+ como Freddie Mercury, Grace Jones e Madonna. Em contraponto, trouxe a assimetria para demonstrar a sensualidade e o drapeado que vem do romântico que é visto como feminino, também usados em coleções de moda nas décadas de 60 e 70, como em trajes de cena de Dominc Jackson, Lady Gaga e Miley Cyrus. Esse dualismo foi utilizado a fim de mesclar esses opostos e desconstruir essa visão, utilizando o volume para representar o poder.

7.7 Desenhos

Após as definições de tema da coleção, elementos de estilo, cores e aviamentos, chegou um dos momentos críticos do desenvolvimento da coleção que são os desenhos, utilizados para reproduzir as ideias do designer para o papel e orientar a produção das peças. Nesta etapa, o designer deve pensar na otimização da utilização das peças. Eles se subdividem em esboços e croquis.

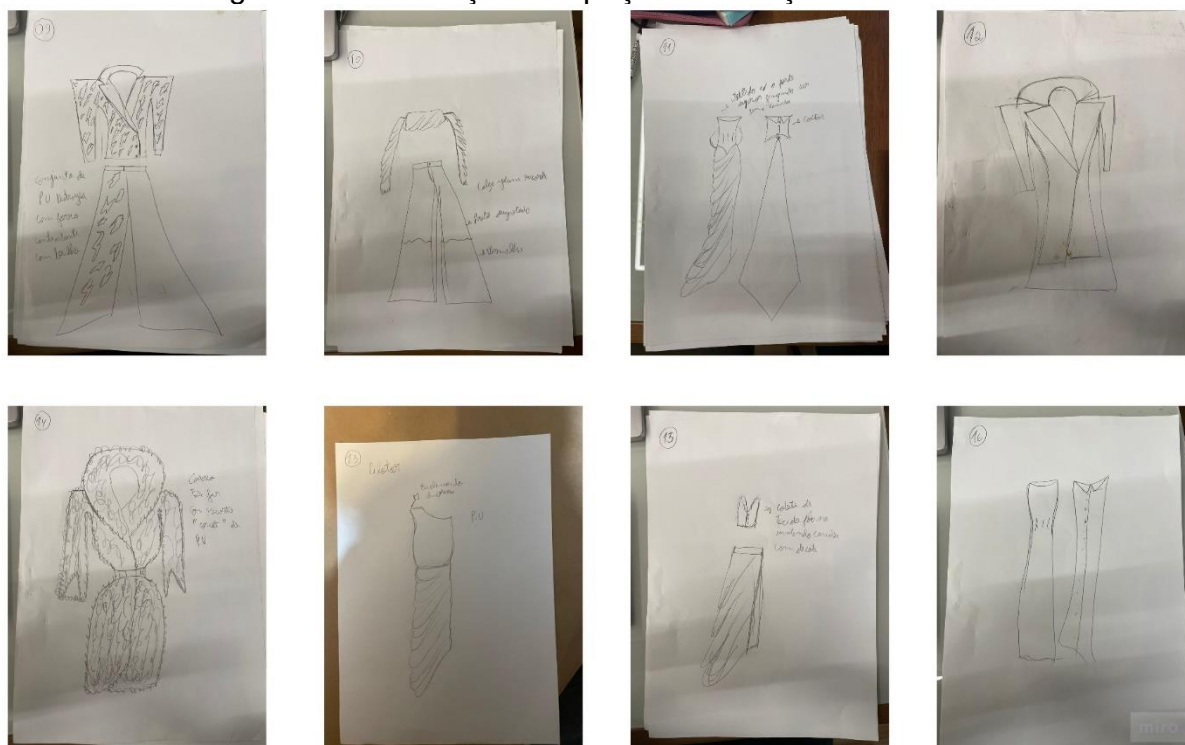
7.7.1 Esboços

O esboço é o delineamento inicial do desenho das peças que serão desenvolvidas, é a criação de propostas para a coleção. Treptow (2013) lembra que, nesta etapa, o designer deve se preocupar com a intercambiabilidade das peças, buscando alternativas de composições diferenciadas, para valorizar a coleção e maximizar a utilização pelo consumidor alvo.

Treptow (2013) explica que os esboços são utilizados pelo designer para delinear suas ideias no papel, não precisando ser um desenho completo, podendo ser até anotações escritas. A autora ainda recomenda que o designer apresente, no mínimo, três propostas de composição para cada peça. Porém, os trabalhos acadêmicos não precisam seguir esta orientação.

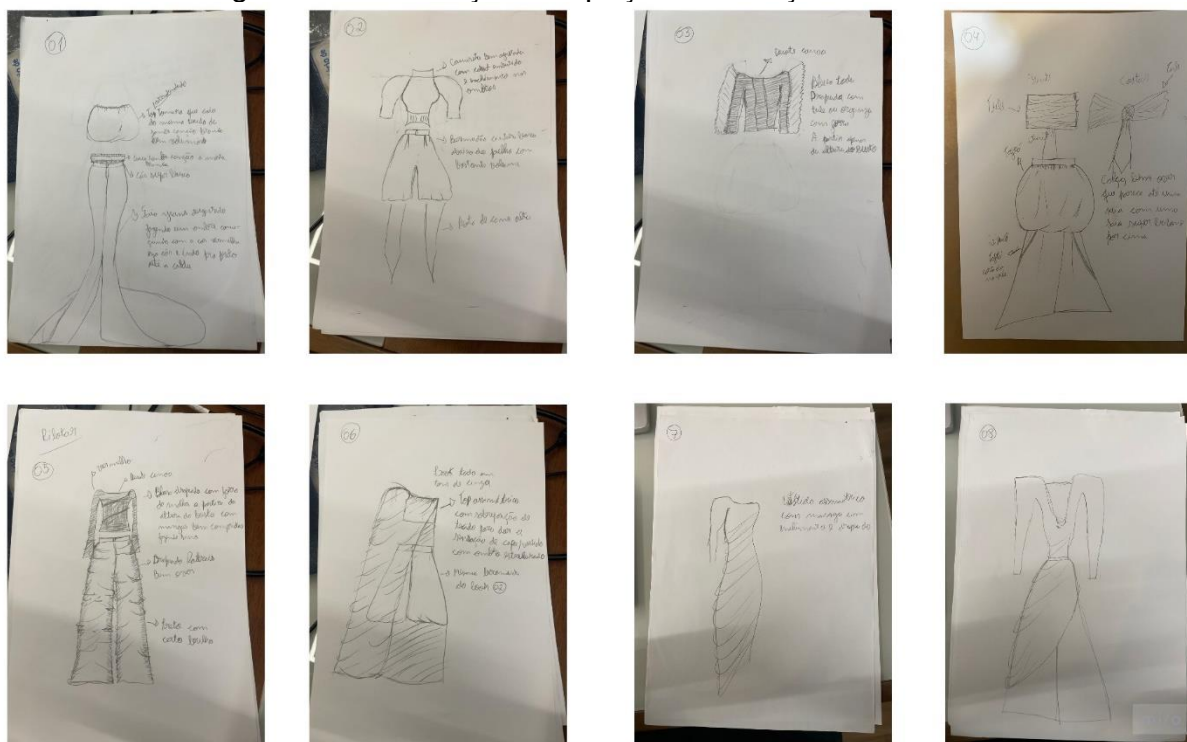
Isto posto, o autor deste trabalho idealizou dezesseis esboços para, posteriormente, selecionar os looks da coleção Vilã Minha, que estão apresentados nas figuras 96a e 96b.

Figura 96a – Esboços das peças da coleção Vilã Minha.



Fonte: Elaboração do autor.

Figura 96b – Esboços das peças da coleção Vilã Minha.



Fonte: Elaboração do autor.

As figuras 96a e 96b apresentam os dezesseis esboços desenvolvidos pelo autor deste trabalho, dos quais foram selecionados doze looks para compor a coleção Vilã Minha, os quais tiveram os seus croquis desenvolvidos e, dentre estes, quatro foram prototipados para apresentar a coleção no desfile e fotos do editorial de moda.

7.7.2 Croquis

São esboços feitos manualmente dos desenhos das peças da coleção, possibilitando compor diferentes combinações entre elas. Treptow (2013, p.137), explica que através dos croquis “o designer transmite a relação entre as peças isoladas e o tema da coleção”.

De acordo com a autora, os croquis podem ser feitos através de desenho à mão livre ou desenho assistido por computador, que é a escolha feita pelo autor desta coleção.

O desenho assistido por computador já vem sendo utilizado desde os anos 80, oferecendo a vantagem de ter mais agilidade e precisão, segundo Treptow (2013), complementando que “desenhos assistidos por computadores possibilitam a simulação de várias opções de cor, tecido e estampa para um mesmo modelo, antes de decidir com quais ele será produzido”. (TREPTOW, 2013, P. 143).

Essa coleção foi separada em três partes compostas por quatro looks, conforme o flow de cores e com o impacto e drama que o autor quer transmitir, os primeiros quatro looks são os de número 06, 07, 08 e 13. Os números indicados no lado superior direito de cada croqui é a referência do look, estando apresentados nas figuras 97, 98, 99 e 100.

Figura 97 – Croquis dos looks desenvolvidos na coleção Vilã Minha – Parte 01.



Fonte: Elaboração do autor.

O Look 06, da figura 97, traz a proposta de um vestido desconstruído, que sempre foi relacionado ao feminino, mas aqui apresenta-se de uma forma nova e contemporânea, podendo ser usado por quem quiser, independente de gênero e orientação sexual. O Look 7 apresenta uma composição de enchimentos no biceps e ombro, que tem referência no estereótipo masculino, em contraponto com o braço descoberto, drapeados e a modelagem mais ajustada ao corpo que é traduzido como feminino, propondo uma brincadeira com as referências de masculino e feminino no mesmo modelo. O Look 08 traz a saia por cima da calça do macacão em referência ao convívio harmonioso do feminino e masculino que, em geral, todas as pessoas carregam dentro de si. O Look 13 traz novamente a ombreira, muita usada nos uniformes militares na guerra e em ternos masculinos, para representar o poder e força deste gênero, como já apresentado neste trabalho, aliando com o drapeado e a cintura marcada para demonstrar que o gênero feminino se apropriou desta força e empoderamento ao longo da história. A figura 98 apresenta a segunda parte dos looks desenvolvidos nesta coleção.

Figura 98 – Croquis dos looks desenvolvidos na coleção Vilã Minha - Parte 02.



Fonte: Elaboração do autor.

A figura 98 apresenta o Look 09, desenvolvido com PU desgastado e com recortes, buscando representar a luta da pessoa LGBTQIA+ e suas cicatrizes, já o forro em paetê vermelho aparente procura demonstrar a vida feroz e visceral por baixo da aparência frágil e machucada, que significativa parcela desse grupo apresenta. O Look 05, vem todo drapeado representando os inúmeros caminhos que a pessoa LGBTQIA+ é impedido de percorrer como também a flexibilidade necessária para resistir sendo quem é. O Look 02 também brinca com os estereótipos de feminino, com o corset embutido, blusa cropped e ajustado ao busto e o estereótipo de masculino com os enchimentos nos ombros e nos bíceps com a bermuda ampla. O Look 01 tem inspiração nas calças jeans com cueca à mostra, algo bem ligado ao masculino na década de 90 e reeditado em 2022, como já apresentado em capítulo anterior, mas aqui desenvolvido através de uma saia jeans com efeito craquelado, saindo da tinta vermelha para o fundo preto, complementada pelo top off-white em tafetá, fazendo referência às cuecas samba canção. A figura 99 apresenta a parte 03 da composição dos looks desenvolvidos para esta coleção.

Figura 99 - Croquis dos looks desenvolvidos na coleção Vilã Minha - Parte 03.



Fonte: Elaboração do autor.

Os últimos quatro looks selecionados para apresentar a coleção Vilã Minha, se encontram na figura 99. Começando com o Look 03, que traz os drapeados se abrindo na manga, provocando uma reflexão sobre as alternativas que a pessoa LGBTQIA+ tem que buscar para lidar com as barreiras que a sociedade heteronormativa impõe, como discutido por Hall (2005). O Look 10 traz um top com transparência e mangas longas, buscando expressar romantismo e sensualidade, características que sempre foram lidas como femininas em contraponto com a calça jeans ampla, mais despojada, que ao longo da trajetória da moda, estava relacionada com o masculino. O Look 11 é uma releitura da camisa branca com calça preta, que vem da cultura patriarcal do que seria o clássico masculino, transformado em um vestido com o detalhe nas costas, em forma de gravata vermelha, referência aos homossexuais da década de 50 que utilizavam esse símbolo para se identificarem, como relatado por Cole (2000). O look final é o Look 04, onde foi pensado um top em tule drapeado com uma calça em forma de gravata composto com uma calça-saia balonê ampla, a ideia desse look é representar o elo entre o que se rotula como feminino, a saia, o tule drapeado, o top tomara que caia, a barriga à mostra e o que se designa como masculino, a calça, a gravata e a peça estruturada, para desconstruir esse padrão de dualidade, representando um terceiro, quarto, quinto gênero nessa grande autenticidade e individualidade que cada um carrega.

A coleção foi construída inspirada na trajetória da moda dos séculos XX e XXI e dos looks dos representantes da cultura LGBTQIA+ referenciados ao longo do trabalho, buscando uma afinidade com a estória e a vivência do autor, alinhada à

estética da marca e do designer. A figura 100, apresenta a coleção completa de todos os looks selecionados para representar a coleção Vilã Minha.

Figura 100 – Croquis dos looks selecionados para representar a coleção Vilã Minha.



Fonte: Elaboração do autor.

A coleção foi pensada com esse flow de cores, no primeiro bloco entram os pretos e cinzas representando a solidão, a ausência, o luto e a melancolia que a comunidade LGBTQIA+ carrega devido as experiências e caminhos que esses

indivíduos foram impedidos de ter e trilhar, luto pela sua criança que foi desamparada e impedida de se desenvolver de modo completo e pleno, assim carregando essas amarras até a sua vida adulta, os decotes e as assimetrias representam exatamente esse ponto de pele de querer se mostrar como se é e os volumes representados pelas ombreiras e enchimentos são para representar a força que a comunidade precisa desenvolver para enfrentar o mundo.

No segundo bloco, entram os vermelhos representando a vida que queima para ser vivida em sua plenitude em cada indivíduo, como também a raiva, o tesão e a ambição, os drapeados e as peças mais justas desse bloco são para representar os inúmeros caminhos interrompidos para essas pessoas e as privações impostas à essa comunidade.

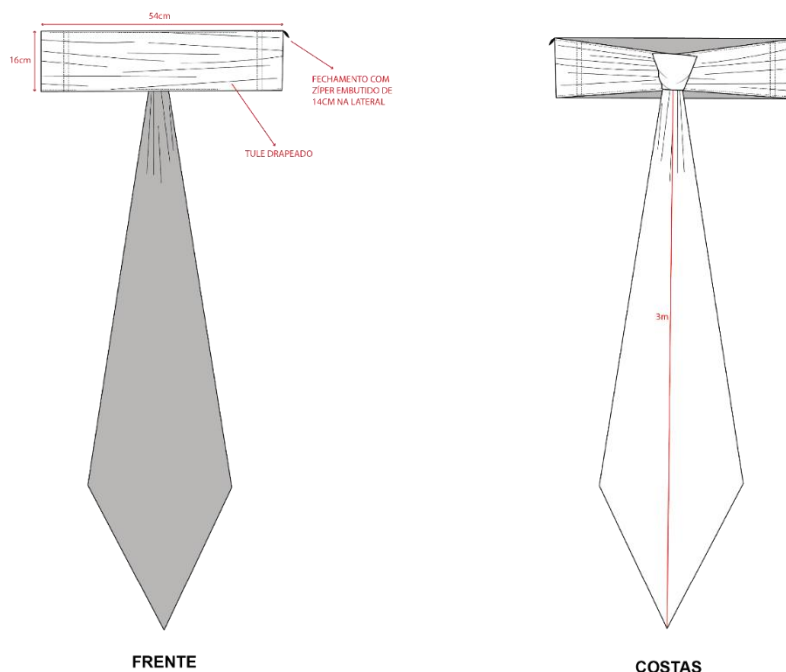
No último bloco, a entrada do verde representa a libertação de quando é aceito quem se é, isso inclui principalmente aceitar nossas cicatrizes e nossos vilões, o drapeado com o tule que vai além da silhueta do corpo e se abre é a representação dos infinitos caminhos que a comunidade precisa romper e criar para poder viver e ir atrás dos seus sonhos, finalizando com o Look 04 que é a representação de ser quem se é, de forma crua e simples, como o preto no branco.

7.7.3 Desenho técnico.

Com o objetivo de especificar os detalhes da peça produzida foi desenvolvido o desenho técnico, como elucida Treptow (2013), com informações precisas para a produção da peça, com riqueza de detalhes, apresentando a frente e as costas do modelo. Quando necessário, partes do desenho são ampliadas para detalhar a peça, para amplificar costuras, drapeados e outros detalhes importantes do modelo.

Para este trabalho foram desenvolvidos os desenhos técnicos dos quatro looks prototipados e que foram utilizados na apresentação da coleção, no desfile e fotos de lançamento e divulgação da coleção, ao todo foram sete peças desenhadas para o desenvolvimento dos protótipos. A figura 101 apresenta o desenho técnico da peça 1.

Figura 101 – Desenho técnico da peça 1.



Fonte: Elaboração do autor.

O top gravata de tule drapeado, apresentado na figura 101, foi prototipado e está aqui representado de forma mais real para entendimento, do modelista e pilotista, sobre a peça, seus acabamentos e dimensionais que o designer considera os pontos mais importantes para o projeto, esse desenho é aplicado na ficha técnica que acompanha outras informação importantes para a construção da peça e isso varia de produto para produto. Esse desenho é apenas para ilustrar, os demais desenhos técnicos das peças selecionadas para compor os quatro looks para prototipação e apresentação da coleção, acompanham a ficha técnica do produto e encontram-se nos apêndices A ao G deste trabalho.

7.7.4 Desenvolvimento dos protótipos

O desenvolvimento de protótipos consiste na confecção de modelos que foram selecionados para demonstrar o perfil da coleção. Para este trabalho foram elaborados dezesseis looks, dentre os quais selecionou-se doze para compor a coleção Vilã Minha e entre estes selecionou-se quatro que foram prototipados, que foram usadas nas fotos para o editorial de moda e no desfile de apresentação da coleção.

Também conhecido como peça-piloto, o protótipo, é confeccionado por um (a) costureiro (a), chamada pilotista ou piloteira, esclarece Treptow (2013). Este profissional deve ser capaz de discutir com o designer as dificuldades de costurar a peça como também os defeitos na modelagem, contribuindo com alterações que viabilizem a produção ou descarte do modelo. Após aprovação do protótipo, ele serve como amostra para o fluxo operacional da confecção, acompanhado da sua ficha técnica.

A pilotagem desse trabalho foi realizada pelo costureiro André Adams, que faz figurinos para artistas drags do mundo inteiro, esse já tendo bastante habilidade para trabalhar com materiais diversos, modelagens diferenciadas e modelos mais extravagantes, além de também pertencer a comunidade LGBTQIA+. A escolha desse profissional foi feita a partir dessas habilidades, a fim de ter um resultado bem assertivo desde a apresentação do projeto. A figura 102 apresenta os looks prototipados.

Figura 102 – Looks prototipados da Coleção Vilã Minha.



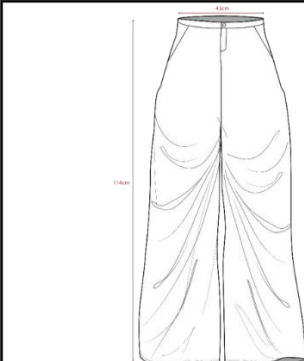
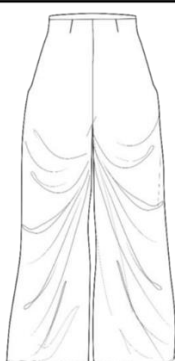
Fonte: Elaboração do autor.

A figura 102 apresenta os looks selecionados para prototipação, como critério foi utilizado um look de cada bloco e aquele que melhor traduzisse a alma da coleção.

7.7.5 Fichas Técnicas

A ficha técnica é o documento descritivo das peças, incluindo o desenho da peça que será confeccionada, acompanhado de dados principais como materiais, dimensões, sequência operacional e custos, de forma a viabilizar o planejamento e controle da produção (TREPTOW, 2013, p. 161). As fichas técnicas descrevem as peças prototipadas para apresentação da coleção Vilã Minha e estão apresentadas no apêndice 1. A figura 103 apresenta um modelo de ficha técnica para a calça drapeada que compõe o Look 05.

Figura 103 - Ficha técnica para produção da peça Calça Drapeada

FICHA TÉCNICA					Desenho técnico																																				
Empresa: ANP Coleção: VILÃ MINHA Modelo: CALÇA DRAPEADA Referência: C_D_0001 Designer: GUILHERME LOPES Modelista: ANDRÉ ADAMS Piloteira: ANDRÉ ADAMS Data: 18/05/2023					Frente  Costas 																																				
Tamanho da peça piloto: M Proporção de tamanhos: <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>PP</th> <th>P</th> <th>M</th> <th>G</th> <th>GG</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>34</td> <td>36</td> <td>38</td> <td>40</td> <td>42</td> </tr> </tbody> </table>					PP	P	M	G	GG	34	36	38	40	42	Descrição da peça: CALÇA DRAPEADA OBS:																										
PP	P	M	G	GG																																					
34	36	38	40	42																																					
Serviços terceirizados: <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>Tipo</th> <th>Empresa</th> <th>Valor unit.</th> <th>valor total</th> <th>OBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MODELAGEM</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 120,00</td> <td>R\$ 120,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>COSTURA</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 135,00</td> <td>R\$ 135,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>					Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS	MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 120,00	R\$ 120,00		COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 135,00	R\$ 135,00												Etiquetas: <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>Tipo:</th> <th>Localização</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Numeração</td> <td>centro cós costas interno</td> </tr> <tr> <td>Composição</td> <td>interno lateral esquerda</td> </tr> <tr> <td>Marca interna</td> <td>N/A</td> </tr> <tr> <td>Marca externa</td> <td>N/A</td> </tr> </tbody> </table>		Tipo:	Localização	Numeração	centro cós costas interno	Composição	interno lateral esquerda	Marca interna	N/A	Marca externa	N/A
Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS																																					
MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 120,00	R\$ 120,00																																						
COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 135,00	R\$ 135,00																																						
Tipo:	Localização																																								
Numeração	centro cós costas interno																																								
Composição	interno lateral esquerda																																								
Marca interna	N/A																																								
Marca externa	N/A																																								

FICHA TÉCNICA			Sequências																																																				
Empresa:			roteiro de produção																																																				
MATERIAIS DIRETOS <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>Descrição</th> <th>Consumo</th> <th>Valor unitário</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Etq/comp</td><td>1</td><td>0,25</td></tr> <tr><td>Etq/logo interna</td><td>1</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Etq/logo externa</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Embalagem</td><td>1</td><td>0,2</td></tr> <tr><td>Tag</td><td>1</td><td>0,25</td></tr> <tr><td>Botões</td><td>1</td><td>0,3</td></tr> <tr><td>Elastico/lastex</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Linha</td><td>1</td><td>0,1</td></tr> <tr><td>Entretela</td><td>0,86</td><td>8,6</td></tr> <tr><td>Zipper</td><td>1</td><td>3,5</td></tr> <tr><td>TOTAL</td><td></td><td>13,4</td></tr> </tbody> </table>			Descrição	Consumo	Valor unitário	Etq/comp	1	0,25	Etq/logo interna	1	0,5	Etq/logo externa	0	0	Embalagem	1	0,2	Tag	1	0,25	Botões	1	0,3	Elastico/lastex	0	0	Linha	1	0,1	Entretela	0,86	8,6	Zipper	1	3,5	TOTAL		13,4	1) Cortar tecidos a partir dos moldes. 2) Unir perna direita frente e costas pela lateral, drapeando o tecido. 3) Unir perna esquerda frente e costas pela lateral, drapeando o tecido. 4) Costurar bolsos frontais em cada perna da calça. 5) Aplicar zíper. 6) Aplicar braguilha. 7) Costurar o cós. 8) Unir calça ao cós. 9) Fazer bainha da calça. 10) Costurar botão.																
Descrição	Consumo	Valor unitário																																																					
Etq/comp	1	0,25																																																					
Etq/logo interna	1	0,5																																																					
Etq/logo externa	0	0																																																					
Embalagem	1	0,2																																																					
Tag	1	0,25																																																					
Botões	1	0,3																																																					
Elastico/lastex	0	0																																																					
Linha	1	0,1																																																					
Entretela	0,86	8,6																																																					
Zipper	1	3,5																																																					
TOTAL		13,4																																																					
Materia Prima principal			<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Nome</th> <th>Parte (tecido)</th> <th>composição</th> <th>cor</th> <th>largura</th> <th>preço/m</th> <th>quantidade (m)</th> <th>total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Crepe</td> <td>Principal</td> <td>100% Poliéster</td> <td>Preto</td> <td>1,5</td> <td>28</td> <td>3</td> <td>84</td> </tr> <tr><td>2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>									Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total	1	Crepe	Principal	100% Poliéster	Preto	1,5	28	3	84	2									3									4								
	Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total																																															
1	Crepe	Principal	100% Poliéster	Preto	1,5	28	3	84																																															
2																																																							
3																																																							
4																																																							
			<table border="1" style="width: 100%;"> <tbody> <tr><td>Valor custo</td><td>352,4</td></tr> <tr><td>MKP</td><td>2,5</td></tr> <tr><td>valor venda</td><td>881</td></tr> </tbody> </table>								Valor custo	352,4	MKP	2,5	valor venda	881																																							
Valor custo	352,4																																																						
MKP	2,5																																																						
valor venda	881																																																						

Fonte: Elaboração do autor.

A ficha técnica, da figura 103, foi desenvolvida para a pilotagem das peças deste trabalho, ela contém o desenho técnico do produto a ser prototipado, além das dimensões mais importantes para o designer, também contém os valores do custo da produção de cada peça, a listagem de insumos necessários para o desenvolvimento do produto, valores de serviços, roteiro de produção e todas as demais informações essenciais para a construção da peça. Nesta tapa, é necessário definir um markup, que é uma porcentagem sobre o preço de custo, para definir preço de venda do produto. O objetivo do mark up é definir um percentual sobre o preço que possibilite recuperar os custos de produção, tanto os custos fixos como os variáveis e, ainda, gerar um lucro para a empresa. As demais fichas estão apresentadas nos apêndices A ao G, ao final do trabalho.

7.8 Promoção e lançamento da coleção

No mercado da moda, é fundamental uma sintonia entre o designer de moda e o profissional de marketing, visando desenvolver estratégias de marketing alinhadas com o público-alvo e transmitindo a alma da coleção.

O lançamento de uma coleção deve ser realizado a partir de um planejamento cuidadoso entre o designer e a área de marketing, visto que é a primeira apresentação para a equipe de vendas e/ou clientes, explica Treptow (2013). É necessário que o designer transmita com clareza o tema da coleção e o público-alvo para que todas as ações de comunicação estejam alinhados e transmitam a mesma mensagem.

Para este trabalho, foram definidos como estratégias de comunicação para lançamento da coleção o editorial de moda e um desfile das peças selecionadas para representar a coleção. O autor também apresenta como proposta a realização de alguns eventos de experiência, em quatro polos nacionais que são referência de moda e onde se encontra uma efervescente cena noturna, buscando maior proximidade com o público-alvo e ampliar a visibilidade da coleção Vilã Minha e da marca parceira.

7.8.1 Editorial de moda

O editorial de moda é um ensaio fotográfico que demonstra para o público-alvo a inspiração e a referência da coleção. Pode ser um editorial institucional ou comercial.

Por um lado, o editorial comercial apresenta fotos que destacam o produto, detalhando-o e buscando maximizar sua comercialização junto ao mercado.

Por outro lado, o editorial institucional busca transmitir a “alma” da coleção”, destacando o tema escolhido e o público-alvo a ser atingido, explica Treptow (2013). Assim, neste editorial o produto não tem muita relevância, tanto que nem todas as peças são apresentadas, apenas peças selecionadas, com personalidade, que demonstrem o tema da coleção e a personalidade do designer através de fotografias artísticas. Em geral, este editorial é enviado para imprensa e parceiros estratégicos.

Para este trabalho, foi realizado um editorial de moda institucional, a realização e execução das imagens foram definidos a partir de um moodboard, apresentado na figura 104.

Figura 104 - Moodboard para definição de iluminação das fotografias



Fonte: Elaboração do autor

A figura 104, apresenta o moodboard construído para direcionar a estética do photoshoot, a partir do qual se definiu utilizar uma iluminação com bastante luz fria em contraponto com as cores quentes saturadas, induzindo o público a entrar no clima da temática da coleção, também se buscou trabalhar com sombras marcadas para dar

um ar de suspense. A figura 105 apresenta um outro moodboard visando buscar propostas para atuação dos modelos.

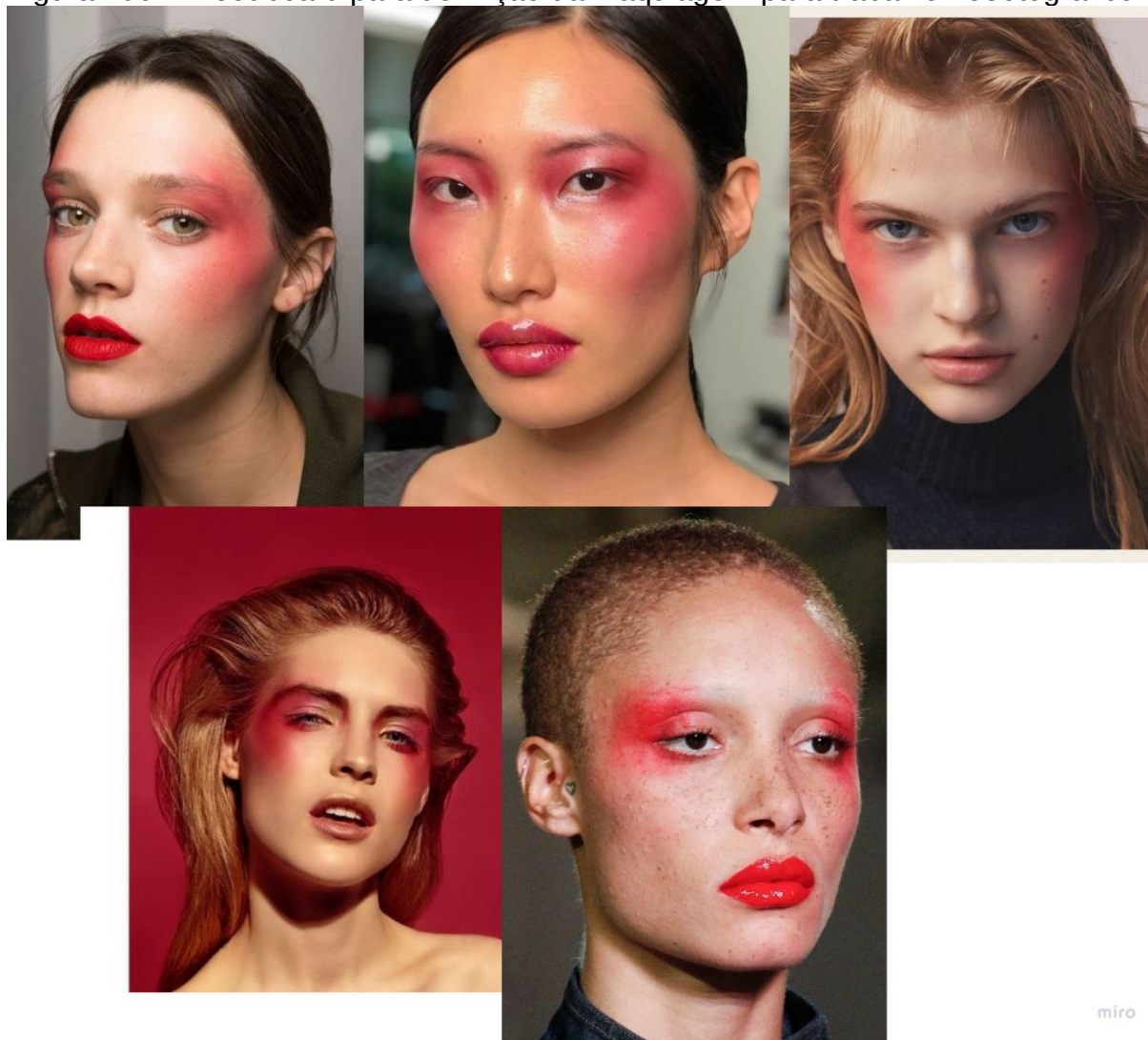
Figura 105- Moodboard inspiracional para encenação para trabalho fotográfico



Fonte: Elaboração do autor

O moodboard da figura 105, foi utilizado como referência para os modelos de acting, de forma a inspirar poses que reflitam atitude e força, mas também deixando como foco principal as roupas e a temática da coleção. Para definir a maquiagem foi utilizado como referência o moodboard da figura 106.

Figura 106 – Moodboard para definição da maquiagem para trabalho 155otográfico.



Fonte: Elaboração do autor

O moodboard, da figura 106, serviu como referência da maquiagem aplicada nesse photoshoot e foi definida previamente com o maquiador. A escolha pela tonalidade vermelha se justifica buscando trazer a androginia através da maquiagem e o tom vermelho, intenso nos olhos e maçãs do rosto, usado de forma orgânica, buscou representar a força e a raiva, conjuntamente, optou-se por manter a pele mais natural para intensificar a humanidade e vida dos personagens. Na figura 107, se encontram as fichas técnicas do photoshoot, apresentando os modelos, relacionando-os com os looks e as makes utilizados por cada um deles.

Figura 107 – Fichas técnicas do photoshoot do editorial de moda.



Fonte: Elaboração do autor

As fichas técnicas do photoshoot, como são vistas na figura 107, apresentam os looks que os dois modelos utilizaram, acompanhados de uma breve explicação da finalidade dos looks designados para cada modelo. Ressalta-se que todos os profissionais que contribuíram com este trabalho, o fizeram voluntariamente, e fazem parte da comunidade LGBTQIA+.

Na sequência são apresentadas as fotografias realizadas para montagem do editorial de moda para promoção e lançamento da coleção Vilã Minha.

Foto 1 - Look 13 editorial foto 01



Fonte: Produção do autor.

Foto 2 - Look 13 editorial foto 02



Fonte: Produção do autor

Foto 3 - Look 13 editorial foto 03



Fonte: Produção do autor.

Foto 4 - Look 13 editorial foto 04



Fonte: Produção do autor

O Look 13, apresentado nas fotos 1, 2, 3 e 4, é o vestido de vinil drapeado, essa peça foi escolhida para a prototipação devido ao efeito que ela transmite quando fotografada, em função do brilho que ela reflete na luz, assim tendo um impacto visual nas fotos mostrando bem as linhas do drapeado deixando claro para o consumidor esse elemento de estilo, já que ele é o fio condutor mais claro da coleção.

Para as fotos dessa peça, além de evidenciar os drapeados do vestido, também foi priorizado a valorização do trapézio do modelo, assim como os bíceps, já que a coleção também explora essa parte do corpo na composição de estilo em outras peças. Nas fotos 5, 6 e 7 são apresentadas as fotografias do Look 05.

Foto 5 - Look 05 editorial foto 01



Fonte: Produção do autor.

Foto 6 - Look 05 editorial foto 02



Fonte: Produção do autor.

Foto 7 - Look 05 editorial foto 03



Fonte: Produção do autor.

O Look 05 foi escolhido para prototipação para representar peças mais comerciais, mas que carregam um significado importante para essa coleção nos seus drapeados, já que representa as privações de oportunidades que as pessoas da comunidade LGBTQIA+ sofrem.

Nessas fotos também foram priorizadas a visibilidade dos drapeados, assim como o trapézio do modelo, para dar coesão tanto para a coleção quanto para o editorial fotográfico, foi importante também nesse momento mostrar a confortabilidade desses produtos. Seguem com as fotos 8, 9 e 10, que apresentam os modelos fotografando juntos com visuais complementares

Foto 8 - Foto em par 01



Fonte: Produção do autor.

Foto 9 - Foto em par 02



Fonte: Produção do autor.

Foto 10 - Foto em par 03



Fonte: Produção do autor.

A prioridade desse editorial não foi fotos com mais de uma pessoa, pois a ideia é de transmitir a individualidade e solidão, mas foi importante algumas fotos com os dois modelos para apresentar a sensação de dualidade, pois mesmo estando só, todos tem sua duplicidade, que também é essencial para percepção da identidade individual. As fotos 11, 12, 13, e 15 apresentam o Look 06 de forma individual

Foto 11 - Look 06 editorial foto 01



Fonte: Produção do autor.

Foto 12 - Look 06 editorial foto 02



Fonte: Produção do autor.

Foto 13 - Look 06 editorial foto 03



Fonte: Produção do autor.

Foto 14 - Look 06 editorial foto 04



Fonte: Produção do autor.

Foto 15 - Look 06 editorial foto 05



Fonte: Produção do autor.

O Look 06 foi escolhido para prototipação pelo impacto dramático, já que tem esses drapeados bem marcados, a capa e as ombreiras. Ele apresenta de forma clara as várias possibilidades de utilização, tanto em questão de composição quanto de quem irá utilizá-lo, mas sem perder a sensualidade do look.

Essas fotos têm o objetivo de evidenciar o drama e a sensualidade da coleção, além de destacar a fluidez que é o ponto chave desse look, se mesclando com a fluidez das poses e expressões do modelo, resultando em composições dinâmicas e marcantes. A seguir são apresentadas as fotos 16, 17, 18, 19 e 20, sendo as últimas desse editorial de moda desenvolvido para apresentação e lançamento da coleção Vilã Minha.

Foto 16 - Look 04 editorial foto 01



Fonte: Produção do autor.

Foto 17 - Look 04 editorial foto 02



Fonte: Produção do autor.

Foto 18 - Look 04 editorial foto 03



Fonte: Produção do autor.

Foto 19 - Look 04 editorial foto 04



Fonte: Produção do autor.

Foto 20 - Look 04 editorial foto 05

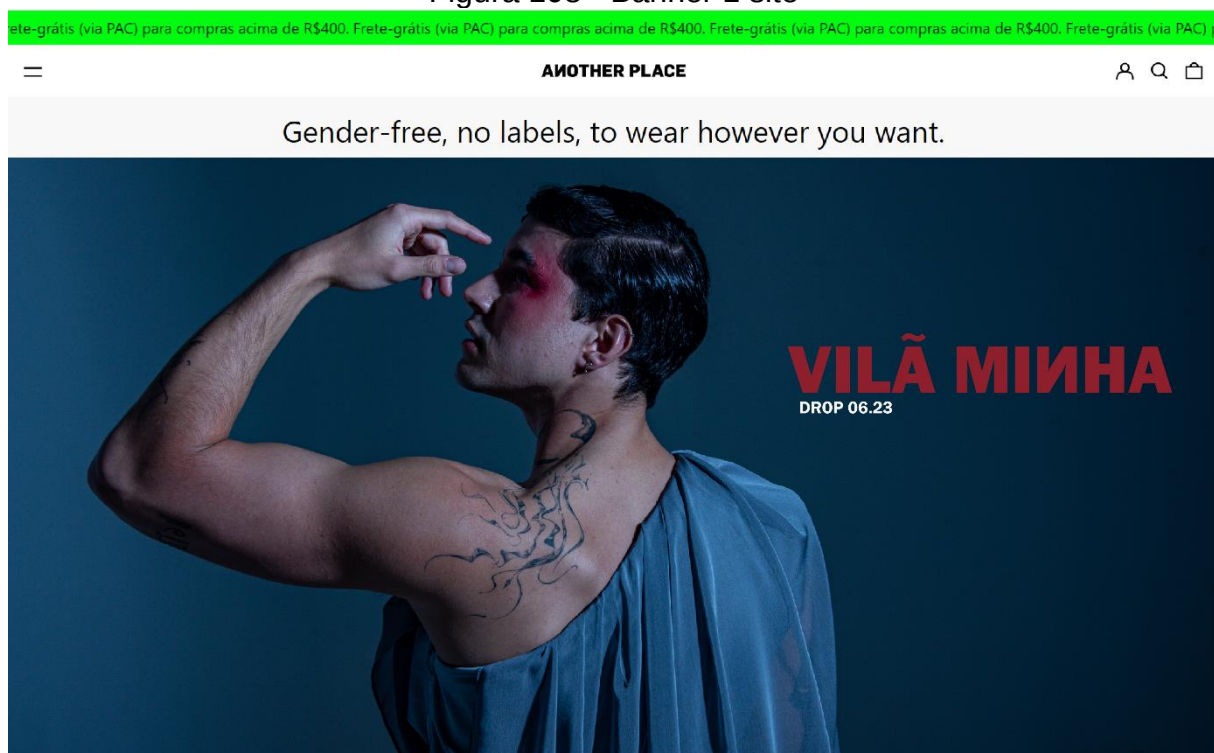


Fonte: Produção do autor.

O Look 04 foi escolhido para a finalização tanto do editorial quanto da coleção, pois ele é o qual melhor representa todo o conceito e estética desse projeto, refletindo a busca pela autenticidade, pela expressão individual e pela conexão das emoções que se buscou retratar. Cada peça é uma expressão artística, projetada para amplificar o drama do conceito da coleção e criar conexões significativas.

As fotografias apresentadas ilustram o editorial institucional para lançamento da coleção Vilã Minha para a empresa Another Place, as mesmas fotografias do editorial podem ser utilizadas em outras fontes de divulgação da marca, como o site e instagram que são os principais instrumentos de comunicação com o público-alvo, como apresentadas nas figuras 108, 109 e 110.

Figura 108 - Banner 1 site



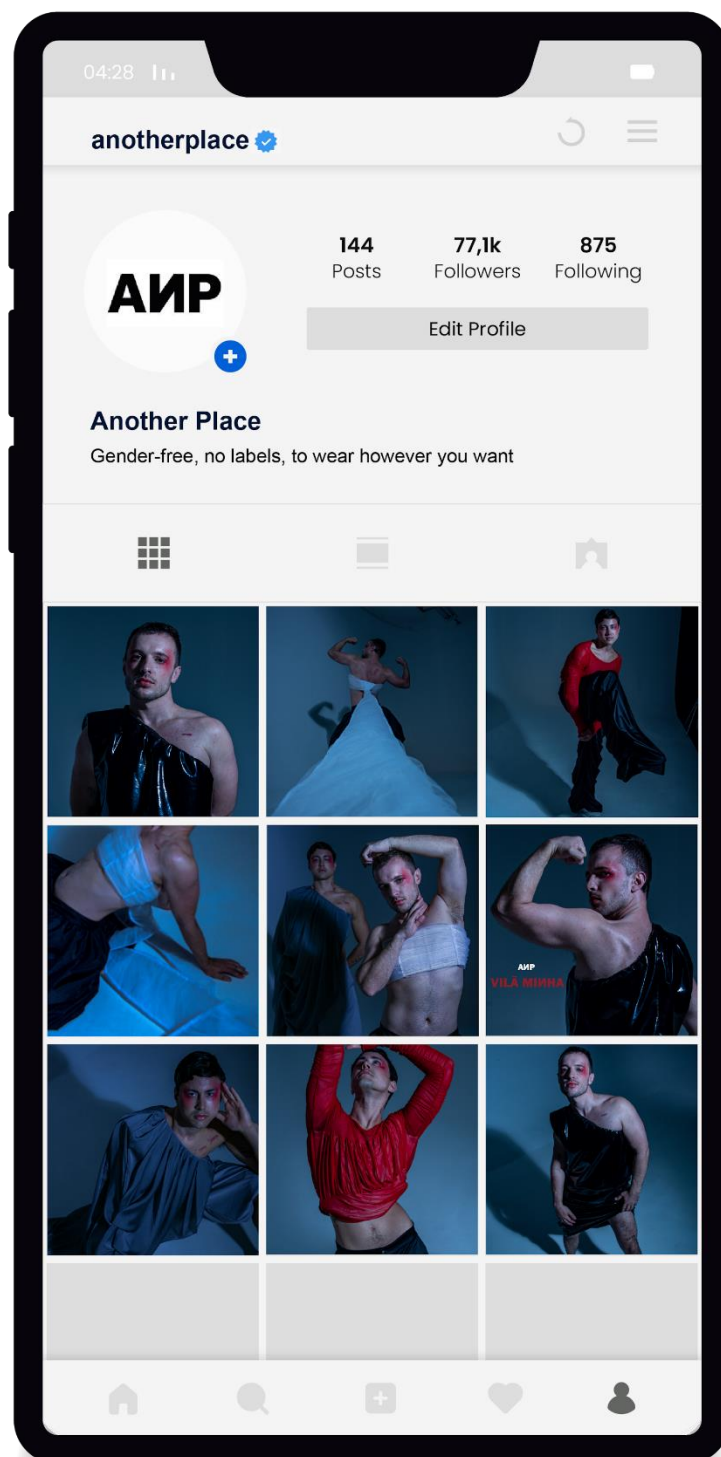
Fonte: Produção do autor.

Figura 109 - Banner 2 site



Fonte: Produção do autor.

Figura 110 - Feed instagram marca



Fonte: Produção do autor.

A partir das fotos produzidas no editorial, foi possível simular como essas imagens podem ser aplicadas em banners no site e uma sugestão de composição de feed no Instagram, que é a principal plataforma de comunicação da marca. Nesta

experiência, foi possível visualizar como essas fotos podem transformar a aparência do site da ANP, proporcionando uma estética atraente e alinhada ao conceito da coleção e identidade visual da marca.

Na próxima seção, apresenta-se uma breve descrição do desfile que será realizado para apresentação ao público das peças prototipadas da coleção Vilã Minha.

7.8.2 Desfile

Representa o ápice do lançamento de uma coleção de moda, reúne uma vasta equipe profissional multidisciplinar, ressalta Treptow (2013) que deve ser produzido com riqueza de detalhes. A autora, ensina que o objetivo dos desfiles é gerar notícia e fortalecer ou divulgar a marca, sendo que algumas peças do desfile nem sempre são produzidas para comercialização, mas sim para impactar e transmitir o tema da coleção.

7.8.3 Experiência

O lançamento dessa coleção que fala sobre visibilidade e como a cultura LGBTQIA+, se mistura com a cena noturna e, por consequência, tem forte ligação com as mais diversas expressões de arte, como representação, música e dança. Assim, o autor deste TCC propõe uma experiência de apresentação da coleção, através de um tour em boates em quatro cidades brasileiras que tem sua cena noturna local muito aquecida, buscando levar peças inéditas da coleção nesses eventos. Com o objetivo de maior aproximação com seu público-alvo e maior exposição da coleção, nasce o projeto ANP V-CLUB: a festa de apresentação da coleção VILÃ MINHA.

O primeiro evento, deverá ocorrer na cidade de São Paulo, onde começou a marca Another Place. A boate Zig Club no centro de São Paulo, é bem conhecida e frequentada pelo público LGBTQIA+, nessa noite será apresentada os primeiros quatro looks da coleção. A figura 111 apresenta uma imagem da boate.

Figura 111 - Foto da boate Zig Club em São Paulo.



Fonte: Zigclub, 2023⁵³

A figura 111 apresenta o movimento na casa noturna Zig Club, point da população LGBTQIA+ na vida noturna de São Paulo, onde serão apresentados os primeiros 04 looks da coleção Vilã Minha. Na figura 112 estão os quatro looks selecionados para apresentação neste evento.

⁵³ Disponível em [ZIGclub - Google Maps](#)

Figura 112 - Croquis dos quatro looks a serem apresentados na Boate Zig.



Fonte: Elaborado pelo autor.

O segundo evento da ANP V-CLUB, para apresentação da coleção Vilã Minha, será na cidade maravilhosa Rio de Janeiro, que é conhecida como uma grande cidade turística LGBTQIA+ friendly e que tem uma cena noturna muito importante, onde está localizada a casa noturna Galeria Café em Ipanema, que é um lugar bastante frequentado pela comunidade. Nessa parada será apresentado a 2ª parte da coleção, com mais quatro looks. A figura 113 apresenta uma foto da Casa Noturna Galeria Café.

Figura 113 - Foto da Casa Noturna Galeria Café - RJ.



Fonte: <https://invexo.com.br/blog/galeria-cafe-ipanema/>

A figura 114 apresenta os croquis dos quatro looks que serão apresentados na casa noturna da noite carioca.

Figura 114 - Croquis dos quatro looks a serem apresentados no Café Ipanema.



Fonte: Elaboração do autor.

A penúltima edição da ANP V-CLUB, acontecerá em Recife/PE e o local é a boate Clube Metrópole. a maior casa LGBTQIA+ da cidade, representada na figura 115. Nessa noite serão apresentados os looks que compõe a última parte da coleção.

Figura 115 - Foto da boate Clube Metrópole na cidade de Recife/PE.



Fonte: <https://www.sympla.com.br/produtor/clubmetropole>

A figura 116 mostra os quatro looks que serão apresentados na terceira do evento ANP V-CLUB.

Figura 116 - Looks apresentados no evento na boate Clube Metrópole em Recife/PE



Fonte: Elaboração do autor.

Como última parada da ANP V-CLUB foi escolhida a cidade de Porto Alegre, cidade natal do designer da coleção que se identificou nessa cena noturna, de onde também vem parte da sua inspiração. A casa noturna escolhida é o bar Cabaret que já é bem tradicional da cena LGBTQIA+ da cidade há décadas, nesse ambiente será apresentada a coleção completa, com os doze looks, que primeiramente foi apresentado em três partes, nesse evento é apresentado como um todo. A figura 117 apresenta uma foto do local escolhido.

Figura 117 - Foto do Bar Cabaret em Porto Alegre/RS



FONTE: Cabaret Poa, 2023⁵⁴

A figura 118, apresenta os croquis dos doze looks que serão apresentados na casa noturna Cabaret em Porto Alegre/RS.

⁵⁴ Disponível em [https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fpt-br.facebook.com%2FCabaretpoa%2Fphotos%2Fsobre-o-cabaretdois-anos-ap%25C3%25B3s-o-inc%25C3%25AAndio-na-antiga-casa-na-avenida-independ%25C3%25AAncia%2F977082928999279%2F&psig=AOvVaw2ZH8cK7IS8B6HTqbge_Kjj&ust=1684603633422000&source=images&cd=vfe&ved=0CBAQjhxqFwoTCk3qunzgf8CFQAAAAAdAAABAD](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fpt-br.facebook.com%2FCabaretpoa%2Fphotos%2Fsobre-o-cabaret%2Fphotos%2Fsobre-o-cabaretdois-anos-ap%25C3%25B3s-o-inc%25C3%25AAndio-na-antiga-casa-na-avenida-independ%25C3%25AAncia%2F977082928999279%2F&psig=AOvVaw2ZH8cK7IS8B6HTqbge_Kjj&ust=1684603633422000&source=images&cd=vfe&ved=0CBAQjhxqFwoTCk3qunzgf8CFQAAAAAdAAABAD)

Figura 118 - Croquis dos looks apresentados no bar Cabaret em Porto Alegre/RS.



Fonte: Elaboração do autor.

Depois dessas ações propostas para o lançamento da coleção desenvolvida como requisito parcial para conclusão do curso de bacharelado em moda, serão apresentadas ao público em um desfile, os quatro looks da coleção que foram prototipados, para encerrar a formação acadêmica de bacharelado em moda do acadêmico Guilherme Ferreira Lopes. Ao encerrar este capítulo, o autor expõe suas considerações finais no capítulo 8.

8 APAGANDO AS LUZES: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão de curso teve como desafio refletir sobre as contribuições da cultura LGBTQIA+ na desconstrução dos parâmetros de dualidade de gênero na moda. Inicialmente, foi preciso considerar que a moda é um fator social e como tal é usado para expressão de identidade, estando sempre em movimento, refletindo as mudanças da sociedade. Corroborando este pensamento, têm-se Lipovetsky (2009) que identificou as reviravoltas na moda como efeito de novos valores oriundos de um novo posicionamento e representação do indivíduo em relação ao coletivo

A partir da revisão bibliográfica foi possível revisitar as diversas fases da moda nos séculos XX, identificando que no início desse século a moda do vestuário era bem segmentada por gêneros, masculino e feminino. A partir da revolução industrial observou-se importantes transformações, com uma maior variedade de vestimentas, substituindo o pesado estilo do século XIX, por roupas mais leves e mais simples. Nesse período aconteceram avanços importantes como a criação da calça comprida por Coco Chanel na década de 20 e o acesso da mulher ao mercado de trabalho. Ambas importantes porque, com a chegada da 2ª Guerra Mundial, as mulheres foram trabalhar na indústria substituindo os homens enviados para a guerra, e aumentou o uso de calças compridas pelas mulheres para protegê-las do frio porque as meias femininas desapareceram devido às restrições impostas pela guerra, tirando recursos da indústria do vestuário como seda e náilon, direcionando-os para a produção de artefatos de guerra, no caso, os paraquedas.

Outro marco importante na década de 50, foi a ascensão da calça jeans, peça bem aceita pela sociedade em geral, devido ao baixo custo, a facilidade de uso e durabilidade do tecido, explicou Bass-Kruegger (2021). Popularizou-se e transformou-se em peça indispensável no vestuário de homens e mulheres, jovens ou não.

Ao longo dessas décadas, o movimento feminista foi ganhando força, clamando por mais direitos para as mulheres. Os anos 60 representaram um ponto de mudança, sendo um período de quebra de diversos paradigmas e comportamentos que, consequentemente, repercutiu nas formas de agir e vestir.

Com a indústria do vestuário se desenvolvendo, os homens deixaram de fazer seus ternos em alfaiates e passaram a adquirir seus trajes em lojas que já ofereciam calças e camisas mais leves e coloridas, possibilitando a inovação em cores e

padronagens, entra na moda o uso de golas altas e adereços como lenços no pescoço. As mulheres têm mais liberdade e opção de escolhas, as grandes novidades foram a criação da minissaia, por Mary Quant, as calças Saint Tropez e o smoking feminino de Yves Saint Laurent, itens que agradaram muito o público feminino. Pierre Cardin é o primeiro estilista a falar que homens e mulheres podiam usar a mesma roupa e traz, para o vestuário masculino, muita cor, brilho ternos sem gola e roupas de malha. As mudanças não param por aí, o mundo parece estar em ebulição, visto que surgem movimentos de contracultura por todos os lados. Pois, foi na década de 60 que também aconteceu o movimento hippie com suas roupas coloridas, batas, colares e calças jeans com pernas largas e rasgadas, pedindo por paz e amor. E, ainda, a revolução do pavão que quebrou paradigmas e trouxe muitas cores, brilhos, veludos e estamparias para a roupa masculina. Estes movimentos, reduzem as diferenças entre o vestuário masculino e feminino, surgindo as primeiras peças unissex.

A década de 70 inicia com o movimento punk, contradizendo os hippies, apresentando um estilo agressivo, metaleiro, com muitos spikes em roupas de couro, cabelos coloridos e corte moicano, correntes e coleiras no pescoço, influenciou a moda e a música, pois muitas bandas de rock adotaram o estilo. Na contramão vem o movimento glam rock, com David Bowie e Marc Bolan, indignados com esses estilos trashes dos hippies e dos punks, apresentam uma indumentária com muita cor, muito brilho, com calçados de salto ou plataformas, apresentando cortes de cabelos irreverentes e mais alongados, também utilizando maquiagens, contribuindo com a aproximação dos estilos feminino e masculino na moda e impulsionando a moda unissex. No final dos anos 70, a moda passa por novas transformações, com o arrefecimento do estilo hippie e influenciada pela moda das discotecas, tanto que ficou conhecida como estilo “disco”, com John Travolta como seu maior representante devido a sua participação no filme “Os embalos de sábado à noite”, a proposta é de ternos com três peças, reedição das pantalonas, coletes e sapatos de plataforma para os homens.

Ao chegar nos anos 1980, a mídia e a indústria da moda passaram a dar mais importância ao homem enquanto consumidor, mantendo a tradição do uso do terno e roupas mais estruturadas em eventos profissionais e sociais, com outros estilos influenciados pelos movimentos ocorridos nas décadas 60 e 70 que trouxeram trajes mais leves, descontraídos e coloridos, refletidos nas roupas usadas no dia a dia e em

festas, resultando numa moda ousada, atrevida e irreverente. Nesta década, as mulheres adotam a moda de deixar a alça dos sutiãs à mostra e os homens usam calças coloridas e justas.

A década de 90, apresenta um novo modelo de homem, mais preocupado com aparência e se permitindo alimentar a vaidade cuidando do corpo e do rosto com tratamentos estéticos, sendo conhecido como metrossexual. A moda aproveita essa nova imagem masculina e oferece peças mais descontraídas, que valorizam o corpo masculino, com camisetas justas e calças com pregas e cinturas marcadas.

A chegada dos anos 2000, registra a entrada em um novo século, caracterizando-se pela globalização tecnológica, com avanços na tecnologia da informação e comunicação. A expectativa é que houvesse grandes transformações na moda, tendo em vista que o mundo estava conectado, todavia o que se observou foi a releitura de alguns modelos de roupas de algumas décadas passadas, com adaptações necessárias para o novo século e a tendência a se usar materiais tecnológicos como elementos translúcidos e uso de cores metalizadas. Rech e Gomes (2016) explicam que a demanda por novidade característico do sistema da moda, nem sempre são atendidas pelas propostas de novas tendências, sendo recorrente a reutilização de elementos estéticos outrora já empregados. O estilo do início do século XXI, ficou conhecido como a moda Y2K que trouxe mais cores, formatos e referências futuristas, com combinações ousadas, texturas diferentes (como tecidos metalizados, vinil e peças de couro). Uma tendência resgatada dos anos 60/70 foi a calça saint tropez, agora usada também pelos homens, e as bocas largas, agora denominada calça flare. Todavia, essa moda foi criticada por alguns estilistas e profissionais da saúde, por fazer apologia à magreza e por ser excludente, tendendo a favorecer apenas alguns biotipos. Em paralelo, a moda masculina, priorizava o conforto, valorizando o design utilitário e a simplicidade, com uso de calças jeans ou calças cargo com vários bolsos para carregar o que quisesse, camisetas básicas ou com estampas, tênis, docside e sapatênis. Este período foi marcado, também, pelos acessórios masculinos como bonés, pochetes transversais ou na cintura, correntes no cós da calça e maxi relógios nos pulsos. O metrossexual reaparece com força total, com homens recorrendo a manicures e usando base nas unhas, se submetendo inclusive a procedimentos cirúrgicos para secar barriga e eliminar linhas de expressão.

Na década de 2010, surge um contraponto na moda masculina, os homens buscam reforçar sua masculinidade através do cultivo de barbas, bigodes e cabelos

desalinhados. Conhecido como lumbersexual, explica Dall'Bello (2014), este sujeito se aproxima do estilo lenhador, com um perfil mais rústico vestindo-se de uma forma mais despojada, em geral com camisa xadrex, jeans ou lisas em tons terrosos, calças jeans mais tradicionais, complementando com botas ou coturnos. É uma oposição ao perfil do metrosssexual. A notícia boa é que no século XXI, tudo é permitido e tem espaço para todos, metrosssexual, lumberssexual ou homossexual, o que importa é estar vestido de forma confortável e de acordo com o estilo de cada um.

É importante destacar que a indústria da moda, vem direcionando esforços, ao longo do século XXI, para criar modelos que atendam todas as necessidades dos mais diferentes estilos e gostos no mercado, tendo como principal preocupação o conforto e a sustentabilidade do processo produtivo. vem derrubando os limites de gênero, criando um tipo de roupa que todos possam vestir e se sentir bem, como as roupas consideradas unissex ou sem gênero, também denominada agênero.

Observa-se, na trajetória da moda, mulheres usando calças largas com camisas ou camisetas e homens também. Assim, como as saias ou calças pantalonas que já foram exclusivas das mulheres, agora os homens também podem usá-las. Corroborando o que Pierre Cardin já falava, nos anos 60, que homens e mulheres podiam usar as mesmas roupas. Posto isso, foi importante apresentar a moda agênero, uma roupa que deve ser concebida para vestir bem qualquer pessoa. Logo, as roupas perdem traços que tipicamente marcam o vestuário de um e de outro sexo e ganham formas neutras.

O segundo objetivo específico procurou contextualizar a população LGBTQIA+ como agente que absorve e promove transformações na moda. A primeira observação foi a de que a homossexualidade já vem de tempos remotos, já existindo no século XVIII e a retaliação e violência contra essa população ocorre desde então. É notório os casos de homossexualidade entre os jovens combatentes na 2ª Guerra Mundial em todas as unidades das forças militares e os uniformes acabaram se tornando um fetiche para muitos deles. Identificou-se, também, que a homossexualidade não era restrita a determinada classe social, perpassando por todas elas, como a classe boêmia e a classe trabalhadora. Para que pudessem se reconhecer no meio social, os homossexuais desenvolveram códigos de comunicação, quando surgiu o termo gay e, durante determinado período, o uso de gravatas vermelhas, anel no dedinho e sapatos escuros de camurça marrons e cinza eram itens exclusivo deste grupo.

É importante destacar que o estilo afeminado de alguns homossexuais masculinos esteve presente desde sempre, onde seus representantes optavam por usar um ou outro item da indumentária feminina, como uma forma de demarcar sua orientação sexual, informa Steele (2013). Todavia, é necessário esclarecer que nem todos os homossexuais masculinos adotam o estilo afeminado, muitos preferem um estilo mais discreto, reivindicando uma estética masculina, reformulando a imagem que havia sido cristalizada do homossexual, ao reforçar esta imagem, estes homossexuais foram categorizados como “clones”. Segundo Cole (2000), mantêm seus cabelos curtos, barbas e bigodes cortados, e a roupa ajustada e combinando, para valorizar seus atributos físicos. As roupas usadas por eles são exclusivamente para fazer seu usuário parecer sexy e atrativo para outro homem.

Ao longo, deste estudo pode-se observar que a moda, enquanto elemento vivo, se transforma ao longo dos anos, absorvendo influências que vem do ambiente no qual está inserida, assim se adaptou ao racionamento das guerras mundiais, absorveu a revolução dos movimentos sociais que buscavam romper culturas e padrões vigentes, e também, se inspira nos elementos da cultura como artistas do teatro, cinema, música e televisão.

Algumas celebridades midiáticas foram trazidas como representantes da cultura LGBTQIA+, buscando responder ao terceiro objetivo específico, identificando a sua contribuição para as transformações na moda. Cole (2000) acredita que homossexuais e heterossexuais utilizam as mesmas roupas, o que os diferencia é exatamente o modo como a roupa é usufruída por cada um deles, visto que no universo homoerótico, a criatividade e o estar bem-vestido ocupam um lugar central nesta dinâmica. É como se, o tempo todo esse universo social estivesse sempre um passo à frente, uma vez que conseguem lidar de maneira criativa com as questões de gênero. A partir da consulta a biografias, entrevistas a jornais e revistas, redes sociais e vídeos no Youtube, este trabalho apresentou a trajetória de Ney Matogrosso, Freddie Mercury, Elton John, Grace Jones, Madonna, Boy George, George Michael, Dominic Jackson, Lady Gaga, Miley Cyrus, Pablo Vittar e Hunter Schafer constatando-se que estas celebridades sempre foram transgressoras e através de suas posturas sociais, profissionais e políticas adotam um discurso a favor das minorias, especificamente a comunidade LGBTQIA+ da qual fazem parte, mas também se posicionam a favor do meio ambiente, da igualdade de gêneros e redução das desigualdades sociais, respeito à população negra e, agora, mais recentemente, a

necessidade de banheiros sem identificação de gênero em ambientes públicos. Além disso, essas celebridades exercem forte influência nas transformações da moda, até por serem figuras midiáticas e o que eles usam em shows, vídeos e entrevistas rapidamente caem no gosto do público, transformando-se em moda, com as adaptações necessárias.

O último objetivo específico deste trabalho, tão importante quanto os anteriores, foi o desenvolvimento de uma nova coleção para a marca Another Place fundamentado no conhecimento obtido nas reflexões realizadas anteriormente. O resultado foi a proposta de uma coleção que superou as expectativas, trazendo peças que combinam elegância, inovação e ousadia, refletindo a alma do designer e da marca ANP. São roupas que transmitem força, flexibilidade, poder, garra e paixão, traduzindo características presentes na população LGBTQIA+. As peças de vestuário desenvolvidas nesta coleção podem ser usadas por todos e todas que se sintam em sintonia com a alma da marca e que queiram brilhar na passarela da vida.

A conclusão principal, deste trabalho, foi confirmar que a moda é uma forma de expressão que permite às pessoas transmitirem sua individualidade, personalidade e estilo de vida. Ela evolui constantemente, refletindo as tendências sociais, culturais e artísticas de uma determinada época. A moda é, também, uma ferramenta poderosa para expressão e reivindicação da própria identidade, independentemente das expectativas impostas. Por fim, este trabalho demonstrou que a moda é elemento propulsor de mudanças sociais, gerando visibilidade, empoderando grupos sociais e transformando antigos padrões em novas perspectivas, atualizando aquilo que está ultrapassado e erradicando preconceitos, exclusão e marginalização.

Naturalmente que não foi possível abordar todos os conteúdos relacionados a este tema tão pulsante, nem discorrer sobre toda a diversidade da cultura LGBTQIA+, tão ampla e plural, presente na sociedade mundial, mas o que foi desenvolvido é enriquecedor e muito representativo dessa realidade.

Fica como sugestão para trabalhos futuros, abordagens sobre o desenvolvimento da moda afro-brasileira e suas conexões com a comunidade Ballroom⁵⁵ que desenvolve um lindo trabalho na dança e na moda negra.

⁵⁵ Subcultura LGBTQIA+ afro-americana e latina, se originou na cidade de Nova York, no final do século 20, como expressão de resistência de drag queens negras e latinas em oposição ao racismo que vinham acontecendo em concursos artísticos. (GERALDES E ESTEVAM, 2021)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BLACKMAN, Cally. **100 anos de moda masculina**. Ed. Publifolha: São Paulo, 2014.
- BROOKS, G.; LUPTON, S.; MERCURY, F. **Freddie Mercury: a sua vida em suas próprias palavras**. E-book kindle, 2021.
- BUCKLEY, David. **Elton John – A biografia**. São Paulo: Cia Editora Nacional, 2011.
- CARVALHAL, André. **A moda Imita a Vida: Como Construir uma marca de moda**. São Paulo: Estação das Letras e Cores; Rio de Janeiro: Senac, 2015.
- CIDREIRA, Renata, P. A Moda como expressão cultural e pessoal. **Revista de Moda, Cultura e Arte**, Vol 3, N°3. São Paulo, 2010.
- COLE, Shaun. **Sexuality, Identity and the Clothed Male Body**. PhD by Published Work. University of the Arts London, Londres 2000.
- CRANE, D. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Editora Senac, 2006, p. 387.
- DICIONÁRIO OXFORD ESCOLAR. INGLÊS – PORTUGUÊS, Ed. Oxford: RJ, 2010.
- ECO, Umberto. **História da Beleza**. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2017.
- FERREIRA, A.B.H. **Dic. Aurelio da Língua Portuguesa**. Ed. Positivo: Curitiba, 2010.
- FOGG, Marnie. **Tudo Sobre Moda**. Traduzido por Débora Chaves, Fernanda Abreu, Ivo Korytowski. Trad. Fashion: The Whole Story. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.
- GARCIA, W. **O metrossexual no Brasil – estudos contemporâneos**. São Paulo: Factash Editora, 2011.
- GERALDES, Elem e ESTEVAM, A.L.G. Vogue, logo, existo: a comunicação política-corporificada da Ballroom. **Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação**, ano 15 V.1, USP/SP, 2021.
- GIGLIO, E. M. **O Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Cengage Learning, 2015.
- GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2022.
- GOFFMAN, Ken; JOY, Dan. **A contracultura através dos tempos: do mito de Prometeu a cultura digital**. Trad. Alexandre Martins. Ediouro: RJ, 2007.
- GONÇALVES, Denise O. **Avesso e direito: Movimento Hippie e o mercado cultural da moda**. Dissertação (Mestrado em História). Universidade Federal de Uberlândia/MG, 2007.
- GONÇALVES, Xico. **O poder da imagem**. Editora Uiclap, 2021.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A. 2006.
- HERBERT, E. **Lady Gaga: a revolução do pop**. São Paulo: Globo, 2010.
- JOHN, Elton. **Eu, Elton John**. São Paulo: ed. Planeta, 2019. E-book Kindle.
- JULIO MARIA. **Ney Matogrosso, a biografia**. São Paulo, Cia das Letras, 2021.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson, 2019.

- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2021
- LAVER, James. **A roupa e a Moda: Uma História Concisa**. São Paulo: Cia das Letras, 1989.
- LEVENTON, Melissa. **História Ilustrada do Vestuário**. São Paulo: Publifolha, 2009.
- LIMA JÚNIOR, Geraldo Coelho. **Pelo do Autor, Pele da Personagem**: entre design de moda e figurino, reflexões para a cena contemporânea. In VIANA, Fausto; Muniz, Rosane (org). *Diário de Pesquisadores: Traje de cena*. São Paulo: Estação da Cores e Letras, 2012.
- LIMA, M.E.; EDDINE, E.A. **Homossexualidades: Espaço em uma Revista Especializada**. Temas em Psicologia, Vol. 23, 789-801, 2015.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- MAUS, Stephan. **Necessidades e desejos de um corpo andrógino**: um olhar no vestuário de Moda. 2016. Dissertação (Mestrado em Têxtil e Moda) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.
- MELLO, Ramon Nunes e MATOGROSSO, Ney. **Vira lata de raça – Memórias**. Editora Tordesilhas, São Paulo, 2018.
- MORLEY, P. e JONES, G. **I'll Never Write My Memoirs**. Gallery Books: USA, 2015.
- PENA, Felipe. Celebidades e heróis no espetáculo da mídia. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, n. 1, v. 25, p. 146-157. 2002.
- PHOENIX, Helia. **Lady Gaga – Biografia**. Ed. Lua de Papel: 2010.
- PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Editora Feevale: Novo Hamburgo, 2013.
- RECKZIEGEL, José L. C. **O Rei Está Nu: visões publicitárias da masculinidade**. (Doutorado) Ciências da Comunicação – Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo, 2004.
- REIS, Tony. **Manual de Comunicação LGBTI+**. 2ª edição. Curitiba: Aliança Nacional LGBTI/Gaylatino, 2018.
- SEELING, Charlotte. **Moda o século dos estilistas: 1900-1999**. Editora Konemann, Portugal, 2000.
- STEELE, Valery. **A Queer History of Fashion: from the closet to the catwalk**. New York: Fashion Institute of New York, 2013.
- SVENDSEN, Lars. **Moda: Uma filosofia**. Rio de Janeiro, 2010.
- TREPTOW, Doris. **Inventando Moda**. Planejamento de Coleção. São Paulo: 2013.
- VEILLON, Dominique. **Moda e Guerra**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- VERNANT, Jean-Pierre. **Entre Mitos e Política**. São Paulo: Edusp, 2002.
- VINKEN, B. **Fashion zeitgeist: trends and cycles in the fashion system** . Tradução: Mark Hewson - English ed. Editora Berg., 2005.

REFERÊNCIAS DE SITES DE PESQUISA

- 1960 OF FASHION. Disponível em [1960's of Fashion on Behance](#). Acesso em 12 out. 2022.
- A MODA E O TEMPO: ANOS 1920. Disponível em [História da Moda.: A Moda e o Tempo: Os anos 1920 \(modahistorica.blogspot.com\)](#). Acesso 12 out. 2022.
- ACESSÓRIOS moda masculina. Disponível em [Macho Moda - Blog de Moda Masculina](#). Acesso em 20 set. 2022
- AFEMINADO, 2022. Disponível em [\(368\) Pinterest](#). Acesso em 20 set. 2022
- ANOTHER PLACE. Site oficial. Disponível em <https://anotherplace.com.br/>. Acesso em 20 nov. 2022.
- _____. **Instagram**. Em <https://www.instagram.com/anotherplace/>. Acesso em 20 nov. 2022.
- ANTENA 1 (2017). Boy George: biografia e discografia. Disponível em <https://www.antena1.com.br/artistas/boy-george>. Acesso em 21 jan. 2023.
- ANTENA 1 (2022). Boy George completa 61 anos, relembre a carreira do artista: um homem que por meio das artes continua a deixar sua marca no mundo. Disponível em <https://www.antena1.com.br/noticias/boy-george-completa-61-anos-relembre-a-carreira-do-artista>. Acesso 21 jan. 2023.
- BAILEY, F e BARBATO, R. Stonewall Outload, (2019). Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=qlFfbcbznQ&t=478s>. Acesso em 20 set. 2022.
- BARROS, Patrícia Marcondes de. **O Glam Rock brasileiro: moda e comportamento andrógino na década de 1970**. Domínios da imagem: UEL/PR. V. 13, nº. 25, 2019. Disponível em [O Glam Rock brasileiro: moda e comportamento andrógino na década de 1970 | Domínios da Imagem \(uel.br\)](#). Acesso 12 out. 2022.
- BASS-KRUEGER, Maude. Conheça a história do jeans: da criação do tecido na França aos dias atuais. Globo: **Vogue Ed. Digital**, 2021. Disponível em [Conheça a história do jeans: da criação do tecido na França aos dias atuais – Vogue | Vogue Dossiê \(globo.com\)](#). Acesso em 15 set. 2022
- BAW CLOTHING. **Site oficial**. Disponível em <https://www.bawclothing.com.br/>. Acesso em 20 nov. 2022.
- BEIJO MARINHEIROS. Disponível em [Controvérsia sobre o beijo de um casal gay recriando uma foto icônica | Fcinco - F5 \(elmundo.es\)](#). Acesso em 20/09/2022.
- BELEZA MASCULINA 1980. Disp. em <https://www.belezamasculina.com.br/moda-masculina-anos-80-conheca/>. Acesso em 15 out 2022.
- BOLAN, Marc. Disponível em [\(366\) Pinterest](#). Acesso 01 out.2022.
- BOLD STRAP. Site oficial. Disponível em <https://www.boldstrap.com/>. Acesso 20 nov. 2022.

- BOWIE, David. Globo: **Vogue Ed. Digital**, 2020. Disponível em [Livro de memórias: David Bowie | Vogue.pt](#). Acesso em 12 out. 2022.
- BREWER, Taylah. **Moda disco – 1970**. Disponível em [Moda dos anos 70 \(Como Obter o Estilo dos Anos 1970\) - O Spotter de Tendências \(thetrendspotter.net\)](#), 2022. Acesso em 23 out. 2022
- BUMPUS, Jessica. **Freddie Mercury**, o ícone de estilo, 2018. Disponível em [Freddie Mercury, o Ícone de Estilo | Vogue.pt](#). Acesso em 02/11/2022.
- CANTARINI, Georgia (2020). Entrevista com a grande estrela de “Pose”, Dominique Jackson. **Revista L’Office**. Disponível em <https://www.revistaloficial.com.br/pop-culture/entrevista-com-a-estrela-de-pose-dominique-jackson>. Acesso 20 jan 2023.
- CARDOSO, I. A geração dos anos de 1960: o peso de uma herança. **Revista Tempo Social**, V.17, nº 2, p. 93-107. USP/S.P., 2005. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ts/article/view/12472> . Acesso em 27 nov. 2022.
- Casa noturna Zig Club. Disp em https://www.google.com/maps/place/ZIGclub/@-23.5489426,46.6423812,3a,75y,90t/data=!3m8!1e2!3m6!1sAF1QipNfD8nxgrg5D7GyE_zqFrpiUhnI-o7VepddI7Ax!2e10!3e12!6shhttps:%2F%2Fhl5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipNfD8nxgrg5D7GyE_zqFrpiUhnI-o7VepddI7Ax%3Dw203-h270-k-no!7i3492!8i4656!4m7!3m6!1s0x94ce584d7a9332f5:0x9b5470c648c87b45!8m2!3d-23.5488966!4d-46.6421375!10e5!16s%2Fq%2F11d_85q8fp?entry=ttu. Acesso em 02 maio 2023.
- Casa noturna Cabaret. Disp em <https://www.facebook.com/Cabaretpoa/photos/sobre-o-cabaretdois-anos-ap%C3%B3s-o-inc%C3%AAndio-na-antiga-casa-na-avenida-independ%C3%Aancia/977082928999279/>. Acesso em 02 maio 2023
- Casa noturna Club Metrópole. Disp. em: <https://www.sympla.com.br/produtor/clubmetropole>. Acesso em 02 maio 2023
- Casa noturna Galeria Café Ipanema. Disp. em <https://invexo.com.br/blog/galeria-cafe-ipanema/>. Acesso em 02 maio 2023
- CASTRO, M. S. F. de; MARTINS, J. C. DE O.; FERREIRA, K. P. M. A resistência na moda através do tempo: movimento punk e slow fashion. **Revista da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda**. V.12, N  25, 2019. Disponível em <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6974838>. Acesso 21 ago. 2022.
- CHANEL - **138 ANOS**. Disponível em [Chanel, 138 anos: veja 7 criações revolucionárias da estilista \(elasnotapetevermelho.com.br\)](#). Acesso 12 out. 2022.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. A moda nos anos 60/70 (comportamento, aparência e estilo). **Revista do Centro de Artes, Humanidades e Letras**, vol. 2, 2008. Disponível em: [Renata.pmd \(core.ac.uk\)](#). Acesso 21 ago. 2022.
- CINEMA PARA SEMPRE. **E o vento levou, 1939**. Disponível em [E O VENTO LEVOU \(1939\) - Cinema para Sempre](#). Acesso 12/10/2022.
- CLEMENTE, Matheus. **Estilo lumbersexual**: tudo sobre a tendência do estilo lenhador, 2020. Disponível em <https://modamasculina.blog/lumbersexual/>. Acesso em 19 nov. 2022.

- CORONATO, Giulia. **O que significa a sigla Y2K?** E por que a moda está obcecada por ela?, Steal the look, 2021. Disponível em [O que significa a sigla Y2K? E por que a moda está obcecada por ela? » STEAL THE LOOK](#). Acesso em 25 out. 2022.
- CORRÊA, Luísa B. **“Porque essa mulher mudou a minha vida”**: consumo e identidade de gênero em comunidade de fãs de Lady Gaga no facebook. (Monografia). UFSM, Departamento de Ciências da Comunicação, 2014. Disponível em [“Porque essa mulher mudou a minha vida”: consumo e identidade de gênero em comunidade de fãs de Lady Gaga no Facebook | Manancial - Repositório Digital da UFSM](#). Acesso em 31 out. 2022.
- COVACCI, Bruna. Confira a evolução do estilo do cantor Elton John. **Gazeta do Povo**, 2017. Disp. <https://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/moda-e-beleza/rei-da-extravagancia-veja-a-evolucao-do-estilo-do-cantor-elton-john/> Aces. 13 jan. 2023.
- CRAIK, Jeniffer. **Uniforms exposed**: from conformity to transgression. Jour, 2005. Disp. https://www.researchgate.net/publication/29451448_Uniforms_Exposed_From_Conformity_to_Transgression/citation/download. Acesso em 31 out. 2022.
- CROQUI DE MODA: **Saiba tudo antes de iniciar sua coleção**. 2020. Disponível em: <https://audaces.com/croqui-de-moda/> Acesso em: 18 de out. de 2022.
- CYRUS, Miley. Disponível em <https://www.instagram.com/sitemileycyrusbr/>. Acesso em 15 jan. 2023
- DALL’BELLO, Ezekiel. **Lumbersexual**: a nova tendência masculina. Em pauta, Universidade Federal de Pelotas, 2015. Disponível em <https://wp.ufpel.edu.br/empauta/lumbersexual-a-nova-tendencia-masculina/>. Acesso em 01/11/2022
- DAVID, Vivian. **A moda precisa lembrar do legado de Pierre Cardin**. Guia Jeanswear, 2021. Disponível em [A moda precisa lembrar do legado de Pierre Cardin – Guia JeansWear](#). Acesso em 01/09/2022.
- DI PILLA, Mariana. Madonna no Brasil: relembre os figurinos mais sexy da cantora que faz turnê pelo Brasil. **Revista Marie Claire**, 2019. Disponível em <https://revistamarieclaire.globo.com/Galerias-de-Fotos/fotos/2012/11/madonna-no-brasil-relembre-os-figurinos-mais-sexy-da-cantora.html> Acesso em 02/11/2022.
- DIAS, L. **PABLO VITTAR RECEBE TÍTULO DE HOMEM DO ANO: “POSSO ESTAR ONDE QUISER”**, 2020. Disponível em <https://www.metropoles.com/colunas/leo-dias/pablo-vittar-recebe-titulo-de-homem-do-ano-posso-estar-onde-quiser>. Acesso em 24/10/2022.
- DOMINGUES, J. E. Década de 1920: “os anos loucos”. Blog Ensinar história. Disponível em <https://ensinarhistoria.com.br/decada-de-1920-os-anos-loucos/>. Acesso em 30 set. 2022
- DRAGLICIOUS, 2018. Pose: conheça o incrível elenco inclusivo da série. Disp. <https://draglicious.com.br/2018/11/01/pose-conheca-o-incrivel-elenco-inclusivo-da-serie/> Acesso em 20 jan 2023
- ESPINOSSI, R. Chanel, 138 anos: veja 7 criações revolucionárias da estilista. Disp. em <https://www.elasnotapetevermelho.com.br/2021/08/19/chanel-138-anos-veja-7-criacoes-revolucionarias-da-estilista/>. Acesso em 30 set. 2022.

- ESPINOSSI, Rosângela. **Trend 2020: corset**, a peça sensual que conquistou as famosas, 2019. Disponível em [Trend 2020: corset, a peça sensual que conquistou as famosas - Elas no Tapete Vermelho](#). Acesso em 02 nov. 2022.
- ESTILO ANOS 2000. Disponível em [Estilo anos 2000: Porque estamos tão obcecados pela moda Y2K? \(dosedeilusao.com\)](#). Acesso em 01 out. 2022.
- ESTILO LUMBERSEXUAL (2010).Disponível em [Estilo lumbersexual: tudo sobre a tendência do estilo lenhador | MM | Moda Masculina](#). Acesso em 02 nov. 2022.
- FAIA, Amanda. Lenda da música e da moda: os figurinos excêntricos de Elton John ainda inspiram artistas contemporâneos. **Portal Popline**, 2019. Disponível em <https://portalpopline.com.br/lenda-da-musica-e-da-moda-os-figurinos-excentricos-de-elton-john-ainda-inspiram-artistas-contemporaneos/> Acesso 13 jan. 2023.
- FRANÇA, Genival V. **Identidade**. Medicina Legal, 6ª ed, Editora Guanabara Koogan, 2001. Disponível em [Identidade - Resumo de Direito - DireitoNet](#). Acesso em 23 ago. 2022.
- FRAZÃO, Dilva. **Miley Cyrus** – Cantora e atriz norte-americana. **Ebiografia**, 2015. Disponível em https://www.ebiografia.com/miley_cyrus/ Acesso em 15 jan. 2023.
- _____. **Biografia de Elton John**. **Ebiografia**, 2016. Disponível em [Biografia de Elton John - eBiografia](#). Acesso em 13 jan. 2023.
- _____. **Biografia de George Michael**. **Ebiografia**, 2017. Disponível em [Biografia de George Michael - eBiografia](#). Acesso em 15 de jan. 2023.
- _____. . Lady Gaga cantora norte-americana, 2020. Disponível em [Biografia de Lady Gaga - eBiografia](#). Acesso em 20 set. 2022.
- FUCKS, Rebeca. **Freddie Mercury** – Músico vocalista da banda britânica Queen. **Ebiografia**, 2019. Disponível em [Biografia de Freddie Mercury – eBiografia](#). Acesso em 02/11/2022.
- GALLO, Ivone C. D'Ávila. Punk: Cultura e Arte. **Varia História: UFMG** – Belo Horizonte/MG, vol. 24, nº 40: 2008. Disponível em [untitled \(scielo.br\)](#). Acesso em 14 ago. 2022.
- GQ MAGAZINE. Boy George: If punk was to hapen now, it would be in a Starbucks advert within a week. **GQ Magazine**, 2020. Disp. <https://www.gq-magazine.co.uk/culture/article/boy-george-interview>. Acesso em 21 jan. 2023.
- GREENBURG, Z. **DESPEDIDA DE ELTON JOHN DEVE RENDER MAIS DE US\$ 400 MI**. Forbes, 2018. Disp. <https://forbes.com.br/colunas/2018/01/ultima-turne-da-carreira-de-elton-john-deve-arrecadar-mais-de-us-400-mi/>. Acesso 10 jan. 2023
- GUERRA, P.; BITTENCOURT; CUNHA, S.E. Madonna, Like a Virgin: (Pós) Feminismo e as Maternidades dos Videoclipes de Madonna. **Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, 41.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018. Disponível em: [293206.pdf \(up.pt\)](#). Acesso em 07 nov. 2022.
- HESS, Liam. **Aos 22 anos Hunter Schafer já é uma estrela da geração Z**, 2020. Disponível em [Aos 22 anos, Hunter Schafer já é uma estrela da Geração Z | Vogue \(vogue.com\)](#). Acesso 02 nov. 2022.
- HOMOSSEXUAIS 2ª Guerra Mundial (2022?). Disponível em [30 imágenes históricas de amor entre parejas del mismo sexo \(enfemenino.com\)](#). Acesso em 20 set. 2022.

- HYPENESS. **Secos & Molhados**. Biografia ajuda a esclarecer pela primeira vez a nebulosa história de Secos & Molhados, 2020. Disponível em [Biografia ajuda a esclarecer pela primeira vez a nebulosa história dos Secos & Molhados | Hypeness inovação e criatividade para todos](#). Acesso 02 nov. 2022.
- JÃO. Disponível em [Jão \(@jao\) • fotos e vídeos do Instagram](#). Acesso 24 nov. 2022.
- JOHN, Elton – Instagram de Elton John, 2022. Disp: <https://www.instagram.com/eltonjohn/>. Acesso em 14 out. 2022.
- JONES, Grace. **Biografia**. Disponível em [Biografia – Grace Jones Brasil \(wordpress.com\)](#) (2015?), Acesso em 02 nov. 2022.
- _____. **As muitas faces de Grace Jones**. Disponível em [As muitas faces de Grace Jones - Vogue | cultura \(globo.com\)](#). Acesso em 02 nov. 2022.
- JOPLIN, Janis 2022. Disponível em <https://elle.com.br/moda/tie-dye-a-historia-da-estampa-que-voltou-com-tudo-e-que-pode-fazer-em-casa>. Acesso 31 out. 2022.
- LADY GAGA, 2022. Disponível em [Lady Gaga : A biografia - AdoroCinema](#). **Adoro cinema**, 2022. Acesso em 20 set. 2020.
- LEGADO Pierre Cardin. Disponível em [A moda precisa lembrar do legado de Pierre Cardin - Guia JeansWear](#). Acesso 01 out. 2022.
- LIRA, Gabriela. **Moda nos Anos 40** (2018) - O Vestuário Utilitário da Segunda Guerra Mundial. Disponível em [Moda Nos Anos 1940 - \(Estados Unidos\): Do Militarismo à Influência do Cinema - HISTÓRIA DA MODA \(historiadamoda.com.br\)](#), 2018. Acesso 29 out. 2022.
- LITTMANN, F. **SPFW Verão 2013 – Alexandre Herchcovitch**. Penso moda, 2012. Disp. em <https://pensomodafannylittmann.wordpress.com/2012/06/12/spfw-verao-2013-alexandre-herchcovitch/> Acesso 02 nov. 2022.
- MACHO MODA. Disponível em [Macho Moda - Blog de Moda Masculina: 5 Coisas que eram MODA nos ANOS 2000 e NÃO podem VOLTAR \(mas já voltaram\)](#). Acesso 29 out. 2022.
- MADONNA NO BRASIL: relembre os figurinos mais sexy da cantora que faz turnê pelo Brasil. **Revista Marie Claire**, 2019. Disponível em <https://revistamarieclaire.globo.com/Galerias-de-Fotos/fotos/2012/11/madonna-no-brasil-relembre-os-figurinos-mais-sexy-da-cantora.html>. Acesso 02 nov. 2022.
- MADONNA Rebel Heart Tour (2017). Disponível [\(420\) Pinterest](#). Acesso 29 out. 2022.
- MARQUES FILHO, Adair. **A moda fazendo gênero**: representações sociais sobre “modos de vestir gay”. Tese (Doutorado) – Universidade de Brasília, Instituto de Psicologia – Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações, 2015. Disp. [Repositório Institucional da UnB: A moda fazendo gênero : representações sociais sobre “modos de vestir gay”](#) Acesso 15 ago. 2022
- MATEUS CARRILHO (2022). Disponível em <https://instagram.com/mateuscarrilho?igshid=YmMyMTA2M2Y=>. Acesso 24 nov. 2022.
- MATOGROSSO, Ney. Disponível em <https://extra.globo.com/famosos/ney-matogrosso-diz-estar-longo-da-aposentadoria-cita-pior-de-envelhecer-perdi-quase-todos-amigos>. Acesso em 20 set. 2022.

- MATOGROSSO, Ney. **Ney Matogrosso artista que inspira**. Disponível em [b9934de439cd375df4fb18b55a369acf](https://musicainspira.com.br/b9934de439cd375df4fb18b55a369acf) - Música Inspira (musicainspira.com.br). Acesso 12 out. 2022.
- _____. **Ney Matogrosso no Rock in Rio**, 1985. Disponível em [\(420\) Pinterest](#). Acesso 12 out. 2022.
- MATOS, Rui. **Rocketman: a biografia de Elton John em quatro curiosidades**. **GQ-Portugal**, 2019. Disp. <https://www.gqportugal.pt/rocketman-filme-elton-john-curiosidades>. Acesso 13 jan. 2023.
- MERCURY, Freddie. Disponível em [Bohemian Rhapsody 2: five Queen plotlines that could make the sequel rock \(telegraph.co.uk\)](https://www.telegraph.co.uk/culture/music/bohemian-rhapsody-2-five-queen-plotlines-that-could-make-the-sequel-rock). Acesso em 20 set. 2022
- _____. **Freddie Mercury do Queen no Rock in Rio 1985**. Acervo Estadão, 2017 Disponível em <https://fotos.estadao.com.br/fotos/acervo/freddie-mercury-1985,792841> . Acesso em 20 set. 2022
- _____. **Freddie Mercury e a AIDS: análise da cinebiografia “Bohemian Rhapsody”**. Revista Diversidade e Educação, v. 9, n. I, p.257-271, Jan./Jun. 2021. Disponível em [Vista do FREDDIE MERCURY E A AIDS \(furg.br\)](https://www.furg.br/vista-do-freddie-mercury-e-a-aids). Acesso 20 nov. 2022
- MINISSAIA e a liberação feminina. Disponível em [Mary Quant, a minissaia e a liberação feminina – MONDO MODA](#). Acesso 12 ago. 2022.
- MISCIAGNA, Mathilde. **Livro de memórias: David Bowie**. Globo: Vogue Ed. Digital, 2020. Dispon. em [Livro de memórias: David Bowie | Vogue.pt](#). Acesso 12 out. 2022.
- MODA 1960 (2022). Dispon. [Tuxedo Style | Vogue France](#). Acesso em 30 ago. 2022
- MODA ANOS 40 – **O vestuário utilitário da Segunda Guerra Mundial**. Disponível em [Moda nos Anos 40 - O Vestuário Utilitário da Segunda Guerra Mundial - HISTÓRIA DA MODA \(historiadamoda.com.br\)](#), 2018. Acesso 12 out. 2022.
- MODA ANOS 50 como foi. Disponível em [História da Moda: Anos 1950 - HISTÓRIA DA MODA \(historiadamoda.com.br\)](#), 2018. Acesso 12/10/2022.
- MODA DISCO. **70S fashion for men** (How to get the 1970s style). Disponível em [70s Fashion for Men \(How to Get the 1970s Style\) - The Trend Spotter](#). Acesso 12 out. 2022.
- MODA FEMININA 2ª Guerra Mundial 1945. Disponível em www.historiadamoda.com.br. Acesso em 30 ago. 2022
- MODA HIPPIE, 2022. Disponível em [\(364\) Pinterest](#). Acesso em 15 jun. 2022.
- MODA MASCULINA 1960 of fashion, 2022. Disponível em [1960's of Fashion on Behance](#). Acesso em 30 ago. 2022
- MODA MASCULINA -1980. Disponível em [\(366\) Pinterest](#). Acesso em 10 out. 2022.
- MODA MASCULINA -1990. Disponível em [\(366\) Pinterest](#). Acesso em 10 out. 2022
- MODA MASCULINA ANOS 2000. Disponível em digitaletextil.com.br. Acesso em 12 out. 2022.
- MODA MASCULINA E FEMININA EM 1970. Disponível em [\(364\) Pinterest](#). Acesso em 12 out. 2022.

- MODA MASCULINA EM IMAGENS: DÉCADA DE 20. (2022). Disp. wordpress.com. Acesso em 30 ago. 2022
- MODA MASCULINA, 2010. Disponível em : [Macho Moda - Blog de Moda Masculina: 5 Coisas que eram MODA nos ANOS 2000 e NÃO podem VOLTAR \(mas já voltaram\)](#). Acesso em 26 out. 2022
- MODA MASCULINA. **Calças rasgadas e calças cargo**. Disponível em '[Macho Moda - Blog de Moda Masculina](#)'. Acesso em 20 set. 2022.
- MODA PUNK. Disponível em [Cultura Punk | Emo • Scene • Gótico • Oficial Amino \(aminoapps.com\)](#). Acesso em 15 ago. 2022.
- MODA UNISSEX. Disponível em [\(420\) Pinterest](#). Acesso em 15 ago.2022.
- MODA Y2K, 2022. Disponível em [Y2K Fashion Guide: Why It's Back, and How to Nail Y2K Outfits \(thecoolist.com\)](#). Acesso em 12 out. 2022.
- MODELOS de roupas masculina nos anos 2000. Disponível em [Ciclos de tendências #7: referências da moda dos anos 2000 \(digitaletextil.com.br\)](#). Acesso 12 out. 2022.
- Moun. **Site oficial**. Disponível em <https://www.mounofficial.com.br/store>. Acesso 20 nov. 2022.
- MUSIKAKO (2023). [\(5985\) A HISTÓRIA DE GEORGE MICHAEL \(BIOGRAFIA\). - YouTube](#). Acesso em 15 de jan. 2023
- NOVAIS, Clara. Tie-dye: a história da estampa que voltou com tudo (e que você pode fazer em casa!). Revista Elle, 2020. Disp. <https://elle.com.br/moda/tie-dye-a-historia-da-estampa-que-voltou-com-tudo-e-que-pode-fazer-em-casa>. Acesso em 20 out. 2022.
- NUNAN, Adriana. **Homossexualidade: do preconceito aos padrões de consumo**. Editora Caravansarai: Rio de Janeiro/RJ, 2015. Disponível em <https://adriananunan.com.br/livro-homossexualidadedo-preconceito-aos-padroes-de-consumo>. Acesso em 15 ago.2022.
- OLIVEIRA, Chris. **Madonna e sua influência no mundo da moda**, 2021. Disponível em <https://essaroupatemhistoria.com/erth-moda-e-musica/madonna-e-sua-influencia-no-mundo-da-moda/>. Acesso em 02 nov. 2022.
- PACCE, Lilian (2008). Retrospectiva Boy George: androginia fashion. Disponível em <https://www.lilianpacce.com.br/moda/retrospectiva-boy-george-androginia-fashion/>. Acesso em 21 jan. 2023.
- PAIVA, Nathalie. Tendência Y2K: o que é e como ela pode ser prejudicial para você – Estética pode acender alerta para transtornos alimentares e baixa autoestima. **Revista Claudia**, Ed. Abril: 2022. Disponível em <https://claudia.abril.com.br/moda/tendencia-o-que-e-y2k/>. Acesso em 20 set. 2022.
- PEACOCK REVOLUTION. Disponível em [70s Fashion for Men \(How to Get the 1970s Style\) - The Trend Spotter](#). Acesso em 13 jun. 2022
- PEDRIDIS, Alexis. **Guaranteed to blow your mind: the real Freddie Mercury**. 2018. Disponível em [Guaranteed to blow your mind: the real Freddie Mercury | Music | The Guardian](#). Acesso em 01 nov. 2022.

- PEREIRA, Severino J, N; AYROSA, André, T. **Corpos Consumidos: cultura de consumo gay carioca.** *Revista Organizações e Sociedade - O&S.* UFBA. Vol. 19. Nº 61, 295 – 313. Salvador, 2012. Disponível em [View of Corpos Consumidos: cultura de consumo gay carioca \(ufba.br\)](http://ufba.br/cultura-de-consumo-gay-carioca). Acesso 25 out. 2022.
- PIERRE CARDIN, 2022. Disponível em [Pierre Cardin the 'Fashion Futurist' – DW – 09/20/2019](https://www.dw.com/en/pierre-cardin-the-fashion-futurist/a-57111111). Acesso em 13 ago. 2022.
- POLETTTO, Beatriz (2018). [George Michael: sua marca na moda - Harper's Bazaar » Moda, beleza e estilo de vida em um só site \(uol.com.br\)](http://www.uol.com.br/moda/beleza-e-estilo-de-vida-em-um-so-site). Acesso 15 jan. 2023.
- PRESS, E. **100 anos de moda masculina em três minutos.** Fashion Network, 2015. Disponível em <https://br.fashionnetwork.com/news/100-anos-de-moda-masculina-em-tres-minutos,549683.html>. Acesso em 15 set. 2022.
- RECH, Sandra Regina; GOMES, Nelson Pinheiro. Anatomia das Tendências e o Desenvolvimento de Produtos de Moda. In: COLÓQUIO DE MODA, 12. 2016, João Pessoa. **Anais Eletrônico.** Disponível em: [GT-04 ANATOMIA-DAS-TENDENCIAS.pdf \(coloquiomoda.com.br\)](http://coloquiomoda.com.br/GT-04%20ANATOMIA-DAS-TENDENCIAS.pdf). Acesso em: 02 out. 2022.
- REVISTA PAPER MAGAZINE. **CHARLI XCX INTERVIEWS BRAZILIAN POP STAR PABLO VITTAR**, JUL/2018. Disp. em <https://www.papermag.com/charli-xcx-interviews-pablo-vittar-2587263635.html#rebelltitem3>. Acesso em 18 out. 2022.
- REVISTA ROLLING STONE BRASIL. Cem maiores vozes da música brasileira. ED.73, OUT/2012. Disp. em <https://rollingstone.uol.com.br/listas/100-maiores-vozes-da-musica-brasileira/>. Acesso em 02 nov. 2022.
- REVISTA ROLLING STONE. **PHOTOS: ELTON JOHN'S OUTFITS THROUGH THE YEARS**, FEV/2011. Disp. em <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/photos-elton-johns-outfits-through-the-years-20212/> Acesso em 20 nov. 2022.
- RIBEIRO, Teté (2018). Atriz trans protagoniza “Pose”, série sobre bailes secretos de NY nos anos 1980. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/09/atriz-trans-protagoniza-pose-serie-sobre-bailes-secretos-de-ny-nos-anos-1980.shtml>. Acesso 20 jan. 2023.
- RODRIGUES, Wallace. Novas formas artísticas LGBTQ: o caso Pablo Vittar. Universidade Federal do Tocantins. **Revista Anthesis**, V.8, nº15, 2020. Disp. em <https://periodicos.ufac.br/index.php/anthesis/article/view/3350>. Acesso 01 nov. 2022.
- ROUPA COM TECIDO METALIZADO. Disponível em [Y2K Fashion Guide: Why It's Back, and How to Nail Y2K Outfits \(thecoolist.com\)](https://thecoolist.com/y2k-fashion-guide-why-its-back-and-how-to-nail-y2k-outfits). Acesso em 15 out. 2022.
- SAMORANO, Carolina. **Sem rótulos.** Produtos e marcas de roupa investem cada vez mais no unissex. Metropoles, 2016. Disponível em <https://www.metropoles.com/vida-e-estilo/comportamento/sem-rotulos-produtos-e-marcas-de-roupa-investem-cada-vez-mais-no-unissex>. Acesso em 15 out. 2022.
- SÃO PAULO FASHION WEEK. Disponível em [São Paulo Fashion Week \(@spfw\) • fotos e vídeos do Instagram](https://www.instagram.com/spfw/). Acesso 24 nov. 2022.
- SÁ-SILVA, J. R; ALMEIDA, C. D; GUINDANI, J. F. **Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas.** *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais.* Ano I – Nº 1, 2009. Disponível em <https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/10351/pdf>. Acesso em 10 nov. 2022.

- SCHAFER, Hunter. Biografia de Hunter Schafer. **Adoro Cinema**, 2019. Disponível em [Hunter Schafer - AdoroCinema](#). Acesso 02 nov. 2022.
- SEBRAE– **Classificação de porte de empresas**. SEBRAE/NA, 2022. Disponível em [Estudos e Pesquisas Sebrae - Sebrae](#). Acesso em 01/11/2022.
- SECOS & MOLHADOS, 2016. Disponível em [Estas obras eróticas foram censuradas pela ditadura militar por ferirem a moral e os bons costumes | Hypheness inovação e criatividade para todos, 2016](#). Acesso em 20 set. 2022.
- SETOODEH, Ramim. **Miley Cyrus on 'The Voice,' Donald Trump and Coming Out**. 2016. Disponível em <https://variety.com/2016/music/features/miley-cyrus-the-voice-donald-trump-vmas-woody-allen-coming-out-pansexual-1201884281/>. Acesso em 15 jan. 2023.
- SILVA, Simeia. **MODA AGÊNERO.**, 2019 – Disponível em [\[MODA \] Moda Agênero, você sabe o que é? – Simeia Sillva \(simeiasilva.com.br\)](#). Acesso em 20/11/2022
- SILVESTRE, V. Qual é a nova música pop? Professor de música analisa história do estilo musical. Esquinas, 2021. Revista digital laboratório da Faculdade Casper Libero. Disponível em <https://revistaesquinas.casperlibero.edu.br/arte-e-cultura/musica/qual-e-a-nova-musica-pop-professor-de-musica-analisa-historia-do-estilo-musical/#:~:text=Enquanto%20isso%2C%20a%20express%C3%A3o%20%E2%80%9Cm%C3%BAica,v%C3%A3o%20do%20rock%20ao%20rap%E2%80%9D>. Acesso em 02 nov. 2022.
- SIMONELLI, Nádia. As muitas faces de Grace Jones. **Revista Vogue**, 2022. Disp. em [As muitas faces de Grace Jones - Vogue | cultura\(globo.com\)](#). Acesso 02 nov 2022.
- SIQUEIRA, Mateus. Triângulos Rosa: a perseguição nazista aos homossexuais na Europa. In: Café História. 2022. Disponível em: <https://www.cafehistoria.com.br/a-perseguiçao-nazista-aos-homossexuais-na-europa/>. Acesso em 31 out. 2022
- SOARES, Thiago e LINS, Mariana. Políticas de gênero nas performances de Madonna. **Revista Vozes e Diálogo**, v. 16, n. 02, Itajaí, jul./dez. 2017. Disponível em [Políticas de gênero nas performances de Madonna | Vozes e Diálogo \(univali.br\)](#). Acesso 15 nov. 2022.
- STARLESS, W. – A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA COR ROSA NA MODA MASCULINA. Jornalismo júnior, ECA/USP, 2017. Disponível em <http://jornalismojunior.com.br/a-construcao-social-da-cor-rosa-na-moda-masculina/>. Acesso em 16 nov. 2022.
- TENDÊNCIAS anos 80. Disponível em [A moda nos anos 80: uma época ousada, atrevida e irreverente \(tendenciasonline.com.pt\)](#). Acesso em 25 set. 2022.
- VESTIDO de noiva RJ, 2022. **Trajes Masculinos:** as maiores tendência da alfaiataria na história. Disponível em [Vestido de Noiva RJ | Trajes masculinos: as maiores tendências da alfaiataria na história \(ivanabeaumond.com.br\)](#) Acesso 12 out. 2022.
- VILLAGE PEOPLE OFFICIAL. Disponível em: <http://www.villagepeople-official.com/>. Acesso em 12 out. 2022.
- VITTAR, Pablo. **Homem do ano 2020**. Disponível em: [Pablo Vittar leva o Men Of The Year 2020 - GQ | Men of the Year \(globo.com\)](#). Acesso 12 out. 2022.
- _____. Disponível em [Pablo Vittar \(@pablovittar\) • fotos e vídeos do Instagram](#). Acesso 24 nov. 2022.

_____. Pablo Vittar ganha prêmio de Homem do Ano: 'Posso, sim'. Portal UOL, 2020. Disponível em <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2020/12/03/pablo-vittar-ganha-premio-de-homem-do-ano-posso-sim.htm> Acesso 24 nov. 2022.

_____. Tutorial de maquiagem. Vogue Magazine. Disponível em [\(5520\) Brazilian Pop Star Pablo Vittar's Spectacular 15-Minute Drag Transformation | Beauty Secrets - YouTube](#). Acesso 12 out. 2022.

_____. VÍDEO CLIPE PARABÉNS – PABLLO VITTAR, 2019. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=RAQmKOsonhc>. Acesso 12 out. 2022

VOGUE-UK. Today in history. Disp. <https://www.vogue.co.uk/article/stephen-jones-revealed-he-once-lived-in-a-squat-with-boy-george>. Acesso em 21 jan. 2023.

VOGUE Brasil. **Miley Cyrus é a nova rainha da moda vintage e a internet está amando**, 2022. Disponível em <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2022/05/miley-cyrus-e-nova-rainha-da-moda-vintage-e-internet-esta-amando.html>. Acesso em 15 jan. 2023

WORLEY, Mathew. Punk, **Politics and Youth Culture**. Reading History, 2018. Disponível em: <https://unireadinghistory.com/punk-politics-and-youth-culture/>. Acesso 01 out. 2022.

APÊNDICE A – FICHA TÉCNICA PEÇA 1 – TOP GRAVATA

FICHA TÉCNICA		Desenho técnico		Forro																																		
Empresa: ANP Coleção: VILA MINHA Modelo: TOP GRAVATA Referência: T. G. 0001 Designer: GUILHERME LOPES Modelista: ANDRÉ ADAMS Piloteira: ANDRÉ ADAMS Data: 18/05/2023																																						
Tamanho da peça piloto: M Proporção de tamanhos: PP P M G GG 34 36 38 40 42		Descrição da peça: TOP GRAVATA DRAPEADO COM CALDA FECHAMENTO LATERAL COM FORRO E BARBATANAS		OBS:																																		
Serviços terceirizados: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo</th> <th>Empresa</th> <th>Valor unit.</th> <th>valor total</th> <th>OBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MODELAGEM</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 80,00</td> <td>R\$ 80,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>COSTURA</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 120,00</td> <td>R\$ 120,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS	MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 80,00	R\$ 80,00		COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 120,00	R\$ 120,00												Etiquetas: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo:</th> <th>Localização</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Numeração</td> <td>centro costas interno</td> </tr> <tr> <td>Composição</td> <td>interno lateral esquerda</td> </tr> <tr> <td>Marca interna</td> <td>N/A</td> </tr> <tr> <td>Marca externa</td> <td>N/A</td> </tr> </tbody> </table>		Tipo:	Localização	Numeração	centro costas interno	Composição	interno lateral esquerda	Marca interna	N/A	Marca externa	N/A
Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS																																		
MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 80,00	R\$ 80,00																																			
COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 120,00	R\$ 120,00																																			
Tipo:	Localização																																					
Numeração	centro costas interno																																					
Composição	interno lateral esquerda																																					
Marca interna	N/A																																					
Marca externa	N/A																																					

FICHA TÉCNICA			Sequências																																																																															
Empresa:			roteiro de produção																																																																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">MATERIAIS DIRETOS</th> </tr> <tr> <th>Descrição</th> <th>Consumo</th> <th>Valor unitário</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Etiquetagem</td> <td>1</td> <td>0,25</td> </tr> <tr> <td>Etiquetagem interna</td> <td>1</td> <td>0,5</td> </tr> <tr> <td>Etiquetagem externa</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Embalagem</td> <td>1</td> <td>0,2</td> </tr> <tr> <td>Tag</td> <td>1</td> <td>0,25</td> </tr> <tr> <td>Botões</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Elastico/lastex</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Linha</td> <td>1</td> <td>0,1</td> </tr> <tr> <td>Rebite/ilhós</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Zipper</td> <td>1</td> <td>3,5</td> </tr> <tr> <td>Pach/bordado</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Barbatana</td> <td>7</td> <td>0,7</td> </tr> <tr> <td>Entretela</td> <td>0,5</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td></td> <td>10,5</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			MATERIAIS DIRETOS			Descrição	Consumo	Valor unitário	Etiquetagem	1	0,25	Etiquetagem interna	1	0,5	Etiquetagem externa	0	0	Embalagem	1	0,2	Tag	1	0,25	Botões	0	0	Elastico/lastex	0	0	Linha	1	0,1	Rebite/ilhós	0	0	Zipper	1	3,5	Pach/bordado	0	0	Barbatana	7	0,7	Entretela	0,5	5	TOTAL		10,5																									1) Cortar tecidos a partir dos moldes. 2) Unir o forro frente pela lateral com o forro cos 3) Inserir as barbatanas 4) Fechar o forro com as barbatanas 5) Costurar o tule no forro 6) Drapear o tule. 7) Aplicar o zíper. 8) Drapear o tule da calda 9) Aplicar a entretela para acabamento da calda 10) Aplicar as calda nas costas do top.							
MATERIAIS DIRETOS																																																																																		
Descrição	Consumo	Valor unitário																																																																																
Etiquetagem	1	0,25																																																																																
Etiquetagem interna	1	0,5																																																																																
Etiquetagem externa	0	0																																																																																
Embalagem	1	0,2																																																																																
Tag	1	0,25																																																																																
Botões	0	0																																																																																
Elastico/lastex	0	0																																																																																
Linha	1	0,1																																																																																
Rebite/ilhós	0	0																																																																																
Zipper	1	3,5																																																																																
Pach/bordado	0	0																																																																																
Barbatana	7	0,7																																																																																
Entretela	0,5	5																																																																																
TOTAL		10,5																																																																																
Matéria Prima principal			<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Nome</th> <th>Parte (tecido)</th> <th>composição</th> <th>cor</th> <th>largura</th> <th>preço/m</th> <th>quantidade (m)</th> <th>total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>TULE</td> <td>Principal</td> <td>100% POLIESTER</td> <td>BRANCO</td> <td>1,5</td> <td>10</td> <td>3</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>CRINOL</td> <td>Forro</td> <td>100% POLIESTER</td> <td>NUDE</td> <td>1,4</td> <td>15</td> <td>0,5</td> <td>7,5</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>									Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total	1	TULE	Principal	100% POLIESTER	BRANCO	1,5	10	3	30	2	CRINOL	Forro	100% POLIESTER	NUDE	1,4	15	0,5	7,5	3									4																																			
	Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total																																																																										
1	TULE	Principal	100% POLIESTER	BRANCO	1,5	10	3	30																																																																										
2	CRINOL	Forro	100% POLIESTER	NUDE	1,4	15	0,5	7,5																																																																										
3																																																																																		
4																																																																																		
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Valor custo</td> <td>248</td> </tr> <tr> <td>MKP</td> <td>2,5</td> </tr> <tr> <td>valor venda</td> <td>620</td> </tr> </tbody> </table>			Valor custo	248	MKP	2,5	valor venda	620																																																																										
Valor custo	248																																																																																	
MKP	2,5																																																																																	
valor venda	620																																																																																	

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE B – FICHA TÉCNICA PEÇA 2 – CALÇA SAIA.

FICHA TÉCNICA		Desenho técnico																																				
Empresa: ANP Coleção: VILÁ MINHA Modelo: Calça Saia Referência: C_S_0001 Designer: GUILHERME LOPES Modelista: ANDRÉ ADAMS Piloteira: ANDRÉ ADAMS Data: 18/05/2023		Frente Costas 																																				
Tamanho da peça piloto: M Proporção de tamanhos: PP P M G GG 34 36 38 40 42		Descrição da peça: Saia calça balone boca de sino em tafta																																				
Serviços terceirizados: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo</th> <th>Empresa</th> <th>Valor unit.</th> <th>valor total</th> <th>OBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MODELAGEM</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 195,00</td> <td>R\$ 195,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>COSTURA</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 250,00</td> <td>R\$ 250,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS	MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 195,00	R\$ 195,00		COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 250,00	R\$ 250,00												OBS: Etiquetas: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo:</th> <th>Localização</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Numeração</td> <td>centro cós costas interno</td> </tr> <tr> <td>Composição</td> <td>interno lateral esquerda</td> </tr> <tr> <td>Marca interna</td> <td>N/A</td> </tr> <tr> <td>Marca externa</td> <td>N/A</td> </tr> </tbody> </table>		Tipo:	Localização	Numeração	centro cós costas interno	Composição	interno lateral esquerda	Marca interna	N/A	Marca externa	N/A
Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS																																		
MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 195,00	R\$ 195,00																																			
COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 250,00	R\$ 250,00																																			
Tipo:	Localização																																					
Numeração	centro cós costas interno																																					
Composição	interno lateral esquerda																																					
Marca interna	N/A																																					
Marca externa	N/A																																					

FICHA TÉCNICA			Sequências																																																										
Empresa: ANOTHER PLACE			roteiro de produção																																																										
MATERIAIS DIRETOS <table border="1"> <thead> <tr> <th>Descrição</th> <th>Consumo</th> <th>Valor unitário</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Etiqu/comp</td><td>1</td><td>0,25</td></tr> <tr><td>Etiqu/logo interna</td><td>1</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Etiqu/logo externa</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Embalagem</td><td>1</td><td>0,2</td></tr> <tr><td>Tag</td><td>1</td><td>0,25</td></tr> <tr><td>Botões</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Elastico/lastex</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Linha</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>Rebite/ilhós</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Zipper</td><td>1</td><td>3</td></tr> <tr><td>Entretela</td><td>0,5 cm</td><td>5</td></tr> <tr><td>Ribana</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Serigrafia</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Bojo</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>TOTAL</td><td></td><td>10,2</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>			Descrição	Consumo	Valor unitário	Etiqu/comp	1	0,25	Etiqu/logo interna	1	0,5	Etiqu/logo externa	0	0	Embalagem	1	0,2	Tag	1	0,25	Botões	0	0	Elastico/lastex	0	0	Linha	1	1	Rebite/ilhós	0	0	Zipper	1	3	Entretela	0,5 cm	5	Ribana	0	0	Serigrafia	0	0	Bojo	0	0	TOTAL		10,2										1) Cortar tecidos a partir dos moldes. 2) Unir perna direita frente e costas pela lateral. 3) Unir perna esquerda frente e costas pela lateral. 4) Unir a saia por baixo com o tule por dentro 5) Unir a Calça com a saia no cós 6) Aplicar zíper. 7) Costurar o cós. 8) Unir calça-saia ao cós. 9) Costurar tule na por dentro de cada perna 10) Fazer bainha da calça.	
Descrição	Consumo	Valor unitário																																																											
Etiqu/comp	1	0,25																																																											
Etiqu/logo interna	1	0,5																																																											
Etiqu/logo externa	0	0																																																											
Embalagem	1	0,2																																																											
Tag	1	0,25																																																											
Botões	0	0																																																											
Elastico/lastex	0	0																																																											
Linha	1	1																																																											
Rebite/ilhós	0	0																																																											
Zipper	1	3																																																											
Entretela	0,5 cm	5																																																											
Ribana	0	0																																																											
Serigrafia	0	0																																																											
Bojo	0	0																																																											
TOTAL		10,2																																																											
Matéria Prima principal <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Nome</th> <th>Parte (tecido)</th> <th>composição</th> <th>cor</th> <th>largura</th> <th>preço/m</th> <th>quantidade (m)</th> <th>total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>TAFETÁ</td> <td>Principal</td> <td>100% POLIESTER</td> <td>PRETO</td> <td>1,5</td> <td>30</td> <td>4</td> <td>120</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>TULE</td> <td>Estrutura</td> <td>100% POLIESTER</td> <td>PRETO</td> <td>1,5</td> <td>10</td> <td>2,5</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total	1	TAFETÁ	Principal	100% POLIESTER	PRETO	1,5	30	4	120	2	TULE	Estrutura	100% POLIESTER	PRETO	1,5	10	2,5	25	3									4									<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Valor custo</td> <td>600,2</td> </tr> <tr> <td>MKP</td> <td>2,5</td> </tr> <tr> <td>valor venda</td> <td>1500,5</td> </tr> </tbody> </table>		Valor custo	600,2	MKP	2,5	valor venda	1500,5						
	Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total																																																					
1	TAFETÁ	Principal	100% POLIESTER	PRETO	1,5	30	4	120																																																					
2	TULE	Estrutura	100% POLIESTER	PRETO	1,5	10	2,5	25																																																					
3																																																													
4																																																													
Valor custo	600,2																																																												
MKP	2,5																																																												
valor venda	1500,5																																																												

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE C – FICHA TÉCNICA PEÇA 3 – VESTIDO MACACÃO

FICHA TÉCNICA			
Empresa: ANP			
Coleção: VILA MINHA			
Modelo: VESTIDO MACHÃO			
Referência: V_M_0001			
Designer: GUILHERME LOPES			
Modelista: ANDRÉ ADAMS			
Piloiteira: ANDRÉ ADAMS			
Data: 18/05/2023			

Tamanho da peça piloto: M			
Proporção de tamanhos:			
PP	P	M	GG
34	36	38	40 42

Descrição da peça:		OBS:
VESTIDO ASSIMÉTRICO CAVA MACHÃO OMBREIRA DRAPEADO FECHAMENTO LATERAL COM ELÁSTICO EMBUTIDO		

Serviços terceirizados:				Etiquetas:	
Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	Tipo:	Localização
MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 150,00	R\$ 150,00	Numeração	centro costas interno
COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 100,00	R\$ 100,00	Composição	interno lateral esquerda
				Marca interna	N/A
				Marca externa	N/A

FICHA TÉCNICA			Sequências																																																												
Empresa:			roteiro de produção																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">MATERIAIS DIRETOS</th> </tr> <tr> <th>Descrição</th> <th>Consumo</th> <th>Valor unitário</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Etiquetagem</td><td>1</td><td>0,25</td></tr> <tr><td>Etiquetagem interna</td><td>1</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Etiquetagem externa</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Embalagem</td><td>1</td><td>0,2</td></tr> <tr><td>Tag</td><td>1</td><td>0,25</td></tr> <tr><td>Botões</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Elástico/lastex</td><td>0,74</td><td>0,2</td></tr> <tr><td>Linha</td><td>1</td><td>0,1</td></tr> <tr><td>Rebite/ilhós</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Zíper</td><td>1</td><td>3,5</td></tr> <tr><td>Ombreira</td><td>1</td><td>5</td></tr> <tr><td>TOTAL</td><td></td><td>10</td></tr> </tbody> </table>			MATERIAIS DIRETOS			Descrição	Consumo	Valor unitário	Etiquetagem	1	0,25	Etiquetagem interna	1	0,5	Etiquetagem externa	0	0	Embalagem	1	0,2	Tag	1	0,25	Botões	0	0	Elástico/lastex	0,74	0,2	Linha	1	0,1	Rebite/ilhós	0	0	Zíper	1	3,5	Ombreira	1	5	TOTAL		10	1) Cortar tecido a partir do molde. 2) Unir partes da frente do tecido com o forro. 3) Unir partes das costas do tecido com o forro. 4) Costurar partes da frente. 5) Costurar partes das costas. 6) Embutir elástico no vestido 7) Embutir ombreira 8) Unir partes da frente com as costas. 9) Fazer os acabamentos. 10) Costurar o zíper no fechamento.																		
MATERIAIS DIRETOS																																																															
Descrição	Consumo	Valor unitário																																																													
Etiquetagem	1	0,25																																																													
Etiquetagem interna	1	0,5																																																													
Etiquetagem externa	0	0																																																													
Embalagem	1	0,2																																																													
Tag	1	0,25																																																													
Botões	0	0																																																													
Elástico/lastex	0,74	0,2																																																													
Linha	1	0,1																																																													
Rebite/ilhós	0	0																																																													
Zíper	1	3,5																																																													
Ombreira	1	5																																																													
TOTAL		10																																																													
			<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="8">Matéria Prima principal</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Nome</th> <th>Parte (tecido)</th> <th>composição</th> <th>cor</th> <th>largura</th> <th>preço/m</th> <th>quantidade (m)</th> <th>total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>VINIL</td> <td>Principal</td> <td>100% POLIESTER</td> <td>PRETO</td> <td>1,5</td> <td>55</td> <td>3</td> <td>165</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>MICROSUEDE</td> <td>Forro</td> <td>100% POLIESTER</td> <td>PRETO</td> <td>1,5</td> <td>10</td> <td>3</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>								Matéria Prima principal									Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total	1	VINIL	Principal	100% POLIESTER	PRETO	1,5	55	3	165	2	MICROSUEDE	Forro	100% POLIESTER	PRETO	1,5	10	3	30	3									4								
Matéria Prima principal																																																															
	Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total																																																							
1	VINIL	Principal	100% POLIESTER	PRETO	1,5	55	3	165																																																							
2	MICROSUEDE	Forro	100% POLIESTER	PRETO	1,5	10	3	30																																																							
3																																																															
4																																																															
			<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Valor custo</td> <td>455</td> </tr> <tr> <td>MKP</td> <td>2,5</td> </tr> <tr> <td>valor venda</td> <td>1137,5</td> </tr> </tbody> </table>								Valor custo	455	MKP	2,5	valor venda	1137,5																																															
Valor custo	455																																																														
MKP	2,5																																																														
valor venda	1137,5																																																														

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE D – FICHA TÉCNICA PEÇA 4 – CALÇA DRAPEADA

FICHA TÉCNICA		Desenho técnico																																				
Empresa: ANP Coleção: VILÃ MINHA Modelo: CALÇA DRAPEADA Referência: C_D_0001 Designer: GUILHERME LOPES Modelista: ANDRÉ ADAMS Piloteira: ANDRÉ ADAMS Data: 18/05/2023		Frente Costas 																																				
Tamanho da peça piloto: M Proporção de tamanhos: <table border="1"> <thead> <tr> <th>PP</th> <th>P</th> <th>M</th> <th>G</th> <th>GG</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>34</td> <td>36</td> <td>38</td> <td>40</td> <td>42</td> </tr> </tbody> </table>		PP	P	M	G	GG	34	36	38	40	42	Descrição da peça: CALÇA DRAPEADA OBS:																										
PP	P	M	G	GG																																		
34	36	38	40	42																																		
Serviços terceirizados: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo</th> <th>Empresa</th> <th>Valor unit.</th> <th>valor total</th> <th>OBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MODELAGEM</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 120,00</td> <td>R\$ 120,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>COSTURA</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 135,00</td> <td>R\$ 135,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS	MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 120,00	R\$ 120,00		COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 135,00	R\$ 135,00												Etiquetas: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo:</th> <th>Localização</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Numeração</td> <td>centro cós costas interno</td> </tr> <tr> <td>Composição</td> <td>interno lateral esquerda</td> </tr> <tr> <td>Marca interna</td> <td>N/A</td> </tr> <tr> <td>Marca externa</td> <td>N/A</td> </tr> </tbody> </table>		Tipo:	Localização	Numeração	centro cós costas interno	Composição	interno lateral esquerda	Marca interna	N/A	Marca externa	N/A
Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS																																		
MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 120,00	R\$ 120,00																																			
COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 135,00	R\$ 135,00																																			
Tipo:	Localização																																					
Numeração	centro cós costas interno																																					
Composição	interno lateral esquerda																																					
Marca interna	N/A																																					
Marca externa	N/A																																					

FICHA TÉCNICA			Sequências																																																																
Empresa:			roteiro de produção																																																																
MATERIAIS DIRETOS <table border="1"> <thead> <tr> <th>Descrição</th> <th>Consumo</th> <th>Valor unitário</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Etiqu/comp</td><td>1</td><td>0,25</td></tr> <tr><td>Etiqu/logo interna</td><td>1</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Etiqu/logo externa</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Embalagem</td><td>1</td><td>0,2</td></tr> <tr><td>Tag</td><td>1</td><td>0,25</td></tr> <tr><td>Botões</td><td>1</td><td>0,3</td></tr> <tr><td>Elástico/lastex</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Linha</td><td>1</td><td>0,1</td></tr> <tr><td>Entretela</td><td>0,86</td><td>8,6</td></tr> <tr><td>Zipper</td><td>1</td><td>3,5</td></tr> <tr><td>TOTAL</td><td></td><td>13,4</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>			Descrição	Consumo	Valor unitário	Etiqu/comp	1	0,25	Etiqu/logo interna	1	0,5	Etiqu/logo externa	0	0	Embalagem	1	0,2	Tag	1	0,25	Botões	1	0,3	Elástico/lastex	0	0	Linha	1	0,1	Entretela	0,86	8,6	Zipper	1	3,5	TOTAL		13,4																												1) Cortar tecidos a partir dos moldes. 2) Unir perna direita frente e costas pela lateral, drapeando o tecido. 3) Unir perna esquerda frente e costas pela lateral, drapeando o tecido. 4) Costurar bolsos frontais em cada perna da calça. 5) Aplicar zíper. 6) Aplicar braguilha. 7) Costurar o cós. 8) Unir calça ao cós. 9) Fazer bainha da calça. 10) Costurar botão.	
Descrição	Consumo	Valor unitário																																																																	
Etiqu/comp	1	0,25																																																																	
Etiqu/logo interna	1	0,5																																																																	
Etiqu/logo externa	0	0																																																																	
Embalagem	1	0,2																																																																	
Tag	1	0,25																																																																	
Botões	1	0,3																																																																	
Elástico/lastex	0	0																																																																	
Linha	1	0,1																																																																	
Entretela	0,86	8,6																																																																	
Zipper	1	3,5																																																																	
TOTAL		13,4																																																																	
Materia Prima principal																																																																			
	Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total																																																											
1	Crepe	Principal	100% Poliéster	Preto	1,5	28	3	84																																																											
2																																																																			
3																																																																			
4																																																																			
Valor custo		352,4																																																																	
MKP		2,5																																																																	
valor venda		881																																																																	

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE E – FICHA TÉCNICA PEÇA 5 – CAMISETA RECORTES

FICHA TÉCNICA Empresa: ANP Coleção: VILÁ MINHA Modelo: CAMISETA RECORTES Referência: C_B_0001 Designer: GUILHERME LOPES Modelista: ANDRÉ ADAMS Piloteira: ANDRÉ ADAMS Data: 18/05/2023		Desenho técnico Frente: Recortes curvilíneos, 67cm, 46cm Costas: 36cm Forro: 34cm																																				
Tamanho da peça piloto: M Proporção de tamanhos: PP P M G GG 34 36 38 40 42		Descrição da peça: CAMISETA MANGA LONGA DECOTE CANOA RECORTES DREPEADA OBS:																																				
Serviços terceirizados: <table border="1"> <tr> <th>Tipo</th> <th>Empresa</th> <th>Valor unit.</th> <th>valor total</th> <th>OBS</th> </tr> <tr> <td>MODELAGEM</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 65,00</td> <td>R\$ 65,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>COSTURA</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 85,00</td> <td>R\$ 85,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS	MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 65,00	R\$ 65,00		COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 85,00	R\$ 85,00												Etiquetas: <table border="1"> <tr> <th>Tipo</th> <th>Localização</th> </tr> <tr> <td>Numeração</td> <td>centro costas interno</td> </tr> <tr> <td>Composição</td> <td>interno lateral esquerda</td> </tr> <tr> <td>Marca interna</td> <td>N/A</td> </tr> <tr> <td>Marca externa</td> <td>N/A</td> </tr> </table>		Tipo	Localização	Numeração	centro costas interno	Composição	interno lateral esquerda	Marca interna	N/A	Marca externa	N/A
Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS																																		
MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 65,00	R\$ 65,00																																			
COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 85,00	R\$ 85,00																																			
Tipo	Localização																																					
Numeração	centro costas interno																																					
Composição	interno lateral esquerda																																					
Marca interna	N/A																																					
Marca externa	N/A																																					

FICHA TÉCNICA Empresa:			Sequências roteiro de produção																																																																																		
MATERIAIS DIRETOS <table border="1"> <tr> <th>Descrição</th> <th>Consumo</th> <th>Valor unitário</th> </tr> <tr> <td>Etq/comp</td> <td>1</td> <td>0,25</td> </tr> <tr> <td>Etq/logo interna</td> <td>1</td> <td>0,5</td> </tr> <tr> <td>Etq/logo externa</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Embalagem</td> <td>1</td> <td>0,2</td> </tr> <tr> <td>Tag</td> <td>1</td> <td>0,25</td> </tr> <tr> <td>Linha</td> <td>1</td> <td>0,1</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td></td> <td>1,3</td> </tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td></tr> </table>			Descrição	Consumo	Valor unitário	Etq/comp	1	0,25	Etq/logo interna	1	0,5	Etq/logo externa	0	0	Embalagem	1	0,2	Tag	1	0,25	Linha	1	0,1	TOTAL		1,3																																																				1) Cortar tecidos a partir dos moldes. 2) Unir partes da frente do tecido principal com o forro. 3) Unir partes das costas do tecido principal com o forro. 4) Costurar partes da frente, drapeando o tule. 5) Costurar partes das costas drapeando o tule. 6) Unir partes da frente com as costas. 7) Costurar os punhos.							
Descrição	Consumo	Valor unitário																																																																																			
Etq/comp	1	0,25																																																																																			
Etq/logo interna	1	0,5																																																																																			
Etq/logo externa	0	0																																																																																			
Embalagem	1	0,2																																																																																			
Tag	1	0,25																																																																																			
Linha	1	0,1																																																																																			
TOTAL		1,3																																																																																			
Matéria Prima principal			<table border="1"> <tr> <th></th> <th>Nome</th> <th>Parte (tecido)</th> <th>composição</th> <th>cor</th> <th>largura</th> <th>preço/m</th> <th>quantidade (m)</th> <th>total</th> </tr> <tr> <td>1</td> <td>Malha Tule</td> <td>Principal</td> <td>95% Poliéster 5% Elastano</td> <td>Vermelho</td> <td>1,5</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Malha de Forro</td> <td>Forro</td> <td>95% Poliéster 5% Elastano</td> <td>Nude</td> <td>0,75</td> <td>13</td> <td>0,75</td> <td>9,75</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>									Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total	1	Malha Tule	Principal	95% Poliéster 5% Elastano	Vermelho	1,5	20	2	40	2	Malha de Forro	Forro	95% Poliéster 5% Elastano	Nude	0,75	13	0,75	9,75	3									4																																						
	Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total																																																																													
1	Malha Tule	Principal	95% Poliéster 5% Elastano	Vermelho	1,5	20	2	40																																																																													
2	Malha de Forro	Forro	95% Poliéster 5% Elastano	Nude	0,75	13	0,75	9,75																																																																													
3																																																																																					
4																																																																																					
<table border="1"> <tr> <td>Valor custo</td> <td>201,05</td> </tr> <tr> <td>MKP</td> <td>2,5</td> </tr> <tr> <td>valor venda</td> <td>502,625</td> </tr> </table>			Valor custo	201,05	MKP	2,5	valor venda	502,625																																																																													
Valor custo	201,05																																																																																				
MKP	2,5																																																																																				
valor venda	502,625																																																																																				

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE F – FICHA TÉCNICA PEÇA 6 – BLUSA CAPA

FICHA TÉCNICA		Desenho técnico																											
Empresa: ANP Coleção: VILÀ MINHA Modelo: BLUSA CAPA Referência: B_C_0001 Designer: GUILHERME LOPES Modelista: ANDRÉ ADAMS Piloteira: ANDRÉ ADAMS Data: 18/05/2023		Frente 	Costas 	Forro 																									
Tamanho da peça piloto: M Proporção de tamanhos: PP P M G GG 34 36 38 40 42		Descrição da peça: BLUSA CAPA ASSIMÉTRICA DRAPEADA COM FECHAMENTO DE ZIPER LATERAL COM OMBREIRA.																											
Serviços terceirizados: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Tipo</th> <th>Empresa</th> <th>Valor unit.</th> <th>valor total</th> <th>OBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MODELAGEM</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 175,00</td> <td>R\$ 175,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>COSTURA</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 155,00</td> <td>R\$ 155,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS	MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 175,00	R\$ 175,00		COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 155,00	R\$ 155,00												OBS:		
Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS																									
MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 175,00	R\$ 175,00																										
COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 155,00	R\$ 155,00																										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Etiquetas:</th> </tr> <tr> <th>Tipo:</th> <th>Localização:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Numeração</td> <td>centro costas interno</td> </tr> <tr> <td>Composição</td> <td>interno lateral esquerda</td> </tr> <tr> <td>Marca interna</td> <td>N/A</td> </tr> <tr> <td>Marca externa</td> <td>N/A</td> </tr> </tbody> </table>		Etiquetas:		Tipo:	Localização:	Numeração	centro costas interno	Composição	interno lateral esquerda	Marca interna	N/A	Marca externa	N/A	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Etiquetas:</th> </tr> <tr> <th>Tipo:</th> <th>Localização:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Numeração</td> <td>centro costas interno</td> </tr> <tr> <td>Composição</td> <td>interno lateral esquerda</td> </tr> <tr> <td>Marca interna</td> <td>N/A</td> </tr> <tr> <td>Marca externa</td> <td>N/A</td> </tr> </tbody> </table>			Etiquetas:		Tipo:	Localização:	Numeração	centro costas interno	Composição	interno lateral esquerda	Marca interna	N/A	Marca externa	N/A	
Etiquetas:																													
Tipo:	Localização:																												
Numeração	centro costas interno																												
Composição	interno lateral esquerda																												
Marca interna	N/A																												
Marca externa	N/A																												
Etiquetas:																													
Tipo:	Localização:																												
Numeração	centro costas interno																												
Composição	interno lateral esquerda																												
Marca interna	N/A																												
Marca externa	N/A																												

FICHA TÉCNICA			Sequências																																																																			
Empresa:			roteiro de produção																																																																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="3">MATERIAIS DIRETOS</th> </tr> <tr> <th>Descrição</th> <th>Consumo</th> <th>Valor unitário</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Étiq/comp</td><td>1</td><td>0,25</td></tr> <tr><td>Étiq/logo interna</td><td>1</td><td>0,5</td></tr> <tr><td>Étiq/logo externa</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>Embalagem</td><td>1</td><td>0,2</td></tr> <tr><td>Tag</td><td>1</td><td>0,25</td></tr> <tr><td>Linha</td><td>1</td><td>0,1</td></tr> <tr><td>Ombreira</td><td>1</td><td>5</td></tr> <tr><td>Zipper</td><td>1</td><td>3,5</td></tr> <tr><td>TOTAL</td><td></td><td>9,8</td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>			MATERIAIS DIRETOS			Descrição	Consumo	Valor unitário	Étiq/comp	1	0,25	Étiq/logo interna	1	0,5	Étiq/logo externa	0	0	Embalagem	1	0,2	Tag	1	0,25	Linha	1	0,1	Ombreira	1	5	Zipper	1	3,5	TOTAL		9,8																												1) Cortar tecidos a partir dos moldes 2) Costurar parte da frente com a parte das costas do forro pela lateral 3) Unir o ombro parte da frente com as costas 4) Embutir ombreira 5) Costurar a capa 6) Unir a capa com o forro pelo decote, drapeando o tecido 7) Inserir zíper 8) Fazer os acabamentos							
MATERIAIS DIRETOS																																																																						
Descrição	Consumo	Valor unitário																																																																				
Étiq/comp	1	0,25																																																																				
Étiq/logo interna	1	0,5																																																																				
Étiq/logo externa	0	0																																																																				
Embalagem	1	0,2																																																																				
Tag	1	0,25																																																																				
Linha	1	0,1																																																																				
Ombreira	1	5																																																																				
Zipper	1	3,5																																																																				
TOTAL		9,8																																																																				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="8">Matéria Prima principal</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Nome</th> <th>Parte (tecido)</th> <th>composição</th> <th>cor</th> <th>largura</th> <th>preço/m</th> <th>quantidade (m)</th> <th>total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Chifon</td> <td>principal</td> <td>100% Poliéster</td> <td>Cinza</td> <td>1,5</td> <td>20</td> <td>6</td> <td>120</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Crepe</td> <td>forro</td> <td>97% Poliéster 3% Elastano</td> <td>Cinza</td> <td>1,5</td> <td>60</td> <td>0,5</td> <td>30</td> </tr> <tr><td>3</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td>4</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>			Matéria Prima principal									Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total	1	Chifon	principal	100% Poliéster	Cinza	1,5	20	6	120	2	Crepe	forro	97% Poliéster 3% Elastano	Cinza	1,5	60	0,5	30	3									4									<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td>Valor custo</td> <td style="text-align: right;">489,8</td> </tr> <tr> <td>MKP</td> <td style="text-align: right;">2,5</td> </tr> <tr> <td>valor venda</td> <td style="text-align: right;">1224,5</td> </tr> </tbody> </table>								Valor custo	489,8	MKP	2,5	valor venda	1224,5	
Matéria Prima principal																																																																						
	Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total																																																														
1	Chifon	principal	100% Poliéster	Cinza	1,5	20	6	120																																																														
2	Crepe	forro	97% Poliéster 3% Elastano	Cinza	1,5	60	0,5	30																																																														
3																																																																						
4																																																																						
Valor custo	489,8																																																																					
MKP	2,5																																																																					
valor venda	1224,5																																																																					

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE G – FICHA TÉCNICA PEÇA 7 – BERMUDA BUFANTE

FICHA TÉCNICA		Desenho técnico																																				
Empresa: ANP Coleção: VILÃ MINHA Modelo: BERMUDA BUFANTE Referência: B. B. 0001 Designer: GUILHERME LOPES Modelista: ANDRÉ ADAMS Piloteira: ANDRÉ ADAMS Data: 18/05/2023		Frente Costas 																																				
Tamanho da peça piloto: M Proporção de tamanhos: <table border="1"> <thead> <tr> <th>PP</th> <th>P</th> <th>M</th> <th>G</th> <th>GG</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>34</td> <td>36</td> <td>38</td> <td>40</td> <td>42</td> </tr> </tbody> </table>		PP	P	M	G	GG	34	36	38	40	42	Descrição da peça: BERMUDA BUFANTE COM PREGAS, FECHAMENTO COM GANCHINHO E ABERTURAS LATERAIS NAS PERNAS OBS:																										
PP	P	M	G	GG																																		
34	36	38	40	42																																		
Serviços terceirizados: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo</th> <th>Empresa</th> <th>Valor unit.</th> <th>valor total</th> <th>OBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MODELAGEM</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 75,00</td> <td>R\$ 75,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>COSTURA</td> <td>ANDRÉ ADAMS</td> <td>R\$ 95,00</td> <td>R\$ 95,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS	MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 75,00	R\$ 75,00		COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 95,00	R\$ 95,00												Etiquetas: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo:</th> <th>Localização</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Numeração</td> <td>centro cós costas interno</td> </tr> <tr> <td>Composição</td> <td>interno lateral esquerda</td> </tr> <tr> <td>Marca interna</td> <td>N/A</td> </tr> <tr> <td>Marca externa</td> <td>N/A</td> </tr> </tbody> </table>		Tipo:	Localização	Numeração	centro cós costas interno	Composição	interno lateral esquerda	Marca interna	N/A	Marca externa	N/A
Tipo	Empresa	Valor unit.	valor total	OBS																																		
MODELAGEM	ANDRÉ ADAMS	R\$ 75,00	R\$ 75,00																																			
COSTURA	ANDRÉ ADAMS	R\$ 95,00	R\$ 95,00																																			
Tipo:	Localização																																					
Numeração	centro cós costas interno																																					
Composição	interno lateral esquerda																																					
Marca interna	N/A																																					
Marca externa	N/A																																					

FICHA TÉCNICA			Sequências																																																				
Empresa:			roteiro de produção																																																				
MATERIAIS DIRETOS <table border="1"> <thead> <tr> <th>Descrição</th> <th>Consumo</th> <th>Valor unitário</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Etq/comp</td> <td>1</td> <td>0,25</td> </tr> <tr> <td>Etq/logo interna</td> <td>1</td> <td>0,5</td> </tr> <tr> <td>Etq/logo externa</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Embalagem</td> <td>1</td> <td>0,2</td> </tr> <tr> <td>Tag</td> <td>1</td> <td>0,25</td> </tr> <tr> <td>Linha</td> <td>1</td> <td>0,1</td> </tr> <tr> <td>Entretela</td> <td>1,43</td> <td>3,5</td> </tr> <tr> <td>Zipper</td> <td>3</td> <td>3,5</td> </tr> <tr> <td>Ganchinho</td> <td>1</td> <td>0,3</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td></td> <td>17,11</td> </tr> </tbody> </table>			Descrição	Consumo	Valor unitário	Etq/comp	1	0,25	Etq/logo interna	1	0,5	Etq/logo externa	0	0	Embalagem	1	0,2	Tag	1	0,25	Linha	1	0,1	Entretela	1,43	3,5	Zipper	3	3,5	Ganchinho	1	0,3	TOTAL		17,11	1) Cortar tecidos a partir dos moldes. 2) Unir perna direita frente e costas pela lateral. 3) Unir perna esquerda frente e costas pela lateral. 4) Costurar bolsos frontais em cada perna da calça. 5) Aplicar zíper. 6) Aplicar braguilha. 7) Costurar o cós. 8) Unir calça ao cós. 9) Aplicar punho. 10) Costurar gancho.																			
Descrição	Consumo	Valor unitário																																																					
Etq/comp	1	0,25																																																					
Etq/logo interna	1	0,5																																																					
Etq/logo externa	0	0																																																					
Embalagem	1	0,2																																																					
Tag	1	0,25																																																					
Linha	1	0,1																																																					
Entretela	1,43	3,5																																																					
Zipper	3	3,5																																																					
Ganchinho	1	0,3																																																					
TOTAL		17,11																																																					
Matéria Prima principal			<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Nome</th> <th>Parte (tecido)</th> <th>composição</th> <th>cor</th> <th>largura</th> <th>preço/m</th> <th>quantidade (m)</th> <th>total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Crepe</td> <td>principal</td> <td>100% Poliéster</td> <td>Cinza</td> <td>1,5</td> <td>35</td> <td>1,5</td> <td>52,5</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>									Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total	1	Crepe	principal	100% Poliéster	Cinza	1,5	35	1,5	52,5	2									3									4								
	Nome	Parte (tecido)	composição	cor	largura	preço/m	quantidade (m)	total																																															
1	Crepe	principal	100% Poliéster	Cinza	1,5	35	1,5	52,5																																															
2																																																							
3																																																							
4																																																							
			<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Valor custo</td> <td>239,61</td> </tr> <tr> <td>MKP</td> <td>2,5</td> </tr> <tr> <td>valor venda</td> <td>599,01</td> </tr> </tbody> </table>								Valor custo	239,61	MKP	2,5	valor venda	599,01																																							
Valor custo	239,61																																																						
MKP	2,5																																																						
valor venda	599,01																																																						

Fonte: Elaborado pelo autor.