

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM MODA

VANESSA ALMEIDA DA SILVA

COLEÇÃO “NAS CAPAS DE VINIL”:
David Bowie, moda, música e sem gênero

Juiz de Fora
2018

VANESSA ALMEIDA DA SILVA

COLEÇÃO “NAS CAPAS DE VINIL”:

David Bowie, moda, música e sem gênero

Trabalho de Conclusão de curso apresentado ao curso de Moda, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito para a obtenção do título de bacharel em moda.

Orientadora: Prof. Dra. Maria Cláudia Bonadio

Juiz de Fora

2018

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Silva, Vanessa Almeida da .

Coleção "Nas capas de vinil" : David Bowie, moda, música e sem gênero / Vanessa Almeida da Silva. -- 2018.

91 f. : il.

Orientadora: Maria Claudia Bonadio

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2018.

1. Moda. 2. Música. 3. Sem gênero. 4. David Bowie. I. Bonadio, Maria Claudia, orient. II. Título.

VANESSA ALMEIDA DA SILVA

COLEÇÃO “NAS CAPAS DE VINIL”:

David Bowie, moda, música e sem gênero

Trabalho de Conclusão de curso apresentado ao curso de Moda, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito para a obtenção do título de bacharel em moda.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Maria Cláudia Bonadio – Orientadora
Universidade Federal de Juiz de Fora – Instituto de Artes e Design

Prof. Me. Luiz Fernando Ribeiro da Silva
Universidade Federal de Juiz de Fora – Instituto de Artes e Design

Me. Laise Lutz Condé de Castro
Universidade Federal de Juiz de Fora – Instituto de Artes e Design

Examinado(a) em: 05/12/2018

Dedicado a todos que contribuíram para a conclusão desse capítulo e me deram apoio para conseguir chegar ao final dessa jornada.

AGRADECIMENTOS

À meus pais, que fizeram tudo o que estava ao alcance para me dar a melhor educação possível, e a minha irmã, que sempre estava disposta a ajudar quando necessário.

À Universidade Federal de Juiz de Fora, pela oportunidade de estudar o que sempre sonhei e, especialmente, ao Instituto de Artes e Design e todo o seu corpo docente, funcionários e colaboradores. Aos professores do Bacharelado em Moda, por todo o conhecimento passado, bem que considero o mais precioso. Agradeço à minha orientadora Maria Cláudia Bonadio por todo o suporte, que fez total diferença para que este trabalho fosse concluído da melhor maneira possível, e também aos professores Mônica Neder e Luiz Fernando Ribeiro, que desempenharam um papel decisivo para que, não somente essa pesquisa fosse concluída com êxito, mas todo o curso.

As minhas colegas de classe do Bacharelado em Moda, por fazerem toda a experiência do curso mais divertida e memorável.

As minhas amigas Clara, Daniele, Lisliane e Noemi, pessoas que admiro e tenho como modelos, que sempre depositaram suas fichas em mim e nunca duvidaram do meu potencial. Em especial, agradeço à Sunaide, que esteve ao meu lado nos dias bons e ruins, que me deu força e coragem para continuar e em nenhum momento deixou de expressar o quanto acredita em mim como discente, profissional e ser humano.

A todos que, direta ou indiretamente, fizeram parte de minha formação e tiveram uma influência positiva em minha vida, o meu muito obrigado.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo a concepção de uma marca de roupas sem gênero, bem como a criação de uma coleção inspirada na música e na obra de David Bowie. O estudo é realizado a partir de uma pesquisa sobre a história das divisões de gênero na moda, a relação entre moda e música e como a indústria musical teve influência na quebra das barreiras do binarismo na hora de se vestir, além de um estudo profundo sobre David Bowie e como ele se tornou uma das figuras mais importantes não só para a música, mas também para a moda, quebrando regras de gênero. A coleção apresentada, que é intitulada “**Nas Capas de Vinil**”, apresenta 15 *looks* que são inspirados por desenhos e figurinos do cantor, além das capas dos discos lançados em suas primeiras duas décadas de carreira.

Palavras-chave: Moda. Música. Sem gênero. David Bowie.

ABSTRACT

This work aims the conception of a genderless brand, as well as creating a collection inspired by the music and work of David Bowie. The study is based on a research on the history of gender divisions in fashion, the relationship between fashion and music and how the music industry had an influence on the breakdown of the binarism barriers when dressing, as well as a deep study on David Bowie and how he became one of the most important figures not only for music but also for fashion, breaking gender rules. The collection, which is titled "**On the Vinyl Covers**", features 15 looks that are inspired by the singer's drawings and costumes, as well as the album covers that were released during the first two decades of his career.

Keywords: Fashion. Music. Genderless. David Bowie.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Ilustrações de modelos usado pela garçonne nos anos 20	18
Figuras 2 e 3: Coleção Le Smoking, 1966, Yves Saint Laurent.....	19
Figura 4: Coleção sem gênero da Zara, 2016.	16
Figuras 5 e 6: Monarte coleção Primavera/Verão 2018.	31
Figura 7: Madonna no photoshoot de Justify My Love para a revista Glamour, 1990.....	33
Figura 8: David Bowie com o Visual de Ziggy Stardust.....	40
Figura 9: Pintura por David Bowie. “Child in berlin”, 1977.....	42
Figura 10: Bowie no set de gravação de “Boys Keep Swinging”, 1979.	43
Figura 11: Storyboards originais de David Bowie para o clipe de “Ashes to Ashes”, 1980	45
Figuras 12 e 13: Coleção inspirada por David Bowie – Dries Van Noten, Outono/Inverno ...	46
Figura 12: Capas dos álbuns de David Bowie lançados entre 1967 e 1980	49
Figuras 15 e 16: Gucci Primavera 2016	50
Figuras 17, 18, 19 e 20: JUUN.J Primavera/Verão 2019.	52
Figuras 21, 22, 23 e 24: B L I N D N E S S Primavera/Verão 2019.	53
Figuras 25, 26, 27 e 28: Coleção Vndro#1, NotEqual	54
Figura 29: Prancha de Identidade Visual	55
Figura 30: Prancha de Apresentação	56
Figura 31: Prancha de Público Alvo 1	57
Figura 32: Prancha de Público Alvo 2	58
Figura 33: Prancha de papelaria	59
Figura 34: Site de combinação de cores	60
Figura 35: Prancha de Tema	61
Figura 36: Prancha de Cartela de Cores	62
Figura 37: Prancha de Cartela de Tecidos	63
Figura 38: Prancha de Aviamentos	64
Figura 39: Prancha de Design de Superfície Têxtil	65
Figura 40: Prancha de Tendências	66
Figura 41: Prancha de Beleza 1	67
Figura 42: Prancha de Beleza 2	68
Figura 43: Prancha de Acessórios	69
Figura 44: Prancha de parâmetro de Produtos	70
Figura 45: Prancha de Croquis 1	71

Figura 46: Prancha de Croquis 2	72
Figura 47: Prancha de Croquis 3	73
Figura 48: Prancha de Croquis 4	74
Figura 49: Prancha de Croquis 5	75
Figura 50: Ficha técnica peça 1 – frente	76
Figura 51: Ficha técnica peça 1 – verso	77
Figura 52: Ficha técnica peça 2 – frente	78
Figura 53: Ficha técnica peça 2 – verso	79
Figura 54: Ficha técnica peça 3 – frente	81
Figura 55: Ficha técnica peça 3 – verso	82
Figura 56: Ficha técnica peça 4 – frente	84
Figura 57: Ficha técnica peça 4 – verso	85
Figura 50: Ficha técnica peça 5 – frente	86
Figura 59: Ficha técnica peça 5 – verso	87

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Custos da peça 1	80
Tabela 2: Custos da peça 2	80
Tabela 3: Custos da peça 3	83
Tabela 4: Custos da peça 4	88
Tabela 5: Custos da peça 5	88

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
2. MODA E GÊNERO	15
3. A SIMBIOSE ENTRE MODA E MÚSICA E ALGUMAS QUESTÕES DE GÊNERO ...	29
4. DAVID BOWIE E SEUS PERSONAGENS	37
4.1 Capas de Discos e Suas Histórias	47
5. MERCADO	51
5.1 Público Alvo	52
5.2 Marcas Referência	52
6. DESENVOLVIMENTO DA MARCA	56
7. DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO.....	61
7.1 Confeção	77
7.1.1 Look 1.....	77
7.1.2 Look 2.....	81
7.10.3 Look 3.....	85
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	90
REFERÊNCIAS	91

1. INTRODUÇÃO

O papel das roupas sempre foi muito mais do que cobrir o corpo e protegê-lo das ações climáticas. Sempre se tratou mais de um valor social. O ato de vestir-se carrega uma complexidade e um significado muito mais profundo do que podemos imaginar. “Moda não serve para proteger ou adornar, mas os dois. Moda significa proteção de si mesmo através do adorno do corpo e de si”.¹ A forma como envolvemos o corpo não reflete o corpo natural, então é possível atribuir a ele diversos significados que não estavam presentes originalmente.

O vestir-se também é considerado uma linguagem, nos comunicamos através delas e cada peça de roupa é capaz de transmitir mensagens totalmente diferentes umas das outras, como aponta Kate Soper (2001) quando cita Umberto Eco:

“Eu falo através das minhas roupas. Se eu estivesse vestindo um terno Mao, sem a gravata, as conotações ideológicas do meu discurso seriam diferentes. Obviamente códigos de moda são menos articulados, mais subjetivos de acordo com flutuações históricas do que códigos linguísticos são. Mas um código não é menos que um código só porque é mais fraco que os mais fortes.” (apud ECO. 1973, p. 59)

Desde o início da moda, que se dá nos primeiros momentos do Renascimento, as roupas deixam de consistir em túnicas de tamanhos e formas iguais para ambos os sexos. As túnicas para as mulheres passam a ser mais ajustadas e as masculinas encurtam. A partir desse momento, mudanças importantes na indumentária acontecem. Sendo considerada a mudança mais importante, a divisão que colocava os trajes bifurcados exclusivos para homens e as saias e vestidos para mulheres é considerada o marco do início da moda.²

Essa divisão entre o feminino e o masculino permaneceu inabalável até alguns anos antecedentes a Primeira Guerra Mundial, quando algumas mudanças começaram a surgir de forma lenta. Apesar disso, foi só a partir dos anos 70 que peças antes consideradas exclusivamente masculinas se tornaram comuns em ambos os guarda-roupas.³ O contrário não aconteceu. Ainda que, ao longo do tempo, tenham existido designers e artistas que contestaram o binarismo nas roupas, até os dias atuais existe uma forte divisão, principalmente em relação a peças consideradas femininas serem usadas por homens.

¹ MARCANGELI, S. *Undressing the Power of Fashion: the Semiotic Evolution of Gender Identity By Coco Chanel an Alexander Mcqueen*. 2015. 111f. Tese de Honra, Universidade de Bucknell, Pensilvânia, 2015. p. 5.

² BONADIO, Maria Cláudia. *O Corpo Vestido*. In: MARQUETTI, F.R. FUNARI, P.P.A. *Sobre a Pele: Imagens e Metamorfose do Corpo*. São Paulo, Intermedios, 2016. p. 184.

³ *Ibid.*, p. 192.

Na contemporaneidade existem diversos designers vanguardistas que buscam colocar diversas regras e padrões em questão e, principalmente a partir do ano de 2016, a moda sem gênero tem se tornado um tópico bastante abordado e que desperta interesse.

A música e a moda construíram uma relação simbiótica através das décadas e, desde que essa relação se intensificou, um não existe sem o outro e ambas as áreas se influenciam imensamente, estilos e modas são criados a partir de gêneros musicais e o caminho inverso também acontece. Não foi diferente com a moda sem gênero.

Este trabalho busca analisar brevemente o histórico da divisão de gênero na moda e, mais profundamente, a influência da música na quebra de barreiras do binarismo de gênero, focando em um dos artistas mais importantes da música e que também possui grande influência na moda até os dias atuais, que revolucionou a forma de se apresentar nos palcos e levou para o grande público a ideia de que qualquer pessoa pode ser, vestir e se comportar como quiser e como se identificar, o cantor David Bowie.

O estudo tem como objetivo a criação de uma marca de roupas sem gênero que busca trazer uma moda sem barreiras e vanguardista, além de uma coleção de 15 *looks* que serão inspirados em figurinos, maquiagens e desenhos de Bowie e, principalmente, em suas capas de disco, desde o seu primeiro lançamento (1967) até o álbum *Scary Monsters... and Super Creeps*, de 1980. Dos 15 *looks* criados, 3 serão confeccionados.

2. MODA E GÊNERO

Andrógino, unissex, sem gênero. Existem alguns termos para se falar sobre uma moda que não atende a apenas um gênero, mas é imprescindível saber que existe uma diferença importante entre eles. Enquanto a androginia implica a fusão de elementos masculinos e femininos, o unissex busca apagar qualquer característica de ambos e o sem gênero é a ausência, o não reconhecimento da existência dessa diferenciação, pois gênero nada mais é do que uma construção social.

Existe uma problemática de extrema importância no conceito andrógino, e esse detalhe é o motivo dele não ser considerado ideal para definir o produto final desse estudo. O corpo ideal andrógeno é um corpo com características predominantemente masculinas, que exclui as curvas femininas e seus traços principais, se tornando não inclusivo, mas ao contrário, exigindo um corpo ideal que não é realístico para a maioria das pessoas.⁴

No cenário da moda atual, discussões de gênero têm se tornado cada vez mais presentes e esses conceitos estão sendo problematizados, trazendo à tona problemáticas que não eram reconhecidas até alguns poucos anos atrás, não em tamanha profundidade e com tanta visibilidade como estão acontecendo agora. No ambiente de trabalho e nas escolas, por exemplo, identidade de gênero e igualdade entre homens e mulheres estão cada vez mais sendo inseridos nas discussões, e estão ainda mais presentes nas mídias sociais. Para se entender melhor a diferença entre esses termos, o porquê dessa diferença ser tão importante e o percurso do gênero expresso através das roupas é preciso fazer um estudo histórico sobre a vestimenta e sobre os papéis do feminino e masculino.

Até o século XVIII, o homem era a norma e as mulheres não eram vistas como um sexo próprio, mas sim como uma versão inferior e incompleta do sexo masculino. O corpo feminino, era tido como uma versão “defeituosa” do masculino⁵. Apesar de tanto tempo ter passado e de esse conceito não ser visto mais como absoluta verdade, em sociedades orientais, por exemplo, que são extremamente patriarcais e misóginas ele ainda prevalece e determina as relações sociais e de poder entre os gêneros. Também é possível perceber resquícios dessa diferenciação dos sexos na sociedade moderna atual em pequenos, porém simbólicos atos, como por exemplo a necessidade de identificação de gênero em um bebê no imediato momento que ele sai da barriga da mãe. Antes de qualquer outra coisa, somos designados a um dos gêneros e

⁴ JOHANSSON, K. *Undressing the Androgynous Body: Analysing Gender Equality in the Representation of the Androgynous Bodies within Contemporary Swedish Fashion*. 71f, 2017. p. 1.

⁵ *Ibid.*, p. 18.

carregamos a obrigação de agir como tal. O sexo é um fator biológico com o qual já nascemos, mas o gênero é um fator cultural e social que nos é imposto. A partir desse ato que parece simples, toda a nossa vida em sociedade, como vamos nos comportar, o que vamos vestir e o qual atitude nos é ou não apropriada já está decidido. E a roupa, sendo a primeira coisa que se é vista em uma pessoa, é usada como um dos principais diferenciadores de gênero.

Tendo em vista que gênero é uma construção social, é pertinente afirmar que, apesar de apenas dois gêneros serem reconhecidos em grande parte da sociedade, existe uma infinidade deles possíveis, inclusive sua ausência total. Quando falamos de gênero é necessário esclarecer que, apesar de causar confusão entre os leigos no assunto, a identidade de gênero não tem relação direta com a orientação sexual. Contudo, o gênero é baseado no sexo, e este, sendo não binário, faz com que o gênero também não seja. Exemplo que torna claro que gênero é uma construção é o sistema de cores. Hoje temos a ideia de que rosa é para meninas e azul para meninos, mas até os anos 1920 esse sistema era invertido, azul era considerado mais apropriado para meninas e rosa para meninos.⁶ O que é considerado ideal para cada gênero está sempre mudando, o que não muda é o masculino ser considerado neutro, pois meninas podem usar azul sem problemas, mas homens usarem rosa, e principalmente roupas não bifurcadas, pode ser considerado um grande problema. Apesar de gênero ser comprovadamente algo fluido, não somos livres para escolhermos em qual categoria nos encaixamos melhor e para navegar entre identidades. Aquilo que nos foi empurrado quando nascemos nos acompanha para o resto de nossas vidas e nunca será possível nos distanciarmos completamente da identidade que nos foi imposta.

Tendo isso em mente, também é importante levar em conta que nossas preferências e escolhas não são originadas de um pensamento individual, mas baseadas em aspectos de nossa classe social, o habitus, como diz Bourdieu em seu trabalho *Distinção: Uma Crítica Social do Julgamento do Gosto Social* (1984). A teoria do habitus apresentada por Bourdieu fala como todos os indivíduos são moldados de acordo com sua vivência social, econômica e cultural, sendo assim, todas as nossas escolhas são baseadas nesses aspectos em que estamos inseridos. Entretanto, alguns escritores queers e feministas estão questionando e desafiando essa teoria em favor de mudar normas sociais, principalmente as que são ligadas a papéis de gênero. Apesar de a teoria de Bourdieu ser pertinente, é necessário que esses questionamentos sejam feitos, principalmente na sociedade atual, na qual as discussões do papel da mulher, de gênero,

⁶ ENTWISTLE, J.; WILSON, E. *Body Dressing*. Nova York, Berg, 2001. p. 35.

sexualidade e identidade são cada vez mais presentes e importantes. Diana Crane diz que a roupa é um elemento fundamental para colocar o rótulo de gênero pois, segundo ela, não escolhemos nossas roupas baseadas em nossas preferências, mas somos levados a vestir roupas que reforçam os papéis de gênero na sociedade. A autora explica como as roupas feitas para mulheres, no século XIX, eram muito mais restritivas do que as dos homens, e esse detalhe reforçava a “superioridade” do homem na sociedade e como a mulher não era feita e nem era permitida ocupar os mesmos espaços que eles.⁷ O que Bourdieu e os que desafiam sua teoria “impenetrável” tem em comum é o conhecimento de que estamos caminhando cada vez mais para uma sociedade que tem o masculino como ideal.⁸

Como Johansson⁹ aponta, se pararmos para analisar a representação dos corpos na arte, é possível reconhecer que os conceitos de gênero mudam de acordo com o tempo e a sociedade, não sendo, portanto, regras inabaláveis e estáticas. Esta observação afirma, mas uma vez, que gênero e seus papéis, mesmo quando falamos apenas dos gêneros binários é, e sempre foi fluído, predisposto a mudanças. O gênero fluído, ou genderfluid, é um termo abrangente que descreve possibilidades de gênero além do feminino ou masculino, seja ele para pessoas, roupas ou qualquer outra categoria que se encaixe nas divisões binárias. Consiste em não se encontrar em apenas uma definição de gênero, mas transitar entre os diversos existentes e até mesmo na ausência total de algum.¹⁰

É curioso ter conhecimento de que até o início do século XIX, no que dizia respeito as roupas, as linhas entre o feminino e o masculino eram muito mais borradas do que na sociedade moderna e contemporânea, nunca deixando de exibir marcas de diferenciação entre eles, mas com muitos elementos em comum, como rendas, cores, volumes, perucas e saltos.¹¹ A mudança desse sistema para o que vivemos hoje aconteceu a partir da saída do homem de casa para trabalhar. As revoluções Francesa e Industrial tiveram grande influência na mudança da aparência do homem e em como ele deve se comportar. O homem de negócios passa a ser valorizado e o seu intelecto e jeito para os negócios é sua característica mais importante e que

⁷ CRANE, D. *Moda e Seu papel Social*. São Paulo, Senac, 2006.

⁸ JOHANSSON, K. *Undressing the Androgynous Body: Analysing Gender Equality in the Representation of the Androgynous Bodies within Contemporary Swedish Fashion*. 2017. 71f. Dissertação de mestrado – Universidade de Estocolmo, Estocolmo, 2017. p. 45.

⁹ *Ibid.*, p. 19.

¹⁰ PARKER, S. *Gender Fluidity*. In: MORAN, S. *Ethical Ripples of Creativity and Innovation*. Palgrave Macmillan, London, 2016. p. 166.

¹¹ AKDEMIR, N. *Deconstruction of gender Stereotypes Through Fashion*. European Journal of Social Science. Istanbul, Volume 5, Fascículo 2, páginas 185-189. Maio-Agosto 2018. p. 186.

deve estar sempre em evidência, não a roupa.¹² Além desse fator, confinamento da mulher nas paredes do lar e a realização de que o sexo feminino era um sexo próprio e não apenas uma versão defeituosa do masculino também são fatores decisivos para essa mudança. A partir desse momento, as roupas masculinas se tornaram muito mais sóbrias e a divisão entre os sexos feita principalmente através da vestimenta. A mulher passa então a ser a vitrine, o status de seu marido, se tornando passiva e objetificada.¹³

Quebrando com a ideia de feminilidade e masculinidade imposta, as mulheres da classe trabalhadora usavam calças, assim como círculos de lésbicas em Paris que usavam roupas com características masculinas.¹⁴ Desde a separação drástica dos sexos, o fator que mais contribuiu para uma maior liberação do vestuário feminino foram os esportes. Como era impossível praticá-los com saias enormes e dos corsets, as calças foram mais amplamente adotadas pelas mulheres, inclusive as mais respeitadas das classes altas.

No século XX, não podemos deixar de citar *la garçonne*, uma mulher de cabelos curtos, atitude independente e aparência andrógina que surgiu nos anos 1920 e revolucionou a moda e o conceito de feminino. Mas com essa revolução também veio a problemática já discutida, a utilização do masculino como padrão. Com a entrada cada vez mais frequente das mulheres no mercado de trabalho e a vontade de quebrar com os estereótipos atribuídos a elas, aconteceu uma “migração” do feminino para uma aparência mais masculinizada, um corpo reto, sem seios, quadris ou curvas visíveis. O corpo ideal era um corpo com características masculinas, conceito que permanece quando falamos de androginia.

¹² BONADIO, Maria Cláudia. *O Corpo Vestido*. In: MARQUETTI, F.R. FUNARI, P.P.A. *Sobre a Pele: Imagens e Metamorfose do Corpo*. São Paulo, Intermedios, 2016. p. 184.

¹³ VEBLER, T. *A Teoria da Classe Ociosa: Um estudo econômico das instituições*. São Paulo: Atica, 1974.

¹⁴ JOHANSSON, K. *Undressing the Androgynous Body: Analysing Gender Equality in the Representation of the Androgynous Bodies within Contemporary Swedish Fashion*. 71f. 2017. p. 23.

Figura 1: Ilustrações de modelos usados pela *garçonne* nos anos 20



Fonte: Disponível em: <<https://www.uvm.edu>>. Acesso em: 12 de set 2018.

Nos anos seguintes à *la garçonne*, estrelas do cinema de Hollywood e designers foram figuras importantes para influenciar as mudanças no guarda-roupa feminino. Os corpos de ambos os sexos tomaram uma forma semelhante quando as roupas ditas unissex se tornaram populares nos anos 1960 e 1970.¹⁵ Nessa época, onde movimentos gays e feministas ganharam força, os estereótipos de gênero começaram a ser questionados e derrubados, e designers começaram a apoiar e abraçar a ainda mais a causa. Chanel, ainda nos anos 1920, teve um papel importante para a liberação da mulher das roupas apertadas, volumosas e extremamente femininas, dando a elas uma opção mais minimalista e com características do guarda roupa masculino. Em 1966 uma revolução importante para o guarda roupa das mulheres foi apresentado por Yves Saint Laurent, na coleção chamada ‘Le Smoking’. No mesmo período, as calças jeans, taxadas como unissex, se expandiram pelos Estados Unidos e Europa, e se tornaram um símbolo da liberação do corpo naquele momento.¹⁶ Essas mudanças, principalmente nessas duas décadas citadas, modificaram não somente a imagem feminina, mas também a masculina com, por exemplo, a adoção de cabelos compridos. Entretanto, a ideia neste momento não era acabar com as barreiras de gênero, mas sim cruzar esta barreira e passear livremente entre os universos binários. Nas décadas seguintes, as comunidades homossexuais e transexuais tiveram um papel ainda mais importante, brincando livremente com as

¹⁵ JOHANSSON, K. *Undressing the Androgynous Body: Analysing Gender Equality in the Representation of the Androgynous Bodies within Contemporary Swedish Fashion*. 71f. 2017. p. 25.

¹⁶ AKDEMIR, N. *Deconstruction of gender Stereotypes Through Fashion*. European Journal of Social Science. Istanbul, Volume 5, Fascículo 2, páginas 185-189. Maio-Agosto 2018. p. 187.

identidades de gênero na hora de se vestir, assim como a cultura pop, com celebridades como Madonna e David Bowie desafiando as normas de comportamento, sexualidade e gênero. Apesar de mudanças, o ideal e figura masculino ainda era o predominante.¹⁷

Figura 2 e 3: Coleção Le Smoking, 1966, Yves Saint Laurent.



Fonte: Disponível em: < <https://museeyslparis.com/en/>>. Acesso em: 12 set 2018.

A feminilização do masculino também acontece, homens em saias e saltos (diferentemente do usado por mulheres, em sua grande maioria não são saltos finos), mas estas ocorrências se mantêm muitas vezes na área artística. O feminino ainda é visto como fraco e inferior, por isso, existe uma ideia de perda de poder no parecer feminilizado. No dia a dia o masculino utilizando do feminino não é tão bem aceito quanto o inverso, e quem o faz é, muitas vezes, ridicularizado. Apesar de o código de cores, com essas mudanças, também ter sofrido mudanças e permitindo que os homens ampliassem sua paleta de cores, em alguns grupos o uso do rosa, por exemplo, pelo sexo masculino ainda pode ser motivo para piadas. Entwistle fala que o sem gênero na moda tem, ao invés de neutralizar as questões de gênero, atraindo ainda mais atenção para as normas.¹⁸ Bruzzi, em um de seus estudos, argumenta que a mulher vestida

¹⁷ JOHANSSON, K. *Undressing the Androgynous Body: Analysing Gender Equality in the Representation of the Androgynous Bodies within Contemporary Swedish Fashion*. 71f. 2017. p. 25.

¹⁸ ENTWISTLE, J.; WILSON, E. *Body Dressing*. Nova York, Berg, 2001. p. 39.

em roupas masculinas se torna um ato político, muito por conta de, na transição entre os séculos XIX e XX durante os movimentos pelos direitos das mulheres, o uso de roupas masculinas ser uma forma de ganhar poder e força contra as normas da sociedade.¹⁹

É importante reconhecer que, por causa do *habitus*, sem percebermos nossas ideias de masculino, feminino e sem gênero estão preestabelecidas e são reproduzidas de acordo com nossa vivência e com o ambiente em que pertencemos, e as roupas são o modo mais rápido e efetivo de rotular um gênero, pois mesmo as roupas neutras e básicas vão ter uma direção para o feminino ou masculino.²⁰ A constante ligação do neutro com o masculino inferioriza e coloca o corpo feminino como o “outro”, como era séculos atrás. O corpo com curvas precisa deixar de ser invisível quando se fala de moda sem gênero, unissex ou andrógina, pois só assim haverá uma inclusão real, sem discriminação.

Outro hábito que precisa ser quebrado para que se haja uma igualdade verdadeira e o fim da inferiorização do corpo feminino é o modo como falamos destes corpos. Como Johansson aborda em sua pesquisa, é usada uma linguagem diferente quando se fala do corpo feminino e do masculino, e dá o exemplo do peito masculino, cujo assunto é um tabu.²¹ Entwistle também fala sobre essa diferença na percepção e vivência dos corpos:

(...) modos de caminhar, mover-se, fazer um soco, e assim por diante, são diferentes para homens e mulheres porque, na produção de "masculino" e "feminino", a cultura inscreve os corpos de homens e mulheres com diferentes capacidades físicas. (ENTWISTLE, J. 2001 – p. 38)

A teoria de Butler²² nos oferece uma ferramenta importante para construirmos uma moda sem gênero. Esta teoria oferece a distinção entre o sexo biológico e o gênero cultural. Segundo ela, o gênero é performativo, algo que fazemos ao invés de algo que somos. A autora explica como é possível o indivíduo escapar das regras de gênero brincando com elas, as redefinindo e criando seus próprios significados. Ela concorda com Bourdieu quando diz que as normas e o que compreendemos como natural é fruto de uma repetição, e é isso que acontece com a identificação de gênero. Sendo assim, quando criamos uma moda sem gênero, rompe-se com essa repetição. Entwistle também faz uma observação que é importante para quando

¹⁹ BRUZZI, S. *Undressing Cinema: Clothing and Identity in the Movies*. 1997.

²⁰ JOHANSSON, K. *Undressing the Androgynous Body: Analysing Gender Equality in the Representation of the Androgynous Bodies within Contemporary Swedish Fashion*. 71f. 2017. p. 26.

²¹ *Ibid.*, p. 48.

²² BUTTLER, J. *Problemas de Gênero: Feminismo e a Subversão da identidade*. Routledge, Nova York, 1999.

estamos discutindo gênero, moda e o corpo, que mostra mais uma vez como se trata de uma construção performada:

O gênero é deslocado do corpo e mostrado em uma performance através do estilo: feminilidade e masculinidade não são produtos dos corpos feminino ou masculino e não existe uma conexão natural entre corpos femininos e feminilidade ou corpos masculinos e masculinidade. (ENTWISTLE, J. 2001)

Se é possível performar o masculino e feminino, também é possível performar o sem gênero? Teoricamente sim, mas Entwistle mais uma vez levanta uma questão importante: se tudo o que conhecemos já está marcado por gênero, como se tornar sem gênero? Crane defende que, se as roupas podem rotular papéis de gênero, o indivíduo tem a possibilidade de desafiar esses papéis se manipular seus significados e redefini-los de acordo com o que acredita e defende.²³ Historicamente, a forma de se tornar sem gênero é a adoção de formas retas que, se não presentes biologicamente, são oferecidas por designs retangulares que são oferecidos como sendo andrógino, unissex e sem gênero, mas já discutimos que esse meio, a masculinização do corpo, não é sem gênero, mas sim o masculino sendo considerado como neutro. Para começarmos a realmente caminhar para o sem gênero real, o primeiro passo é reconhecer a predominância do masculino e, a partir disso, pensar maneiras que quebrar com essa dominação e destruir a ideia de que o masculino é o neutro e o feminino é inferior.

Os estereótipos que cercam os gêneros binários na sociedade são infinitos e difíceis de serem deixados para trás, mas a moda tem um papel importante nessa mudança de ideias sobre comportamento e rótulos. Não limitando as roupas ao feminino ou masculino, por consequência, também destrói a barreira de como devemos ou não nos comportar em nosso meio social, e abrimos espaço para discussões, para novas ideias e novos jeitos de se enxergar as infinitas possibilidades que o mundo nos oferece quando nos livramos de certas amarras.

As discussões sobre gênero e sobre a sua não binaridade estão cada vez mais presentes na sociedade e, principalmente, na moda. Os desfiles são um bom exemplo para conseguirmos ver essas barreiras cada vez mais borradas. As coleções sazonais, que eram apresentadas anteriormente em dois momentos diferentes, separando a feminina da masculina, já estão sendo apresentadas no mesmo momento. Nas coleções desfiladas em setembro de 2016

²³ CRANE, D. *Moda e Seu papel Social*. São Paulo, Senac, 2006.

das grifes Burberry e Bottega Veneta, ambas as coleções femininas e masculinas desfilaram juntas ao invés de desfilarem em datas diferentes, como é o usual.²⁴

Essas mudanças que ocorreram no guarda roupa, principalmente feminino, desde o início do século XX, não marcam apenas uma mudança no modo de vestir, mas também uma mudança significativa no comportamento em sociedade, e graças a elas as barreiras de gênero na convivência social, nas mídias e até mesmo na política estão cada vez menos restritas. É possível dizer que a moda, que permite a mudança, a brincadeira, a inversão de papéis, que se permite ser moldada e moldar, tem um papel político essencial na luta de minorias feministas e LGBTQ+, que lutam pela igualdade e liberdade de ser. Com a imposição de gênero e a binaridade sendo a regra, quem a desafia e ultrapassa as barreiras cria e apresenta de maneira forte e objetiva traços de sua personalidade, seus valores e no que acredita e defende.

Apesar da moda nos dar a ilusão de que podemos alcançar a individualidade e nos destacar na multidão, a verdade é que quando nos vestimos, estamos nos encaixando, seguindo as normas de um determinado grupo com o qual nos identificamos. É um paradoxo, o descobrir-se é, na verdade, encaixar-se em algo já existente.²⁵ Sendo assim, existe um medo recorrente quando vamos nos vestir. Queremos mostrar o interior no exterior, a personalidade individual, mas nunca demais ao ponto de sermos olhados estranho e nos destacarmos demais no meio da multidão. A busca é por uma distinção que se misture com o resto da sociedade.

A sedução da alta moda de rua, pode-se dizer, reside precisamente na sua combinação de serialidade social e alienação pessoal: no fato de que se pode participar de uma espécie de projeto coletivo, mas de forma inteiramente anônima e sem qualquer compromisso com a sua continuidade. A moda atrai, paradoxalmente, até perversamente, porque parece resolver o problema de como pertencer sem ter que pertencer - sem qualquer real investimento pessoal ou auto exposição. (SOPER, K. in ENTWISTLE, J. ELIZABETH, B. 2001 – p. 29)

Hoje em dia a busca por individualidade é uma pauta recorrente e sempre trazida à tona em discussões de moda, como devemos encontrar um estilo que se encaixe com nossa personalidade e que seja único mas, numa era onde há uma infinidade de estilos e as mudanças acontecem rapidamente, não é mais recorrente ou possível ficar atrelado apenas a um. Após os anos 1960 a moda passou a apresentar uma pluralidade de estilos e, desde então, a concepção

²⁴ AKDEMIR, N. *Deconstruction of gender Stereotypes Through Fashion*. European Journal of Social Science. Istanbul, Volume 5, Fascículo 2, páginas 185-189. Maio-Agosto 2018. p. 188.

²⁵ SIMMEL, G. *A Moda*. 1911. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/03_IARA_Simmel_versao-final.pdf>.

de um único estilo próprio se tornou mais e mais decadente. A necessidade de mudanças vindas de todos os lados e da rapidez na troca de informações e experiências dá espaço para a flutuação entre estilos, identidades e gostos.

O vestir-se é tão importante que até mesmo quem não nutre uma grande preocupação com sua aparência e com moda, veste-se de maneira adequada para o ambiente que virá a frequentar para que não passe por constrangimentos sociais.

O corpo e a roupa operam dialeticamente: a roupa funciona no corpo, impregnando-o de significado social, enquanto o corpo é um campo dinâmico que dá vida e plenitude para a roupa. (ETWINSTLE, J. 2001 – p. 36)

A moda apresentada nas mídias, sejam elas revistas, redes sociais, TV, etc., tem uma grande influência em como nós, como sociedade, percebemos e performamos gênero. Mesmo em um momento em que o andrógino e sem gênero estão sendo mais discutido do que nunca, a falta de representatividade na mídia faz com que a sociedade continue a reproduzir apenas a heteronormatividade e a binaridade. Existe sim, criatividade e inovação quando nos vestimos, mas isso vem em dosagens pequenas e medidas minuciosamente, pois “vestir-se tem fortes dimensões sociais e morais que servem para regular as escolhas que as pessoas fazem sobre o que vão usar”. (Etwinstle, 2001 – p. 49)

O corpo na moda é simplesmente um manequim – é a roupa, e não o uso dela, que é considerada significante. (SWEETMAN, P. in ENTWISTLE, J. ELIZABETH, B. 2001 – p. 59)

Estar em uma era onde não há um estilo predominante, mas todos estamos livres para vestirmos o que quisermos, significa que a moda nada mais é do que a moda em seu mais puro estado. Com o fim da moda de 100 anos, onde a alta-costura reinava absoluta, e com a ascensão das modas dos jovens como o hippie, o punk e o new wave, por exemplo, que surgem a partir dos anos 1960, passa a existir uma autonomia na hora de se vestir e a moda não é mais consensual, não pode mais ser definida por certas características comuns. Essas mudanças no vestir mudaram a dinâmica da relação entre as roupas e o gênero.²⁶ A existência e possibilidade de diversos estilos permite a performance de gênero e é um marco importante para a relação de moda e gênero que se dá nas décadas seguintes. As roupas não são mais ferramentas de distinção social, de status. A flutuação da moda e dos estilos nos permite encaixar em realidades que não

²⁶ LIPOVETSKY, G. *O Império do Efêmero: A Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas*. São Paulo, Companhia das Letras, 1989. p. 145.

são as nossas, a pertencer, mesmo que por pouco tempo, em um lugar que não é originalmente nosso e a performar identidades diferentes das que nos foram atribuídas. A identidade passou de algo imposto e estável para algo que podemos escolher e mudar o quanto quisermos.

A roupa que vestimos tem uma influência sobre a forma como nos portamos muito maior do que percebemos. Peças, individualmente ou em um conjunto, mudam totalmente a forma como nos sentimos e, conseqüentemente, andamos, gesticulamos e até falamos.

Podemos falar, então, de moda e adorno como “técnicas do corpo” (Maus 1992) que impacta não somente na nossa aparência, mas também na experiência do corpo e nas maneiras que ele pode ser usado. E apesar do crescente ecletismo da moda contemporânea, as nossas escolhas de roupa ainda são parcialmente estruturadas por gênero, idade e ocupação, sem mencionar uma série de outras variáveis sociológicas como sexualidade, etnia e classe. Nesse sentido, modas, uniformes, modos de se vestir baseados na idade e estilos subculturais afetam não apenas uma conexão simbólica entre os atores em questão, mas também uma afetual ou experiencial: a forma de identificação baseada não somente na aparência, mas também no modo que o corpo é vivido, experimentado e usado. (SWEETMAN, P. in ENTWISTLE, J. ELIZABETH, B. 2001 – p. 66)

A forma como nos identificamos, no caso desse estudo, focando no gênero, tem uma influência enorme sobre como nos apresentamos, logo, sobre o que vestimos. É de extrema importância que para nos sentirmos bem em nossos corpos, esteja a nossa disposição e alcance roupas e estilos com os quais nos identificamos. Não é raro, hoje em dia, principalmente dentro da comunidade LGBTQ+²⁷ relatos de pessoas que são obrigadas, por questões sociais, familiares ou consigo mesmo, a vestir roupas com as quais não se sentem confortáveis, fazendo com que se sintam presos e encurralados em um corpo e uma vivência que não são seus. A roupa tem o poder de nos fazer sentir como nós mesmos ou como qualquer outra pessoa além de nós mesmos. Nos casos de pessoas que sofrem com sua identidade de gênero, a moda, muitas vezes, é uma porta de libertação que as permite serem livres para performarem quem elas quiserem, que se sintam confortáveis em si mesmas ou confortáveis e seguras sendo outros. As escolhas que um indivíduo faz de suas roupas afeta sua identidade e também o modo em que ele usa seu corpo e apresenta essa identidade.

²⁷ Sigla para lésbicas, gays, bissexuais, transexuais e travestis e outras orientações sexuais e de gênero.

(...) com a moda – assim como em muitos outros fenômenos sociais – *tem muito mais acontecendo do que aquilo que os olhos conseguem ver.*” (SWEETMAN, P. in ENTWISTLE, J. ELIZABETH, B. 2001 – p. 73)

O processo de vestir-se e da construção de aparências ajuda no entendimento e no processo de conhecer a si mesmo. Através de influências e da tentativa de acerto e erro é que compreendemos qual estilo nos serve melhor, em quais tipos de vestimentas nos sentimos mais confortáveis e nos dão o sentimento de pertencimento. A roupa é uma das principais ferramentas que nos permite entender e construir nossa identidade. Muitas vezes, quando nos é perguntado verbalmente quem somos, se mostra uma tarefa difícil colocar em palavras, e especialmente quando falamos de identidade de gênero, se torna ainda mais complicado, tanto para quem está falando quanto para quem está escutando, explicar e entender. O estilo é uma maneira mais direta, clara e simples de dizermos para o mundo, e muitas vezes para nós mesmo, quem somos e qual é a nossa identidade.

Para as pessoas que são parte de minorias sociais, o estilo é a forma com que elas conseguem se comunicar e ser com mais facilidade. A moda se torna um veículo importante para passar a mensagem não somente para os outros, mas também para si mesmo, uma forma de resistência, uma estratégia política, mas também estética, de se impor em uma sociedade que faz questão de invisibilizar essas minorias a todo momento, ao mesmo tempo que cria uma comunidade que passa pelos mesmos problemas, na qual eles podem compartilhar o que acreditam e se sentirem acolhidos. Esses grupos oprimidos utilizam de signos dos grupos não oprimidos para ganharem um “valor” social. Eles fazem isso em busca de transformarem sua identidade subjugada em uma superior. Apesar de ser um recurso eficiente, a roupa também pode ter alguns efeitos colaterais que podem vir a reforçar estigmas dos quais quem a veste quer se livrar, como diz Kaiser em seu estudo:

Articular contradições através do estilo pode parecer como um exercício político fútil as vezes, porque as inovações resultantes podem, de alguma forma, reforçar a cultura dominante e porque elas podem ser facilmente apropriadas por designers. (KAISER, S. in ENTWISTLE, J. ELIZABETH, B. 2001 – p. 88)

Muitas marcas, grifes e lojas de departamento, multimarcas entre outras, desde 2016, estão cada vez mais fazendo roupas sem gênero. Algumas marcas, como Not Equal e Juun.J, já nascem com essa estética, mas outras não, outras se adaptaram ao cenário que está cada vez mais se expandindo. Buscam ganhar visibilidade e clientela em cima dessa estética. Podemos perceber isso principalmente quando falamos de grandes redes de *fast fashion*, que

fazem coleções sem gênero porque é o que está ganhando atenção no momento e isso gera produtos que apresentam peças de cores neutras e modelos básicos apenas. Fica claro que, por trás delas, não existe um estudo e uma busca de entendimento com o cenário e com as pessoas que participam dele, gerando uma coleção que não atende as necessidades e demandas exigidas por essa comunidade. Mas também é preciso levar em conta que, apesar disso, as lojas de *fast fashion* atendem um público específico, e apesar de não atender todas as necessidades, essas coleções são um começo, um passo importante e uma grande visibilidade para o público de massa, que muitas vezes não tem conhecimento sobre marcas sem gênero.

Figura 4: Coleção sem gênero da Zara, 2016.



Fonte: Disponível em: <<http://zara.com>>. Acesso em: 17 out 2018.

Como já dito antes, a identidade de gênero e, conseqüentemente, a roupa que se veste não tem relação direta com a sexualidade. Apesar disso, essa relação é um equívoco muito comum. Quando se vê uma mulher com roupas totalmente, ou com características, masculinas, logo se assume que ela é uma lésbica. O mesmo acontece com homens. Isso por causa dos signos construídos através dos tempos. Este é possivelmente outro motivo pelo qual muitas pessoas não se permitem navegar entre estilos e roupas e ficam presas na heteronormatividade, com medo de se vestirem como “gays” ou “lésbicas”. Semiologicamente, signos são representações mentais de certos objetos, normas, grupos.²⁸ Nas roupas, os signos foram especialmente importantes para as comunidades homossexuais que, até o século XXI, eram obrigadas a se “comportar” e se esconder, vestindo-se de forma normativa para conseguirem se

²⁸ JOHANSSON, K. *Undressing the Androgynous Body: Analysing Gender Equality in the Representation of the Androgynous Bodies within Contemporary Swedish Fashion*. 71f. 2017. p. 25.

misturar na sociedade. Sendo assim, a criação de signos em suas roupas foi necessário para que conseguissem se comunicar e se identificar.²⁹ A moda se tornou um aliado importantíssimo em que grupos se comunicam e se expressam, apresentam aquilo que acreditam, como vivem e deixam explícito que participam de tais grupos sem a necessidade de palavras.

Apesar de as grandes mudanças acontecerem majoritariamente no armário feminino a partir do final dos anos 1960, com o fim da moda homogênea e o surgimento das modas jovens e marginais³⁰, não é somente ele que sofre mudanças. Como diz Sveva Marcangeli em seu estudo sobre a evolução da identidade de gênero “O que é útil sobre a ideia de libertar e redefinir a feminilidade é que simultaneamente se redefine também a masculinidade”.³¹ Quando peças do armário masculino passam a ser incorporadas por mulheres, as roupas masculinas passam automaticamente por um processo de feminilização. Essas mudanças e quebras de regras permitem que cada vez mais passos sejam dados para se chegar na igualdade entre gêneros e, mais em diante, na fluidez de gênero sem tabu.

²⁹ JOHANSSON, K. *Undressing the Androgynous Body: Analysing Gender Equality in the Representation of the Androgynous Bodies within Contemporary Swedish Fashion*. 71f. 2017. p. 25.

³⁰ LIPOVETSKY, G. *O Império do Efêmero: A Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas*. São Paulo, Companhia das Letras, 1989. p. 145.

³¹ MARCANGELI, S. *Undressing the Power of Fashion: the Semiotic Evolution of Gender Identity By Coco Chanel and Alexander McQueen*. 2015. 111f. Tese de Honra, Universidade de Bucknell, Pensilvânia, 2015. p. 91.

3. A SIMBIOSE ENTRE MODA E MÚSICA E ALGUMAS QUESTÕES DE GÊNERO

Na sociedade contemporânea, a moda e a música estão atreladas de forma inseparável. Escutar uma música favorita, a algum tempo, não se trata apenas de ouvir, mas também de se expressar através de uma atitude e, conseqüentemente, das roupas. É comum observar quando um certo estilo de música ganha popularidade, as roupas atribuídas a esse estilo imediatamente também se tornam um *trend*. Ambos compartilham uma linguagem parecida, que ajudam a expressar uma identidade e uma ideia de mundo e de si. Quanto mais essa relação entre a moda e a música aumenta, maior um irá transmitir características do outro, se tornando uma relação de simbiose.³²

A indústria da moda sempre trabalhou em conjunto com o negócio da música, um se alimentando do outro. O designer de hip ‘rock ‘n’ roll’ Gianni Versace resumiu isso quando disse, ‘Os jovens compram coisas e vão dançar nelas, basicamente’.
(O’BRIEN. L. 1995 – p. 239)

Desde os Beatles, a música via um sucesso que nunca tinha visto antes, as vendas de discos alcançaram uma marca impressionante em 1967 e era o campo mais lucrativo de toda indústria do entretenimento³³. Esse crescimento permitiu que cada vez mais pessoas tivessem acesso a música e fossem influenciadas por ela.

O movimento hippie foi de grande importância para a disseminação da androginia e apresentou já na década de 1960 uma importante quebra de barreiras entre o masculino e o feminino. O glam rock, criado pelos cantores David Bowie e Marc Bolan no início dos anos 1970, precursor e inspiração para outros gêneros posteriormente, foi o estilo que transformou e ampliou as questões de identidade de gênero, sexualidade e ideologia na música. Ele transformou a imagem masculina do rockstar, permitiu que o *queer* se tornasse um cartão de visitas e foi o primeiro a reconhecer gênero como uma performance e não uma característica natural e as roupas, maquiagem, cabelo e cenários no palco eram tão, e em algumas ocasiões até mais, importantes do que a música. Apesar de alguns artistas clamarem sua homossexualidade ou bissexualidade em meio a suas performances, em boa parte das ocorrências o *glam* era um estilo de ser, se comportar, performar e se vestir sem ligação com a sexualidade e muitos fãs tentavam duplicar o estilo de seus artistas favoritos. Uma característica

³² NA, Y, AGNHAGE, T. *Relationship Between the Preference Styles of Music and Fashion*. Inha University, Incheon, 2012. p. 109.

³³ FRIENDLANDER, P. *Rock and Roll: Uma História Social*. 4ª ed. Rio de Janeiro, Record, 2006. p. 328.

importante e que diferencia o *glam* de outros estilos em relação a androginia é como ele não buscava misturar o feminino com o masculino, incorporar o unissex ou borrar as barreiras, no *glam* a imagem era bem clara: se tratava de homens que se decoravam de forma feminina. No *glam* nada era natural ou permanente, as maquiagens eram tão exageradas que alcançavam um aspecto quase alienígena e os personagens que eram apresentados nas performances estavam sempre mudando.

O glam rock foi um estilo que trouxe a atenção de um grande público para questões sexuais e de gênero, um escape da moral autoritária e dos julgamentos, principalmente para o público mais jovem, que ainda estava se descobrindo.

A inovação social central do *glam* rock foi abrir um espaço cultural seguro para se experimentar com versões de masculinidade que desafiavam normas sociais. (AUSLANDER, P. 2006 – p. 228)

Tanto pessoas heterossexuais quanto *queers* encontraram no *glam* uma liberdade de se expressar e experimentar com estilos, roupas, maquiagens, etc. Era tão democrático e teatral que essa diferença de sexualidade não importava, e não era possível dizer quem se identificava como um ou outro. Mas essa liberdade estava restrita apenas em ambientes de show e programas culturais relacionados com o *glam*, na vida “real”, no dia a dia, essa atitude e estilo ainda eram condenados e muito pouco aceitos socialmente.

Vivienne Westwood e seu companheiro na época, Malcolm, tiveram grande influência no cenário musical e da moda desde o início dos anos 70 quando se instalaram na Kings Road, em Londres, uma rua onde as lojas “eram a resposta visual da rua à cultura pop musical.”³⁴ Naquela rua, vários estilos e identidades estavam juntos, frequentando o mesmo espaço. Em sua biografia, Vivienne conta que nessa época, entre 1971 e 1972, a geração mais nova que ouvia o rock estava exigindo algo mais subversivo, polêmico. Assim, ela e seu companheiro começaram a produzir roupas que, nos anos seguintes, evoluíram e virariam a criação e marco do punk, gênero influenciado fortemente pelo *glam* rock. Não era incomum a busca por novas tendências na Kings Road, e a loja da estilista cada vez mais atraía esse público. É possível dizer que o estilo de roupas punk criou o estilo musical, mas também ao contrário, um não conseguiria se expandir e se apresentar sem o outro. Westwood entendeu que estava no caminho de criar o visual de uma geração inteira com suas roupas, assim como o público que frequentava a Kings Road e a mídia, e Malcolm acreditava que uma banda seria a forma ideal

³⁴ WESTWOOD, V.; KELLY, I. *Vivienne Westwood*. Rocco, 2016. p. 153.

de unir vários aspectos e difundi-los, assim foi criada a banda The Sex Pistols, e junto com ela um novo jeito de se relacionar moda, arte e música, e também de fazer marketing, onde a imagem estava acima de qualquer outro elemento presente.

Realmente depende em quem você acredita. O punk começou ou em Nova York ou em Londres. Ou em 1974 ou em 1975. Para alguns tudo girava em torno da música, para alguns, principalmente os londrinos, tudo girava em grande parte ao redor de um ‘visual’. Para outros era arte. (WESTWOOD, V. KELLY, I. 2016 – p. 181)

Em 1973 os New York Dolls surpreenderam entregando uma performance que se preocupava muito mais com a imagem e a atitude do que a música em si.³⁵ Um show mais teatral do que musical se tornou a marca principal de artistas como Alice Cooper e David Bowie, que apresentaram a habilidade da performance teatral no palco com uma excelência que influenciou muitos artistas e estilos na época e continua influenciando até os dias atuais.

Antes do *glam* rock e da revolução punk, as roupas raramente estiveram em primeiro lugar no mundo da música, elas precisavam dos grupos para serem vistas e se fazerem presentes. A partir desse momento, era quase que o contrário. Elas tomaram a frente e se tornaram o elemento principal de toda a composição, o principal diferencial, algo que podemos notar que não se enfraqueceu, mas ao contrário, está mais forte do que nunca, como podemos constatar com a seguinte passagem da biografia de Vivienne: “Como é dito com frequência no marketing hoje em dia – tamanho é o impacto contínuo do punk – não há nada que venda melhor do que autenticidade.” Podemos dar como exemplo atual de busca de autenticidade no mundo da moda atual a marca portuguesa Monarte, que trabalha com criações exclusivas de artistas, nacionais ou internacionais, que tem liberdade criativa para criar uma obra de arte que posteriormente será transformada em estampas e detalhes. Segundo sua fundadora Klaudia Fenyves Vicente, nasceu justamente por “sentir a necessidade de trazer autenticidade ao mundo da moda”.³⁶

³⁵ AUSLANDER, P. *Performing Glam Rock: Gender & Theatricality in Popular Music*. Michigan, Universidade de Michigan, 2006. p.

³⁶ Monarte. Disponível em: <<https://monarte.com/>>. Acesso em: 04 nov 2018.

Figuras 5 e 6: Monarte coleção Primavera/Verão 2018.



Fonte: Disponível em: <<https://monarte.com/collections/summer-2018>>. Acesso em: 04 nov 2018.

A roupa para as mulheres que se aventuravam no mundo da música sempre foi um fator de extrema importância. Elas sempre foram inferiorizadas em relação aos homens, e no meio musical não seria diferente. Ocorria de adotarem uma atitude e vestimenta masculina para serem respeitadas e levadas a sério, para conseguirem se impor. Janis Joplin é um exemplo, considerada revolucionária ao puxar as barreiras de gênero em sua época. O punk deu as musicistas a possibilidade de explorar as barreiras de gênero, de descobrir e brincar com seu poder, sua força, sexualidade e outras coisas que não eram permitidas a elas. Muitas mulheres entraram no universo punk e montaram suas bandas através da moda, que oferecia uma alternativa ao extremamente feminino que as eram impostas. Segundo Marianne Elliot, mais conhecida como Poly Styrene no cenário musical, cantora e fundadora da banda X-Ray Speck, o punk abriu muitas portas e mudou a posição da mulher no mundo da música. Ela diz que “ele (punk) abriu caminho para que as mulheres se tornassem mais do que objetos sexuais.”³⁷ Apesar disso, ainda era um lugar complicado para as mulheres. Muitas vezes elas precisavam ser “duronas” e usar de elementos e atitudes que causassem choque para ganharem seus espaços, como fez Siouxsie Sioux, conhecida como a “Rainha de Gelo do Punk”, que usou uma braçadeira

³⁷ O'BRIEN, L. *She Bop: The Definitive History of Women in Rock, Pop and Soul*. Inglaterra, Penguin Books, 1995. p. 133.

com uma suástica.³⁸ A necessidade de aprovação masculina no meio e as dificuldades de ser uma mulher em um meio originalmente e de maioria masculina fez com que grupos tivessem períodos curtos de duração e artistas não conseguissem se projetar em carreiras duradouras.

Essas dificuldades fizeram artistas perceberem que o sexy era um caminho e usavam muitas vezes de conteúdos considerados obscenos para se inserirem e, principalmente, se manterem no mercado musical. Desde que se tem notícia, a roupa foi uma ferramenta usada para atrair os sexos um ao outro e isso se intensificou consideravelmente com o fenômeno de Hollywood, e as mulheres na música claramente se aproveitaram disso.

Mulheres usaram sua imagem como uma ferramenta que poderiam usar contra a indústria, ignorando-a (The Raincoats não se importando com suas roupas e se concentrando na música) ou amplificando-a (Siouxsie Sioux com seus sutiãs com aberturas e instrumentos de BDSM). (O'BRIEN, L. 2004 – p. 2014)

A androginia se tornou um lugar onde as mulheres que estavam presas à tirania dos corpos e encontravam uma via de escape. As características mais “neutras” (masculinas) teoricamente tiravam os corpos que tinham se tornado o elemento principal do show de evidência, dava a eles certa liberdade. Madonna foi uma artista de recorreu a androginia quando a prisão dentro de seu corpo e a sexualização de sua imagem se tornou demais e se viu sendo acusada se ser um brinquedo e um ponto turístico sexual pela mídia.³⁹ Nesse momento, ela buscou refúgio na androginia e a explorou no vídeo de *Justify My Love* de 1980, onde a cantora apresentou um visual com características masculinas. k.d lang também utilizou a androginia como forma de se proteger. Lang disse “Androginia é importante na minha vida porque consigo lidar com pessoas em um nível humano, não sexual” e em outra ocasião “Eu uso minha sexualidade, mas elimino o gênero. Penso que o masculino é só uma maneira de sobreviver – do lado de fora. Por dentro sou uma mulher completamente.”⁴⁰

³⁸ O'BRIEN, L. *She Bop: The Definitive History of Women in Rock, Pop and Soul*. Inglaterra, Penguin Books, 1995. p. 134.

³⁹ *Ibid.*, p. 214.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 264.

Figura 7: Madonna no photoshoot de Justify My Love para a revista Glamour, 1990.



Fonte: Disponível em: < <https://todayinmadonnahistory.com>>. Acesso em: 30 set 2018

O punk permitiu que se transitasse entre os gêneros mais facilmente nos anos que seguiram seu fim. Abriu portas para as mulheres através da androginia e em 1984 colunas de moda anunciavam o que seria “A Nova Androginia”, um estilo que viria do jogo de gênero assexuado do punk, estilo esse que contemplaria grupos como Duran Duran e Culture Club. Apesar disso, as brincadeiras com gênero eram muito mais aceitas quando feitas por homens. Boy George, vocalista do Culture Club se tornou uma das principais figuras que transitava entre gêneros e suas características nos anos 80, enquanto mulheres que faziam o mesmo eram acusadas de odiarem os homens e eram chamadas de dyke.⁴¹

A maior marca das estrelas é a habilidade de se transformar, de serem atrativos para ambos os sexos. Então, as estrelas de maior sucesso – de Little Richard e Elvis até Prince e Michael Jackson – tem qualidades masculinas e femininas a mostra. Seu guarda-roupas mental contém um mundo de possibilidades e permutações; quando sua estrela está no firmamento, por que se restringir a algo tão prosaico quanto gênero? (O’BRIEN, L. 1995 – p. 243)

⁴¹ Palavra para se referir a lésbicas, usada na maioria das vezes de forma pejorativa e como insulto.

Nos anos seguintes ao fim dos Sex Pistols, que se dissolveu em 1978, o punk perdeu a força, mas não desapareceu totalmente. Os artistas, grupos e estilos que vieram depois se apropriaram de várias características do punk, incluindo o estilo, além de letras e atitudes, porém de forma menos violenta e controversa. Um dos estilos que derivaram do punk foi a new wave. Grupos como Clash e The Pretenders, além de parte do público, fizeram a migração para esse novo estilo que se tornou popular nos anos 80 e chamou muita atenção por sua música, mas também por suas roupas, cenários e performances.

Assim como o alternativo nos anos 90, o estilo que se constituiu a partir de, entre outros, a absorção dos remanescentes do punk, foi considerado um termo detestável que a mídia criou para se referir a um espectro da música que não se encaixava nos termos já existentes.⁴² Apesar disso, conquistou um público fiel e, apesar de não fazer tanto sucesso no início, crescer e se expandiu, espalhando junto com suas letras e melodias, suas cores, ideias e estilo.

Inicialmente rejeitados pelas rádios e pelas grandes gravadoras, o frescor (diante da desgastada fórmula do rock), a rebeldia e a visão crítica da new wave atraíram a atenção dos fãs cada vez mais desencantados do pop/punk. Seu potencial para criar novos visuais e imagens não foi desperdiçado pelas indústrias que viviam da cultura popular e do mercado para jovens. (FRIENDLANDER, P. 2006 – p. 365)

O estilo apareceu num momento de revolução da TV, com a expansão da televisão a cabo e o nascimento da MTV, fundada em 1981 nos Estados Unidos, que até poucos anos atrás, ainda era um canal importante para a divulgação da música, e foi uma das ferramentas mais importantes para o sucesso da new wave. A ligação que culminou no sucesso do novo estilo foi a junção da música com a imagem (videoclipes) com a entrada da MTV, que se tornou um dos principais meios de divulgação nos anos posteriores.

O vídeo já estava presente na música desde os anos 20, e já havia se tornado uma parte importante com os Beatles, mas se tornou indispensável com a new wave. Com os vídeos na fórmula de criação de música, a imagem dos grupos ou músicos se tornou ainda mais importante. Os jovens que ficavam na frente da TV para assistir aos videoclipes estavam sendo mais influenciados do que nunca nesse momento. A influência que o canal tinha na divulgação e venda de discos e, conseqüentemente, de estilos, era imensurável.

Essencialmente, os grandes selos encaravam os videoclipes como comerciais televisivos, concebidos para vender mercadorias. O escritor Simon Fith comentou que

⁴² FRIENDLANDER, P. *Rock and Roll: Uma História Social*. 4ª ed. Rio de Janeiro, Record, 2006. p. 364.

as gravadoras, através dos clipes, estavam ajudando a criar um novo público para seus artistas através da ênfase em uma particular imagem visual ou identidade. (FRIEDLANDER, P. 2006 – p. 371)

A new wave tinha uma ênfase grande em sua performance e na criação de personagens por seus grupos e cantores. Não era incomum a presença de cenários no palco, ambientes coloridos, luzes, performances teatrais e roupas extravagantes e fora do considerado normal. A música da época passou a ser reconhecida muito mais por sua imagem e seus artistas pela aparência. Os jovens eram os que mais absorviam as influências de estilo e comportamento, buscavam se encaixar em seus grupos de amigos por uma ligação através da música e buscavam também sua própria identidade, criando um elo com aqueles que defendiam ideologias, mensagens e estilos nos quais acreditavam.

Glam rock, punk, new wave, todos esses estilos beberam da mesma fonte e tinham muitas influências em comum, tinham como sua característica principal a teatralidade e a criação de personagens pelos artistas. Em todos eles são os desejos do público em se descobrir e ter novas personagens para se identificar que alimentam o artista a criar e esse mercado a girar, e não ao contrário como se pode pensar. As necessidades da audiência constroem as identidades apresentadas pelos artistas, e assim eles transformam essas identidades em suas próprias, se espelhando no que lhe foi apresentado como alternativa. A liberdade de identidade e sexual que era demandada transformou o mercado musical e audiovisual, que nunca mais seria o mesmo e se tornaria uma das formas mais eficientes de se conectar com o público e influenciá-lo.

No capítulo seguinte será apresentada e analisada a carreira de David Bowie, uma das principais influências para todos os estilos citados nesse estudo, com foco em seus personagens e em como eles ajudaram toda uma geração a se descobrir e expressar, com foco em como ele apresentou e performou as questões de sexualidade e gênero.

4. DAVID BOWIE E SEUS PERSONAGENS

Bowie (1947-2016) é considerado uma figura de extrema importância para o glam rock, influenciando o estilo com sua capacidade de criar histórias e personagens no palco. Devido a sua formação em artes plásticas e cênicas, o músico, já em 1972, criou seu personagem mais conhecido, Ziggy Stardust, como parte do álbum *The Rise And Fall of Ziggy Stardust and the Spiders From Mars*. Antes de Ziggy, o músico já avia apresentado outros personagens em seu álbum anterior, *David Bowie* (1970). Essa troca de personas e a dualidade entre o real e o inventado, o fictício apresentado ao público se tornou um dos pilares que compunham seus estilos. Ele conseguiu acomodar o rock e o teatro em uma única performance de forma nunca vista antes. “Eu me sinto como um ator mais do que um artista de rock quando estou no palco”, disse o artista em uma entrevista.⁴³

Quando jovem, David, ajudado por um professor, conseguiu um emprego em uma agência de publicidade, que além de o inserir em um ambiente criativo, o ensinou sobre marketing, sobre como manipular a opinião do público, conhecimento que o ajudou a alavancar sua carreira mais tarde.⁴⁴ Após o lançamento de seu primeiro compacto simples, *Liza Jane* (1964), ele largou o emprego na agência de publicidade para se dedicar completamente à carreira musical. Apesar disso, os 5 anos que seguiram seu primeiro lançamento foram difíceis e o sucesso só veio em 1969 com “Space Oddity”, música na qual Bowie registrou o fim do romantismo e da visão utópica dos anos 1960 retratando Major Tom, um astronauta melancólico que se separava da terra. O artista foi um dos principais símbolos dessa transformação rápida, e o próprio se descreveu como um artista “que tenta capturar o ritmo das mudanças”, e isso inclusive se tornou tema de uma de suas músicas, “Changes”, que faz parte do álbum *Hunky Dory* lançado em 1971.⁴⁵

Quando David Jones se tornou David Bowie, ainda na década de 1960, se transformando em um artista mundialmente conhecido e aclamado, revolucionou não somente a forma de fazer e pensar música, mas também contribuiu imensamente para criar a convicção liberal do século XXI de que qualquer pessoa pode ser o que quiser.⁴⁶

⁴³ AUSLANDER, P. *Performing Glam Rock: Gender & Theatricality in Popular Music*. Michigan, Universidade de Michigan, 2006. p. 109.

⁴⁴ MARSH, G. 2014. p. 30.

⁴⁵ *Ibid.*, p. 35.

⁴⁶ CULLEN, O. 2014. p. 258.

Na década de 1960 surgiu um interesse dos artistas em explorar áreas diferentes das que já haviam sido apresentadas. O surrealismo e a ficção científica ganharam destaque na criação artística. Temas como espaço, influência da corrida espacial e áreas psíquicas passaram a ser exploradas e cada vez mais uma realidade ilusória virava a principal inspiração. Esses interesses místicos influenciaram a criação de personagens e, como não podia ser diferente, Bowie absorveu muitas características dessa nova onda, pois estava se inserindo no mundo da música nesse momento e também porque artistas que o inspiravam profundamente, como Andy Warhol, incorporavam essas novas descobertas em seus trabalhos.⁴⁷

O inglês, deparando-se com estruturas de palco medíocres quando começou a se apresentar, descobriu nessa falta de infraestrutura umas das ferramentas que seriam de extrema importância para suas performances: o palco filosófico de pensadores do teatro, onde não há limites e é possível criar qualquer tipo de cenário.⁴⁸

Apesar de seu personagem mais famoso ser o alienígena Ziggy Stardust, que como mencionado surgiu em 1972, Bowie já demonstrava sua teatralidade em seu primeiro disco *David Bowie* (1970). Neste, apresenta vários personagens, alguns em primeira pessoa, outros em terceira, e para cada personagem entregava uma voz e um sotaque diferente.

David revelou sua bissexualidade bem no começo de sua carreira, quando a expressou na versão original de seu álbum *The man Who Sold The World* de 1970 que foi banido nos EUA na época, em razão da foto da capa, na qual aparecia trajando um vestido. Contudo, com o seu sucesso, sua entrada no glam rock e a aparição de Ziggy Stardust conseguiu fazer com que seu estilo “estranho” e andrógino fosse considerado uma moda digna de ser apreciada e copiada.

As influências que levaram Bowie a se travestir vieram de vários lugares: dos Mods⁴⁹, que na década de 60, já eram vistos brincando com identidade de gênero. Ambos os sexos usavam maquiagem e pintavam seus cabelos. Bowie em sua adolescência se identificava com o estilo dos Mods e isso o influenciou na construção de seu estilo e da estética do glam rock.

⁴⁷ MARSH, G. 2014. p. 35.

⁴⁸ Ibid., p. 38.

⁴⁹ Subcultura jovem que se tornou popular na Inglaterra no início dos anos 1960. Os Mods eram obcecados em moda e música, e muitos deles dirigiam scooters. Vestiam ternos na maioria das vezes e tinham preferências por músicas como soul, rythm and blues e beat music.

Os mods dos anos 60 vestiam ternos caros e eram muito elegantes. ‘Maquiagem era uma parte importante: batom, blush, sombra, pó compacto... isso era muito dandy... muito elitista,’ disse Bowie. (O’BRIEN, L. 1995 – p. 245)

Também se influenciou por Lindsay Kemp, dançarino, ator, maestro, mímico e coreógrafo que tinha uma aura e sensibilidade gay em suas performances, com quem performou e aprendeu muito sobre o teatro e a representação, por uma produção teatral de Andy Warhol e pelo tempo que passava nas discotecas. Outra inspiração do músico era sua esposa, Angie Bowie, que sempre estimulou sua androginia e o ajudava a se vestir, principalmente quando se tratava dos “vestidos masculinos”, e estava sempre atrás de novos figurinos para o marido e até mesmo usavam as mesmas roupas já que vestiam tamanhos iguais.⁵⁰ Ambos foram figuras importantes na luta para a liberação sexual e “o casal mais famoso a admitir e celebrar nossa bissexualidade tão publicamente”, segundo Angie.⁵¹

A experiência que teve com Kemp o presenteou com conhecimento em atuação, figurino e relação com o público, todos esses vitais para seu sucesso como performer. Aprendendo a se caracterizar, e se expressar através de sua voz e expressão corporal, essa experiência foi fundamental para o sucesso na criação e apresentação de seus personagens quando se apresentava.⁵²

O britânico popularizou o estilo dandy⁵³ nos anos 70, que já era utilizado por estrelas do rock como Mick Jagger. Na época também fazia parte da performance de muitos artistas masculinos o cross-dressing⁵⁴, que ajudava a compor suas personas nos palcos.

Entre os grupos com mais idade, Bowie era conhecido e admirado por suas letras e suas músicas, ele era apreciado em um nível mais intelectual. Porém, entre os mais jovens, o que os atraía ao músico era principalmente sua imagem e seu impacto visual muito mais do que musicalmente. Os jovens queriam se vestir e agir como ele⁵⁵ e é possível constatar seu sucesso e popularidade olhando as paradas de sucesso britânicas de 1973, onde Bowie ocupava 5

⁵⁰ CULLEN, O. 2014. p. 238.

⁵¹ O’BRIEN, L. *She Bop: The Definitive History of Women in Rock, Pop and Soul*. Inglaterra, Penguin Books, 1995. p. 246.

⁵² MARSH, G. 2014. p. 38.

⁵³ Historicamente, é um homem dedicado ao estilo, asseio e moda no vestir e na aparência.

⁵⁴ Vestir roupas tipicamente do sexo oposto.

⁵⁵ AUSLANDER, P. *Performing Glam Rock: Gender & Theatricality in Popular Music*. Michigan, Universidade de Michigan, 2006. p. 132.

posições na lista dos 100 mais tocados daquele ano.⁵⁶ Através de seus fãs colocava a alta moda nas ruas, mas também canalizava elemento das ruas e levava para a cultura dominante.⁵⁷

Bowie considerava que ele e sua plateia eram uma espécie de mutantes e esperava que seus fãs o seguissem. Foi exatamente isso o que aconteceu. Além de sua experiência no teatro, outra coisa fez com que entendesse e soubesse se comunicar com seu público foi o fato de, antes de ser o seguido, ele era o seguidor. Entendendo e experimentando coisas novas quando fazia parte desses grupos de fãs, ele encontra sua voz e se faz líder de sua própria cultura jovem.⁵⁸

Para o guitarrista americano Reeves Gabrels, que trabalhou com Bowie em muitas ocasiões, “o período 1970-73 foi sensacional, porque você podia ir à escola com uma mecha verde no cabelo e dizer ‘Dane-se, estou parecido com David Bowie’”.

(CULLEN, O. 2014 – p. 240)

O álbum *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars*, lançado em 1972, é considerado o disco que mudou a carreira de Bowie e conta a história de Ziggy Stardust, a manifestação humana um alienígena que pousa numa terra condenada não muitos anos à frente, que tenta transmitir uma mensagem de esperança para a raça humana, mas é destruído por sua própria fama e estilo de vida desregrado. O álbum é teatral e narrativo, com um rico visual e uma história fascinante sendo contada, e fez com que Bowie se distinguisse e marcasse a história da música. O personagem, com um visual inesquecível, que mudou radicalmente a aparência de David, criou uma imagem tão forte que não era incomum que as pessoas confundissem sua identidade com a de seu criador. Para a criação da imagem de Ziggy o artista pediu que uma cabeleireira, que lhe foi apresentada por sua esposa na época, criasse um penteado para ele baseado em fotografias de uma jovem de cabelos curtos e vermelhos e em criações do design japonês Kansai Yamamoto, que posteriormente viria a desenhar os figurinos da turnê de David como Ziggy Stardust.⁵⁹

⁵⁶ Disponível em: <<http://www.uk-charts.top-source.info/top-100-1973>> Acesso em: 4 nov 2018.

⁵⁷ CULLEN, O. 2014. p. 236.

⁵⁸ SAVAGE, J. 2014. p. 103.

⁵⁹ BROACKERS, V. 2014. p. 122.

Figura 8: David Bowie com o Visual de Ziggy Stardust



Fonte: The Rise of David Bowie: 1972 – 1973

Enquanto os cabelos vermelhos não mudaram, seu figurino, ao contrário, sofria mudanças constantes e se tornava cada vez mais vanguardista. No início ele vestia o que estava na moda, mas quando sua popularidade cresceu e se tornou possível gastar mais, passou a usar peças criadas exclusivamente para ele, muitos deles inspirados pelos filmes *2001: Uma Odisseia no Espaço* (1968) e *Laranja Mecânica* (1972, no Reino Unido). Criados por Bowie, os primeiros figurinos de Ziggy eram modelados e cortados pelo estilista e alfaiate Freddie Burretti e por uma vizinha, Sue Frost.⁶⁰ Mais tarde, Bowie passou a encomendar figurinos do próprio Kansai Yamamoto. Quanto à maquiagem, durante uma viagem ao Japão em 1973, ganhou aulas de Tamasaburo, uma estrela do teatro kabuki.⁶¹

Bowie criou Ziggy, mas dependeu da ajuda de muitos cabeleireiros, figurinistas e maquiadores para definir seu visual, e é incontestável que a fama e a popularidade de

⁶⁰ BROACKERS, V. 2014. p. 122.

⁶¹ Forma de teatro japonês conhecida pelo drama e pela elaborada maquiagem.

Bowie durante esse período se basearam tanto em sua imagem quanto em sua música.
(BROACKERS, V. 2014 – p. 122)

A figura de Ziggy se tornou uma forma de expressão não somente para seu criador, mas também para seus fãs e o público que o acompanhava, que iam para os shows caracterizados com fantasias do personagem que eram feitas à mão pelos próprios em casa. Muitos jovens encontraram no glam, punk, new wave, em David e Ziggy uma forma de se encontrarem, criarem espaços seguros e expressar quem eram ou quem queriam ser, inseridos em um ambiente onde não seriam julgados ou ganhariam olhos tortos, onde se sentiam livres para performarem o gênero e praticarem a sexualidade que quisessem. Mais do que nunca, é de conhecimento geral a importância da representação na mídia, seja ela de cor, sexualidade, padrões de beleza. Bowie se transformou na representação daquela geração para muitos jovens, principalmente gays e queers em geral, que se descobriram através de sua imagem.

Como sugere Butler, a direção de Bowie para a performatividade da identidade queer trouxe ‘um alívio do status construído do assim chamado heterossexual original’ para implicar que a heterossexualidade considerada normativa na cultura do rock não é mais fundacional do que qualquer outra identidade sexual. (AUSLANDER, P. 2006 – p. 135)

Bowie era, antes de tudo, um performer. Suas identidades apresentadas não condiziam com sua realidade pessoal. Ele criou diversos personagens, como os presentes em seu primeiro álbum, com estilos, sexualidades, vontades e comportamentos distintos. Pode-se dizer que essa gama de personagens permitiu com que mais pessoas se identificassem com ele, sua mensagem chegou um público muito extenso. Os personagens de Bowie apresentavam características andróginas no palco. Suas várias trocas de roupa em apresentações, como o medley de três músicas que ele apresentou no Odeon⁶² em 1973, é considerada uma característica feminina, assim como seus acessórios e sua submissão em atos que performava com seu guitarrista em algumas performances. Apesar disso, era claro que se tratava de uma figura masculina no palco e tudo não passava de personagens. O feminino era “emprestado”, não era fixo e estava sempre mudando.⁶³

Além da música, David também se expressava através da criação de imagens. Tinha grande interesse e conhecimento na fotografia, filmes de arte e pintura. Esses interesses

⁶² Casa de espetáculos em Londres, Inglaterra.

⁶³ AUSLANDER, P. *Performing Glam Rock: Gender & Theatricality in Popular Music*. Michigan, Universidade de Michigan, 2006. p. 144.

influenciaram e ajudaram o artista a fundir sua música com as artes visuais em suas performances. Usou seus conhecimentos em seus clipes e também na criação de cenários para seus shows.

Figura 9: Pintura por David Bowie. “Child in berlin”, 1977.



Fonte: Disponível em <<http://veryprivategallery.com>>. Acesso em: 3 nov 2018.

As várias imagens que Bowie apresentava influenciava-se muito pela rapidez nas mudanças que ocorriam na arte moderna. David defendia que não tinha nenhum estilo, mas era a manifestação e fusão de muitos estilos diferentes. Esse ecletismo criou um novo modo de se fazer e criar arte em todos os campos.⁶⁴

Bowie disse a um entrevistador, na TV, em 1976: “Sempre me deslumbrei com todas as formas de arte do século XX, e minha interpretação sai, *do meu jeito*, dessas formas de arte, do expressionismo até o dadaísmo”. (PAGLIA, V. 2014 – p. 84)

Bowie, em uma adaptação do estilo manequim, que surgiu com a emancipação feminina durante a era do jazz, é um exemplo de como ele junta arte e gênero em um só foco. Modelos de manequins artificiais e também de carne e osso se tornaram um ícone na cultura

⁶⁴ PAGLIA, C. 2014. p. 70.

pop de moda e o estilo foi absorvido pela nova mulher, que tinha um olhar penetrante, uma presença forte e uma imagem da androginia clássica que seria característica de David. O manequim se tornou tão artificial que acabou por se tornar sexualmente neutro.⁶⁵ O músico, que fez uma interpretação de um episódio de uma série de TV onde os manequins de uma loja de departamento vagueiam, congelam e voltam a vida, se transformou no próprio manequim. “Nunca antes um artista importante mergulhara tão completamente num *objet de culte* feminino”.⁶⁶

Quando brincava com gênero, Bowie raramente fazia um travestismo convencional. Suas caracterizações eram sempre exageradas e carregavam uma estética estranha e alienígena. Uma exceção foi o vídeo da música “Boys Keep Swinging”, do álbum *Lodger* (1979).

Figura 10: Bowie no set de gravação de “Boys Keep Swinging”, 1979.



Fonte: David Bowie, 2014.

Apesar de explorar gênero e sexualidade imagetivamente, David não fazia o mesmo frequentemente em suas músicas, e as reflexões sobre os temas aparecem no final de *Aladin*

⁶⁵ PAGLIA, V. 2014. p. 84.

⁶⁶ Ibid., p. 86.

Sane, em duas músicas. A primeira, “The Jean Genie”, fala sobre um garoto de programa sem teto ou raízes, “um vadio que saboreia a sordidez e a sujeira”.⁶⁷ A segunda música, palavra final do álbum, é “Lady Grinning Soul”, que apresenta uma camareira que pode ser descrita como uma “aventureira fria”. “Lady Grinning Soul representa a diferença sexual absoluta, e não o terreno nevoento e borrado da experiência de gênero que Bowie percorre normalmente.”⁶⁸

O marco do fim do período do glam rock de Bowie foi o lançamento de *Diamond Dogs* (1964). Diferentemente dos sentimentos de inquietude e estupefação causados pela corrida espacial presente em *Space Oddity* (1969), o mais novo álbum, que explorava e gerava narrativas baseadas pelas previsões de desastres ambientais e caos social, trazia um clima de medo e maus presságios e desencanto.⁶⁹

Do álbum *Scary Monsters... and Super Creeps* (1980), a o vídeo da música “Ashes to Ashes” contou com storyboards feitos pelo próprio Bowie e foi, em um golpe de sorte, lançado bem no momento em que as mídias começavam a ser uma influência significativa. Com o surgimento da MTV nesse momento, esperava-se dos grandes artistas a produção de filmes e vídeos e a estética visual se tornou fundamental, inovação conveniente para Bowie, que desde sempre focado na imagem, tinha agora novos artifícios para produzir e difundir seu trabalho e acabou por se tornar a maior influência dos primeiros vídeos de música.⁷⁰

Numa época em que o máximo da fama e da influência consiste em ser uma estrela pop, e em que ser uma estrela pop exige combinação do visual e do musical, e ao mesmo tempo personificar o espírito da época, os talentos musicais e visuais de Bowie, que ele considera parte de um *continuum*, lhe permitiram não só utilizar as mídias visuais como um produto orgânico de sua própria e singular abordagem visual da composição musical como também tornar-se um precursor na produção e na disseminação – uma espécie de profeta apropriador. Sua excepcional gama de interesses, ao lado de sua aceitação do mantra ‘o meio é a mensagem’, tornou-se fonte de inspiração para outros artistas – mas, como vimos, ele busca inspiração numa excepcional gama de temas e cria, a partir dela, algo inteiramente novo. (BROACKERS, V. 2014. – p. 141)

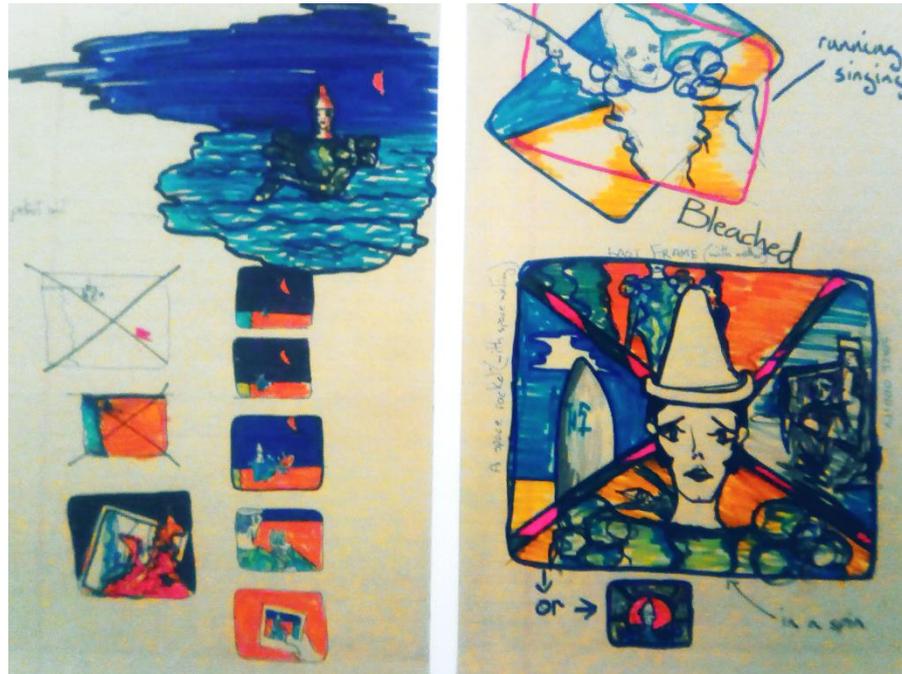
⁶⁷ PAGLIA, C. 2014. p. 83.

⁶⁸ Ibid., p. 83.

⁶⁹ BROACKERS, V. p. 136.

⁷⁰ Ibid., p. 141.

Figura 11: Storyboards originais de David Bowie para o clipe de “Ashes to Ashes”, 1980.



Fonte: David Bowie, 2014.

Bowie, sempre interessado em moda, nunca parou de se reinventar. Nas turnês que aconteceram entre 1996-97 voltou com um cabelo laranja e espetado, que tinha sido abandonado com o fim de Ziggy Stardust, e começou a colaborar com Alexander McQueen, na época ainda um designer jovem e irrelevante.⁷¹

Sua relação com o mundo fashion nunca parou. Consumidor, criador ou inspiração, a presença do artista sempre esteve marcada. Em 2011 houve uma onda de criações no mundo da moda inspiradas por David Bowie. Uma matéria no jornal *Financial Times*, no mesmo ano, dizia que a relação entre a moda e Bowie, mesmo depois de quatro décadas, só crescia, e que ele era, provavelmente, o artista mais citado na história da moda.⁷² Os personagens criados pelo artista entre 1970 e 1980 e suas imagens marcantes são, até hoje, fortes fontes de inspiração para criações não apenas na área musical, mas também na de moda, fotografia, documentários e longas-metragens.

⁷¹ CULLEN, O. 2014. p. 258.

⁷² Ibid., p. 235.

Figuras 12 e 13: Coleção inspirada por David Bowie – Dries Van Noten, Outono/Inverno 2011



Fonte: Disponível em < http://lifestyle.publico.pt/Fotogaleria/297960_dries-van-noten-outonoinverno-2011-12>. Acesso em: 3 nov 2018.

Além de músicas que revolucionariam a indústria e se tornariam referência por décadas, David Bowie também criou designs inovadores e icônicos para roupas, capas de discos, cenários e videoclipes. Em 1974 disse em uma entrevista que queria que sua música se tornasse tridimensional e assumisse um caráter, uma forma e um corpo e que influenciasse as pessoas de forma que as afetasse não somente como uma canção, mas que se tornasse um estilo de vida.⁷³ E realmente, o som se tornou apenas uma dimensão de todos os aspectos de sua carreira e continua, quase meio século depois de seu primeiro disco, a influências artistas, admiradores e criadores de diversas áreas artísticas por todo o mundo.

4.1 Capas de Discos e Suas Histórias

Além de narrativas com seus personagens, suas roupas, cabelos e visuais, Bowie também criou uma narrativa que é contada através das capas de seus álbuns e da evolução de sua música ao decorrer dos anos. As capas de LPs eram extremamente importantes para a divulgação dos álbuns, para capturar o interesse do público e também se tornavam decorações nas paredes de fãs e admiradores. As capas de Bowie estavam entre as mais eficazes nesses quesitos e também eram consideradas as mais perturbadoras, talvez pois o próprio tinha imensa

⁷³ BROACKES, V. 2014. p. 117.

influência em suas criações e sempre colocava nelas o que queria passar com suas músicas.⁷⁴ A linha do tempo das capas dos discos de David e a atmosfera que elas, assim como as músicas, buscavam transmitir se dividem, de certa forma, baseadas em qual cidade do mundo ele estava vivendo. Essa jornada de Bowie se tornou uma das principais inspirações para o desenvolvimento da coleção que será apresentada como produto final desse estudo e que será apresentada seguindo a mesma ordem das capas de disco que a inspirou.

A primeira parada dessa linha do tempo é Londres, sua cidade natal. Em 1967 ele lançou seu primeiro álbum, *David Bowie*, que apresentava uma capa com o artista com cabelos loiros e um casaco desenhado por ele mesmo em uma estética dandista e um olhar pensativo, capturando o desejo do jovem pobre e suburbano pelo sucesso. *Space Oddity*, de 1969, a capa retrata o fato de que Bowie estava inserido em um ambiente mais artístico e criativo e já brincava um pouco mais livremente com a estética. Seu lançamento do ano seguinte, *The Man Who Sold the World*, já mostrava a influência de Kemp sobre Bowie. Com cabelos compridos, um vestido masculino, pulseiras e um chapéu, ele já explorava sexualidade e questões de gênero. As capas alternativas do disco também mostravam uma imagem mais fluida e alternativa e era evidente que Bowie estava explorando as possibilidades mais livremente e algumas dessas capas já traziam vestígios da figura de Ziggy Stardust.⁷⁵ De 1971, o álbum *Hunky Dory* apresentava uma imagem colorizada posteriormente que foi descrita como “glamour brega-retrô que transforma Bowie numa Greta Garbo modernizada”.⁷⁶ Ziggy Stardust ilustrou nada menos que quatro capas de LPs, sendo a primeira em 1972 em *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars*, na qual o alienígena vestia um figurino desenhado pelo próprio David em uma rua escura com “clima de mistério, ameaça e antecipação de sexo selvagem e violência.”⁷⁷ As duas próximas aparições de Ziggy em capas de álbum aconteceram em *Aladdin Sane* (1973) e *Pin Ups* (1973), e em ambas ele aparece com cabelos arrepiados, maquiagem forte e nu. O primeiro apresenta o alienígena com o famoso raio desenhado em seu rosto, enquanto no segundo ele está acompanhando da modelo Twiggy⁷⁸ e ambos carregam expressões de fragilidade. As imagens carregadas e artificiais carregam um artificialismo e futurismo que estava muito presente na época.⁷⁹ A última aparição de Ziggy aconteceu no

⁷⁴ BREWARD, C. 2014. p. 193.

⁷⁵ BREWARD, C. 2014. p. 193.

⁷⁶ Ibid., p. 194.

⁷⁷ Ibid., p. 196.

⁷⁸ Modelo, atriz e cantora mundialmente reconhecida. Foi um ícone cultural britânico e uma modelo adolescente de sucesso nos anos 1960.

⁷⁹ Ibid., p. 196.

álbum *Diamond Dogs*, de 1974, onde ele aparece em uma pintura como um mutante canino posicionado como uma esfinge e traduzia perfeitamente o clima distópico das músicas do disco e o fim da era glam rock para Bowie. O álbum marcou não apenas o fim das aparições do personagem alienígena em capas de álbuns, mas também o seu abandono definitivo por seu criador.⁸⁰

Juntamente com o lançamento da gravação de 1974 também aconteceu a mudança de Bowie para Nova York e, posteriormente, Los Angeles, destinos seguintes da linha do tempo. O primeiro álbum lançado após sua mudança foi *Young Americans* (1975), que apresentava na capa uma espécie de reprise da capa de *Hunky Dory*, com uma imagem que apresentava o mesmo clima nostálgico. A mudança para os Estados Unidos trouxe um uso de cocaína cada vez mais frequente e essa mudança foi refletida na sua produção artística como ocorreu com diversos rockstars da época. Em seus lançamentos seguintes, *Station to Station* (1976), *Low* (1977), *Heroes* (1977) e *Lodger* (1979) apresentavam capas que ecoavam a confusão e tumulto interior com qual Bowie estava lidando e conversavam de forma impressionante com a juventude triste que consumia música naquele momento e também marcaram a transição da “fase Estados Unidos” para a “fase Berlim”.

A mudança de David para Berlim já se manifestava de certas formas em *Heroes e Low*, que já apresentavam uma estética europeia. A capa de *Heroes* evidenciava a obsessão do artista com a Alemanha e parece fazer referência a pinturas de artistas do grupo expressionista Die Brücke. O último álbum da “fase Berlim”, *Lodger*, foi uma inovação em design gráfico e trazia a imagem de Bowie no que parecia o cenário de um crime, com terno escuro, maquiagem e com o nariz aparentemente quebrado.⁸¹

Lançado em 1980, *Scary Monsters... and Super Creeps* deixava para trás o tormento de Los Angeles e Berlim e marcava a volta de Bowie para Nova York. Na capa Bowie parece estar se vestindo ou despindo, a maquiagem é extremamente carregada e a teatralidade remete aos seus primeiros lançamentos, porém muito mais evidente e descarada.⁸² Esse álbum, que trazia o lendário videoclipe de “Ashes to Ashes”, marcou a transição de importâncias, onde as capas de álbum deixariam de ser um dos elementos principais de um lançamento e as histórias passariam a ser contadas pelos vídeos de músicas.⁸³

⁸⁰ Ibid., p. 198.

⁸¹ BREWARD, C. 2014. p. 200.

⁸² Ibid., p. 200.

⁸³ Ibid., p. 201.

Figura 14: Capas dos álbuns de David Bowie lançados entre 1967 e 1980.



David Bowie (1967)



Space Oddity (1969)



The Man Who Sold the World (1970)



Hunky Dory (1971)



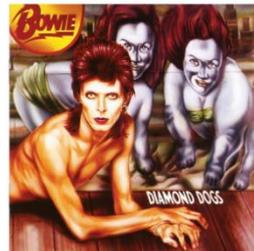
The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars (1972)



Pin Ups (1973)



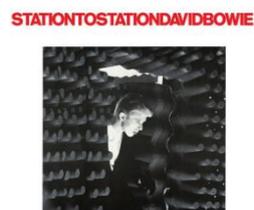
Aladdin Sane (1973)



Diamond Dogs (1974)



Young Americans (1975)



Station to Station (1976)



Heroes (1977)



Low (1977)



Lodger (1977)



Scary Monsters... and Super Creeps (1980)

Fonte: Da autora, 2018.

5. MERCADO

A moda sem gênero, que por muito tempo esteve polarizada na mão de marcas de luxo e sempre foi tópico presente no trabalho de designers japoneses como Rei Kawakubo e Yohji Yamamoto, vem se popularizando e entrando no catálogo de marcas mais acessíveis e grandes lojas de *fast fashion* – como C&A, H&M e Zara – que em 2016, quando o mercado sem gênero ganhou visibilidade e começou a cada vez mais a aparecer em coleções, entraram na onda *genderless* e lançaram coleções para esse público. Ganhando cada vez mais atenção e mais clientes, o mercado está se expandindo e se tornando o queridinho na hora das compras e também de muitos designers de casas de tradição, como podemos observar em coleções recentes de Gucci, Burberry, Calvin Klein entre outras. A coleção de 2016 da Gucci, por exemplo, apresentou uma coleção que desconstruía os padrões de gênero nas cores e nas formas, com ternos de seda com estampas floridas e bordados que eram vestidos tanto por homens quanto por mulheres.

Figuras 15 e 16: Gucci Primavera/Verão 2016



Fonte: Disponível em <<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/gucci>>.

Acesso em: 4 nov 2018.

Muitos novos designers já estão entrando nesse mercado com criações sem gênero e é possível dizer que muitas marcas pequenas estão surgindo e explorando esse mercado influenciadas e inspiradas por essa exposição tanto as grifes quanto as redes de *fast fashion*. Ao que tudo indica, a tendência é que essa moda estará cada vez mais presente.

5.1 Público Alvo

Uma análise sobre as marcas que incorporaram o sem gênero em suas criações X e Y, nos permite ter um panorama de qual público elas alcançam mais frequentemente, e assim, traçar a rota mais adequada para se chegar a quem consome esse produto.

No cenário atual, os principais consumidores da moda sem gênero são jovens adultos entre 20 e 30 anos, pertencentes as classes B ou C e com estilo vanguardista, que gostam de experimentar e não tem medo de novidades. Frequentemente são categorizados como intelectuais, ligados em tendências e com grande apreço por todos os tipos de arte, de pinturas a músicas e cinema.

5.2 Marcas Referência

Serão apresentadas três marcas que tem ideias, conceitos, referências e estilos que se identificam com a marca e os designs que serão o produto final deste trabalho e o conceito fundamental da marca desenvolvida. As principais características presentes nas marcas apresentadas que são inspiração para a coleção criada para esse trabalho são o minimalismo, a abordagem vanguardista e as formas oversized.

JUUN.J

Baseado em Seoul, Coreia do Sul, Juun.J se tornou mundialmente conhecido quando decolou das passarelas da Semana de Moda de Seoul para a Semana de Moda de Paris em 2007. Através de sua visão vanguardista, sua perfeita alfaiataria e desconstrução do vestuário masculino e abordagem da moda sem gênero, a marca tem conquistado cada vez mais o público e os especialistas.

Figuras 17, 18, 19 e 20: JUUN.J Primavera/Verão 2019.



Fonte: Disponível em <<http://juunj.com>>. Acesso em: 22 out 2018.

BLINDNESS

A dupla de designers de Seoul, Coreia do Sul, que começou a ganhar notoriedade em 2016 está emergindo e ganhando atenção. Seus cortes precisos, com uma estética minimalista e formas oversized apresentam, segundo os criadores, seus fortes pontos de vista e são uma forma dos próprios não se tornarem pessoas de mente fechada e ampliarem seus horizontes. Sua última coleção de Primavera/Verão 2019 foi apresentada na passarela da Semana de Moda de Londres.

Figuras 21, 22, 23 e 24: B L I N D N E S S Primavera/Verão 2019.



Fonte: Disponível em: <<http://blindnessstudio.com>>. Acesso em: 22 out 2018.

NotEqual

A marca foi criada em 2012 pelo brasileiro Fabio Costa após sua participação na versão americana do reality show e competição entre designers *Project Runway*. O estilista, que se formou em Bacharelado em Moda na Universidade FUMEC, em Belo Horizonte, e logo em seguida se mudou para Nova York começou sua linha com o objetivo de traduzir seu fascínio com tecidos e suas possibilidades em criações vanguardistas e genderless.

Figuras 25, 26, 27 e 28: Coleção Vndro#1, NotEqual



Fonte: Disponível em: <<http://notequal.co>>. Acesso em: 22 out 2018.

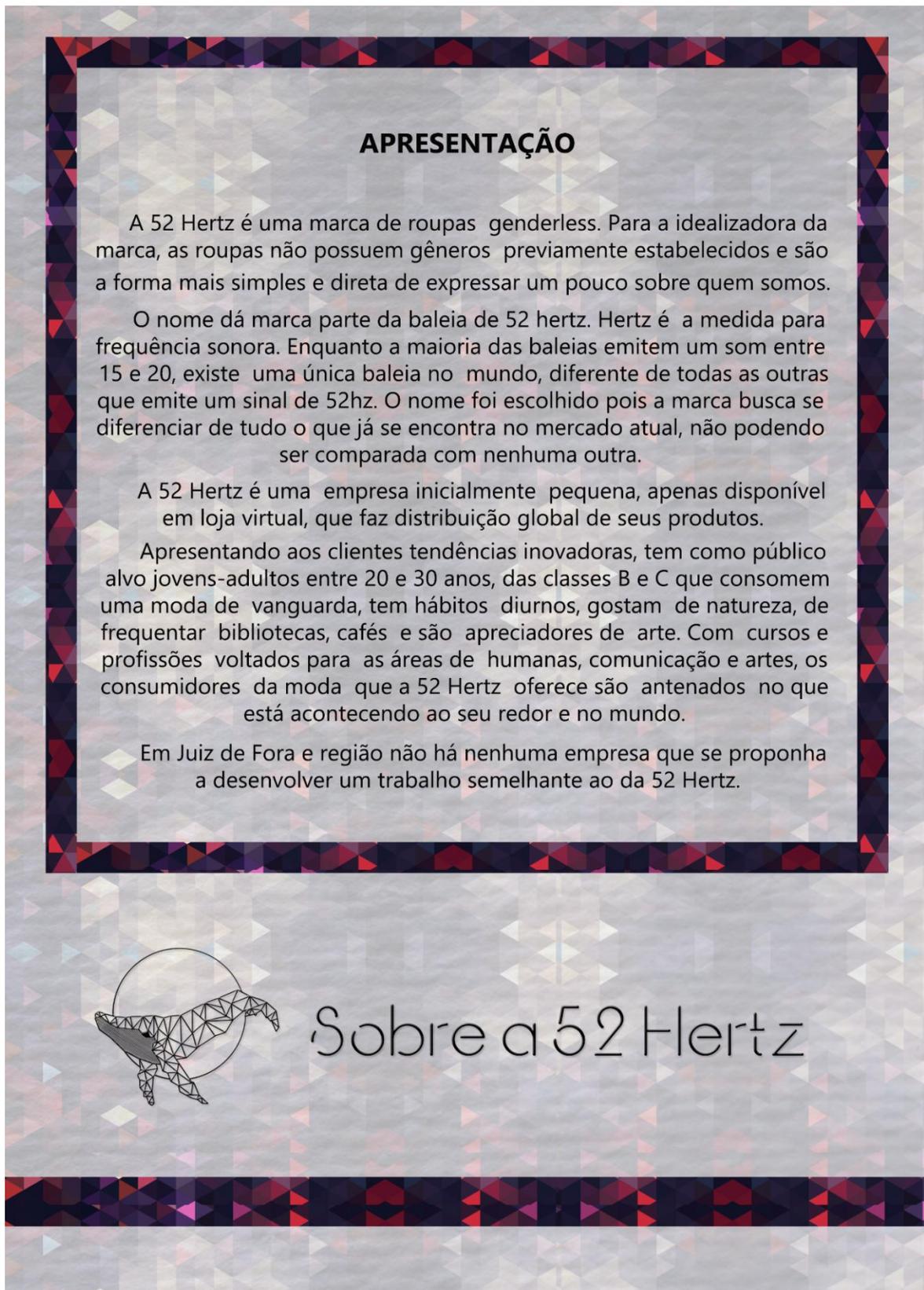
6. DESENVOLVIMENTO DA MARCA

Figura 29: Prancha de identidade Visual.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 30: Prancha de apresentação.



APRESENTAÇÃO

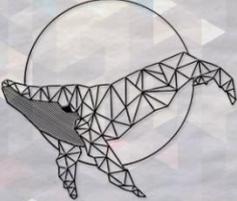
A 52 Hertz é uma marca de roupas genderless. Para a idealizadora da marca, as roupas não possuem gêneros previamente estabelecidos e são a forma mais simples e direta de expressar um pouco sobre quem somos.

O nome dá marca parte da baleia de 52 hertz. Hertz é a medida para frequência sonora. Enquanto a maioria das baleias emitem um som entre 15 e 20, existe uma única baleia no mundo, diferente de todas as outras que emite um sinal de 52hz. O nome foi escolhido pois a marca busca se diferenciar de tudo o que já se encontra no mercado atual, não podendo ser comparada com nenhuma outra.

A 52 Hertz é uma empresa inicialmente pequena, apenas disponível em loja virtual, que faz distribuição global de seus produtos.

Apresentando aos clientes tendências inovadoras, tem como público alvo jovens-adultos entre 20 e 30 anos, das classes B e C que consomem uma moda de vanguarda, tem hábitos diurnos, gostam de natureza, de frequentar bibliotecas, cafés e são apreciadores de arte. Com cursos e profissões voltados para as áreas de humanas, comunicação e artes, os consumidores da moda que a 52 Hertz oferece são antenados no que está acontecendo ao seu redor e no mundo.

Em Juiz de Fora e região não há nenhuma empresa que se proponha a desenvolver um trabalho semelhante ao da 52 Hertz.



Sobre a 52 Hertz

Fonte: Da autora, 2018.

Figura 31: Prancha de público alvo 1.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 32: Prancha de público alvo 2.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 33: Prancha papelaria.



Fonte: Da autora, 2018.

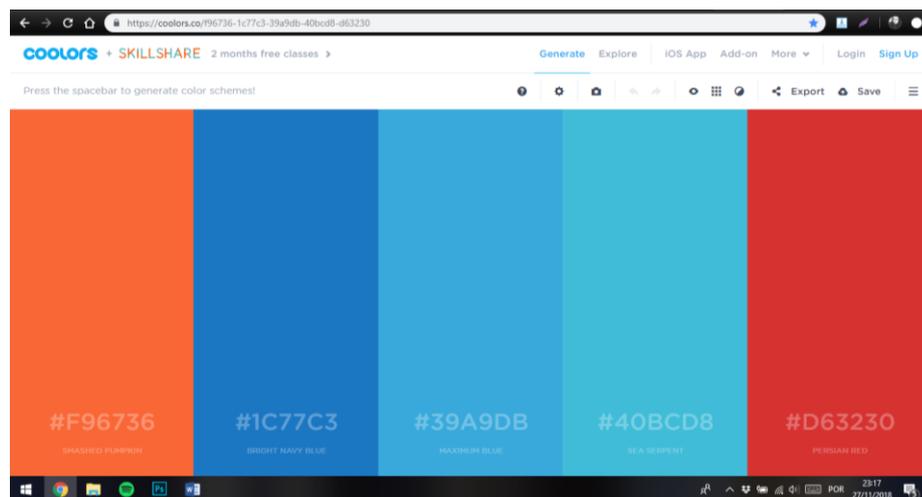
7. DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

A coleção que será apresentada é um trabalho que vem sendo desenvolvido há quase um ano. Foi iniciada com a escolha do tema, pesquisa iconográfica e desenvolvimento de croquis, além de testes de pinturas e manipulações em tecido e estudos de modelagem.

Desde o seu início até o momento final, testes e croquis foram refeitos, descartados e outros criados do zero. Em relação as modelagens, o desenvolvimento de uma coleção sem gênero requer atenção redobrada, pois as peças precisam se adequar aos diversos biótipos que cada gênero apresenta sem perder em qualidade, inovação e forma, mantendo a proposta da marca. Para tal feito, chegou-se ao resultado de modelagens não ajustadas ao corpo, mas preservando formas e curvas naturais do corpo, fazendo adequações de tamanho nos ombro, cavas e busto, locais chave para que as modelagens possam se acomodar bem em todos os corpos. Entretanto, não é uma pesquisa finalizada. As peças apresentadas são fruto de um primeiro estudo que precisa ser levado a diante para se chegar a fórmula mais ideal para o desenvolvimento dessas modelagens.

A paleta de cores apresentada foi inspirada por Bowie, sua estética e seus discos. As combinações criadas em cada *look* foram selecionadas cuidadosamente através de um sistema de combinação de cores.

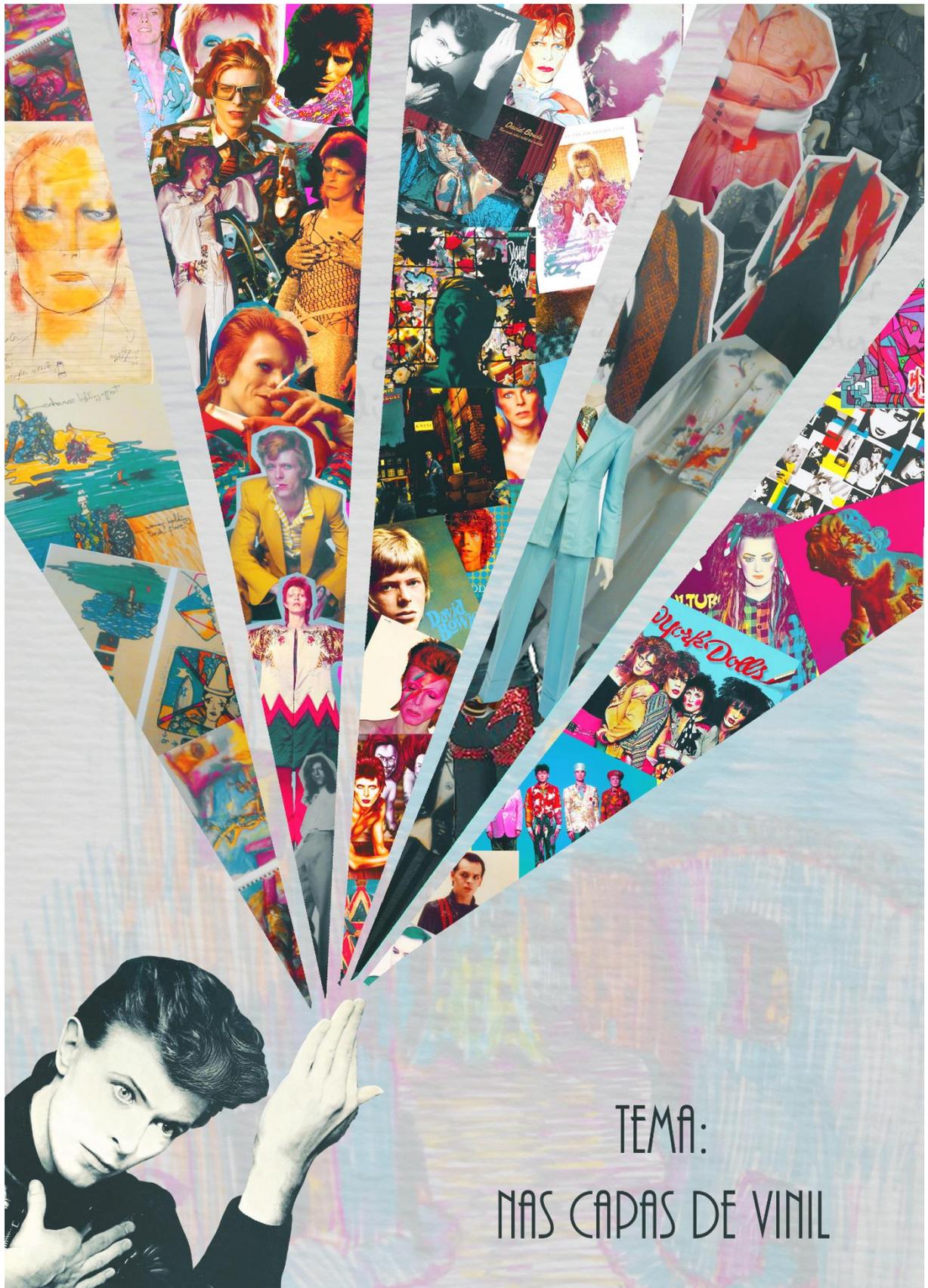
Figura 34: Site utilizado para combinação de cores.



Fonte: Disponível em < <https://coolers.co/93b7be-554348-d4f5f5-8c9a9e-747578> >.

Todas as peças confeccionadas sofreram algum beneficiamento feito de forma caseira. A coleção se mostrou uma oportunidade imperdível para testar técnicas de pintura e tingimento de tecidos, de aplicações e também para se criar novas texturas, curiosidades que surgiram nos primeiros estágios da criação.

Figura 35: Prancha de tema.



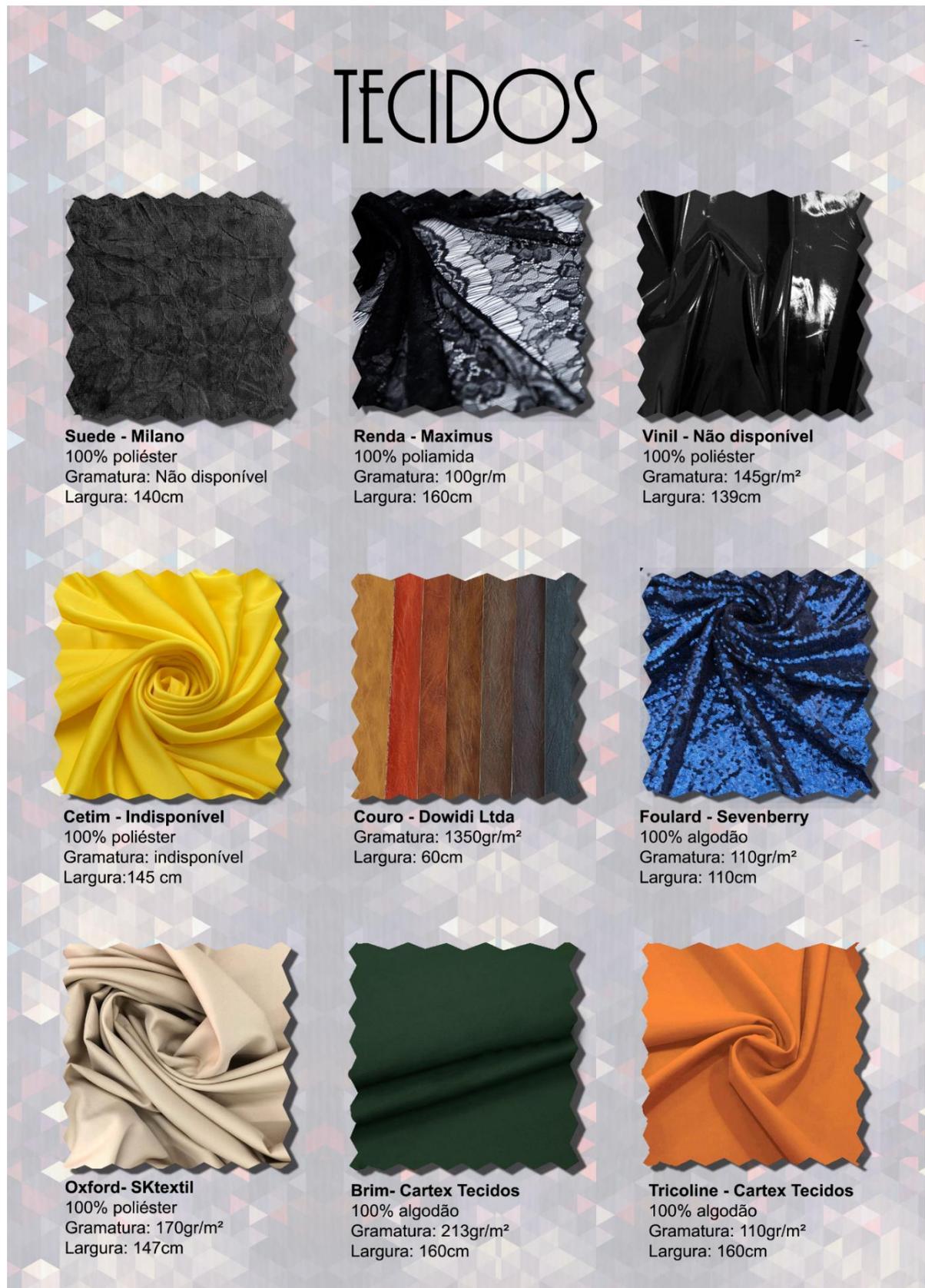
Fonte: Da autora, 2018.

Figura 36: Prancha de paleta de cores.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 37: Prancha de tecidos.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 38: Prancha de aviamentos.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 39: Prancha de design de superfície têxtil.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 40: Prancha de tendências.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 41: Prancha de beleza 1.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 42: Prancha de beleza 2.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 43: Prancha de acessórios.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 44: Prancha de parâmetro de produtos.

PARÂMETRO DE PRODUTOS

Mix de Moda	Básico	Fashion	Vanguarda	Total	%
Mix de produtos					
Casacos	-	2	4	6	17.1
Camisa	1	2	-	3	8.5
Blusa	2	4	-	6	17.1
Calça	-	3	5	8	22.8
Shorts	3	-	-	3	8.5
Vestido	-	1	2	3	8.5
Saia	-	-	2	2	5.7
Top	1	1	1	3	8.5
Overall	-	1	-	1	2.8
Total	7	14	14	35	100
%	20	40	40	100	

Fonte: Da autora, 2018.

Figura 45: Prancha de Croquis 1.

F A S E 1
LONDRES
1967 - 1974



Figura 46: Prancha de croquis 2.

F A S E 2
NOVA YORK
LOS ANGELES
1975 - 1976



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 47: Prancha de croquis 3.

F A S E 3

BERLIM

1977 - 1979



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 48: Prancha de croquis 4.

F A S E 4
NOVA YORK
1980



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 49: Prancha de croquis 5.

F A S E 5
LONDRES
1980



Fonte: Da autora, 2018.

7.1 Confeção

Foram confeccionados na realização desse trabalho 3 *looks* completos, com o total de 5 peças produzidas. Abaixo estarão todas as informações de produção presentes em fichas técnicas e tabelas de custo.

7.1.1 Look 1

Figura 50: Ficha técnica peça 1 – frente.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 51: Ficha técnica peça 1 – verso.

GRADE DO MODELO											
PP		P		M		G		GG		XXG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
				1							

TECIDO					
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		% DE ELASTICIDADE HORIZONTAL X VERTICAL	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Tricoline	92% algodão 8% elastano		Não disponível	Laranja	Marabá
Couro sintético courvin	100% PVC		Não disponível	Preto	VivaTex

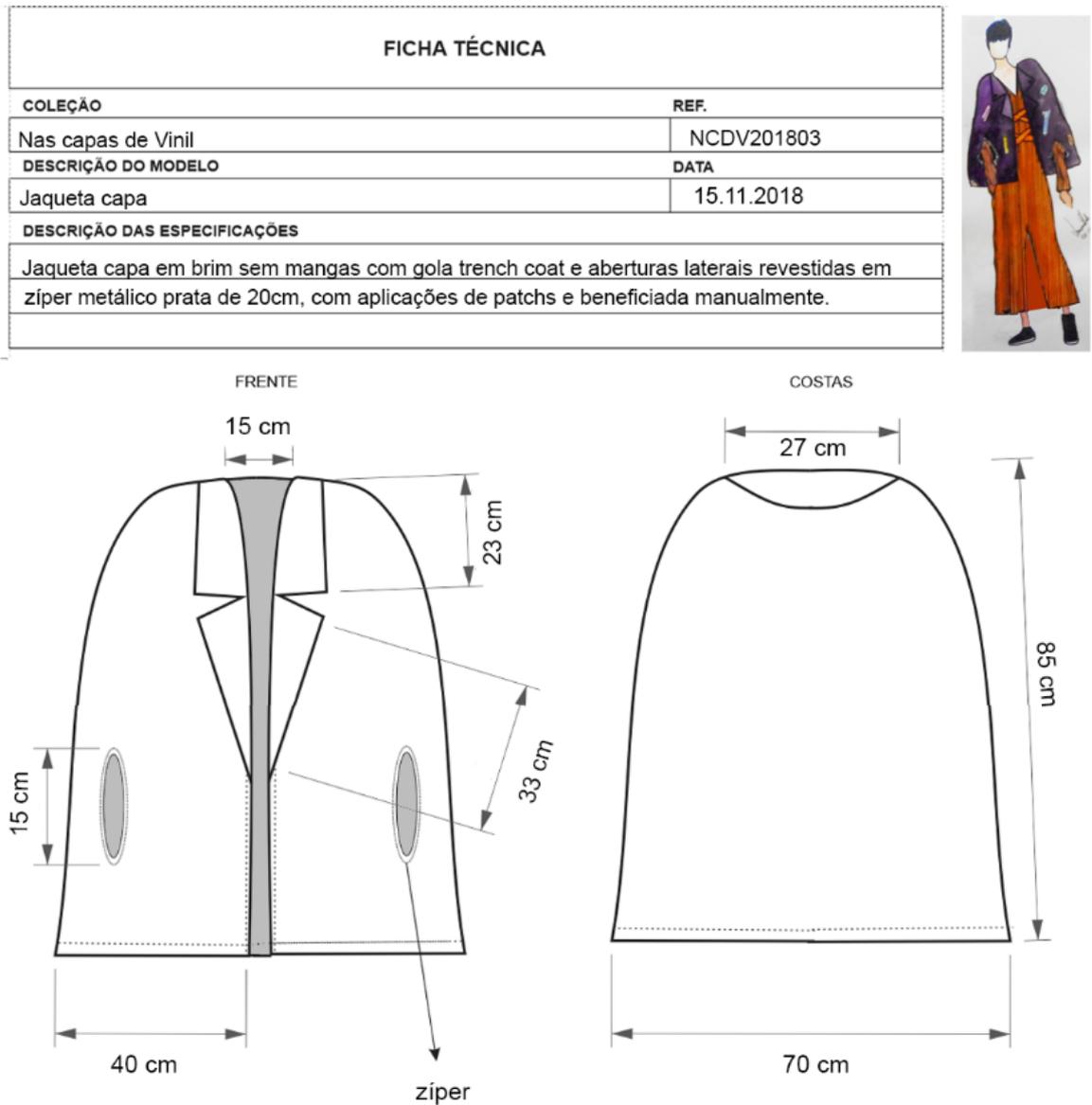
AVIAMENTOS					
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		CONS. PEÇA	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Zíper invisível 30 cm	Poliéster e plástico		1	Laranja	Armarinho Carretel
Linha de poliéster	100% Poliéster		5 m	Preta e Laranja	Caçula

BENEFICIAMENTOS/OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS	
	

Fonte: Da autora, 2018.

Figura 52: Ficha técnica peça 2 – frente.



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 53: Ficha técnica peça 2 – verso.

GRADE DO MODELO											
PP		P		M		G		GG		XXG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
				1							

TECIDO				
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO RENDIMENTO	% DE ELASTICIDADE HORIZONTAL X VERTICAL	CORES	FORNECEDOR
Brim	100% Algodão	Não disponível	Branco	Caçula

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO RENDIMENTO	CONS. PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Linha	100% Poliéster	2 m	Vinho	Caçula
Botão de pressão	Latão	2 un	Prata	Caçula
Zíper	Poliéster e metal	2 un	Prata	Caçula

BENEFICIAMENTOS/OBSERVAÇÕES
Coloração feita manualmente e de forma caseira.



Tabela 1: Custos da peça 1.

Marca: 52 Hertz Coleção: Nas Capas de Vinil				Estação: Outono/Inverno 2019	
Produto: Vestido longo sem mangas				Ref.: NCDV201802	Total: 149,15
Descrição do material	Quantidade	Unidade	Fornecedor	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Tricoline	3	m.	Caçula	19,85	59,55
Linha	5	m.	Caçula	0,04	0,20
Zíper invisível 30cm	1	unid.	Armarinho Carretel	2,00	8,00
Courvin	1	m.	ViivaTex	9,90	9,90
Mão de Obra	11	Horas	-----	6,50	71,50
Total			...		R\$ 149,15

Fonte: IAD/MODA, 2014; Vanessa almeida da Silva, 2018.

Tabela 2: Custos da peça 2.

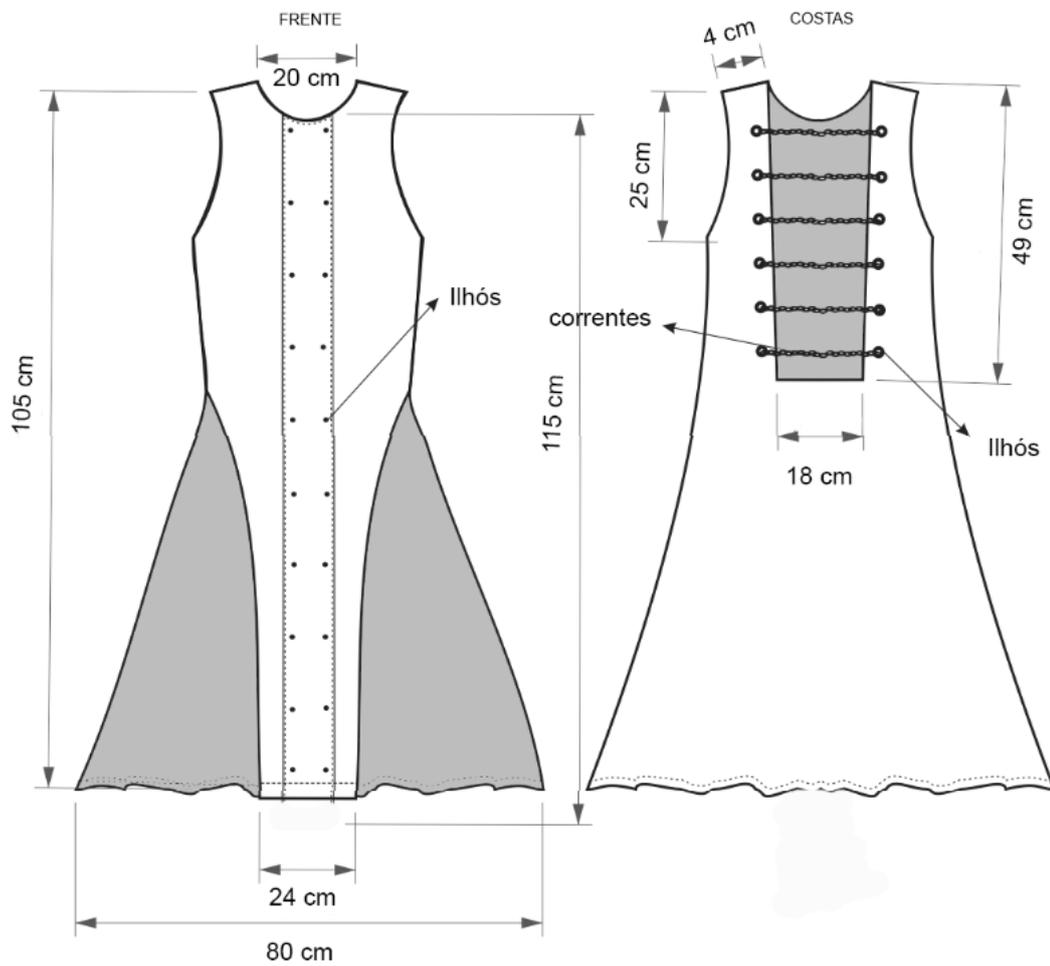
Marca: 52 Hertz Coleção: Nas Capas de Vinil				Estação: Outono/Inverno 2019	
Produto: Jaqueta capa				Ref.: NCDV201803	Total: 128,00
Descrição do material	Quantidade	Unidade	Fornecedor	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Brim	2	m.	Caçula	16,40	32,80
Linha	5	m.	Caçula	0,04	0,20
Zíper	2	unid.	Armarinho Carretel	2,00	4,00
Mão de Obra	14	Horas	-----	6,50	91
Total			...		R\$ 128,00

Fonte: IAD/MODA, 2014; Vanessa almeida da Silva, 2018.

7.1.2 Look 2

Figura 54: Ficha técnica peça 3 – frente.

FICHA TÉCNICA	
COLEÇÃO	REF.
Nas capas de Vinil	NCDV201826
DESCRIÇÃO DO MODELO	DATA
Vestido aberto nas laterais multicolorido	15.11.2018
DESCRIÇÃO DAS ESPECIFICAÇÕES	
Vestido com aberturas laterais, faixa em moletom central, decote quadrado nas costas, correntes no decote e estampa pintada manualmente.	



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 55: Ficha técnica peça 3 – verso.

GRADE DO MODELO											
PP		P		M		G		GG		XXG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
				1							

TECIDO				
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO RENDIMENTO	% DE ELASTICIDADE HORIZONTAL X VERTICAL	CORES	FORNECEDOR
Sarja	100% Algodão	Não disponível	Branco	Caçula
Cetim	100% Poliéster	Não disponível	Amarelo	Caçula
Moletom	Não disponível	Não disponível	Cinza	Normandi

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO RENDIMENTO	CONS. PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Linha	100% Poliéster	2 m	Branca	Caçula
Correntes	Níquel	6 un	Prata	Caçula
Ilhós	Latão	30 un	Prata	Caçula

BENEFICIAMENTOS/OBSERVAÇÕES
Estampa pintada manualmente com tinta para tecido e tinta acrílica.



Tabela 3: Custos da peça 3.

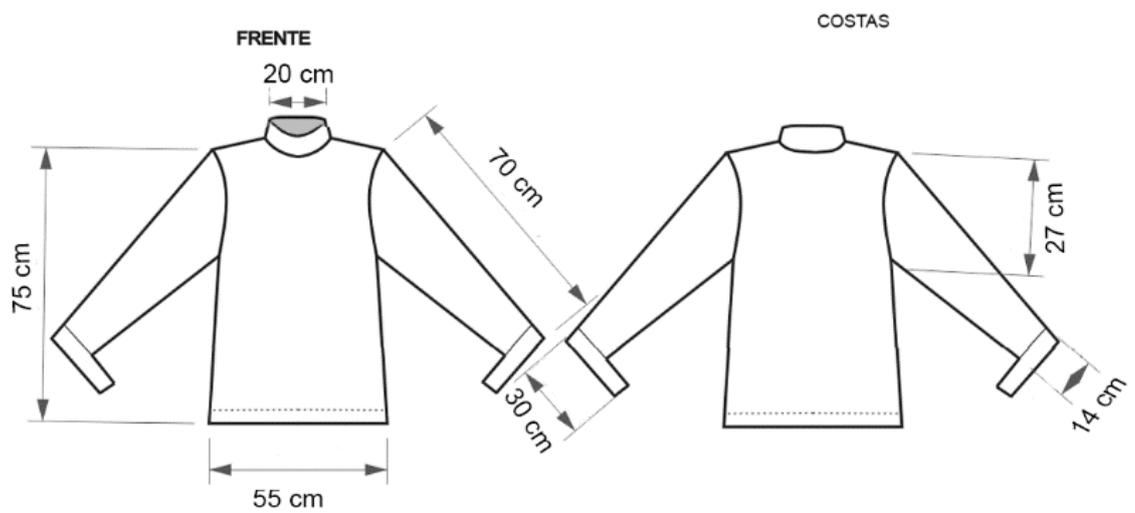
Marca: 52 Hertz Coleção: Nas Capas de Vinil			Estação: Outono/Inverno 2019		
Produto: Vestido com abertura nas laterais			Ref.: NCDV201826	Total: 287,01	
Descrição do material	Quantidade	Unidade	Fornecedor	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Sarja	1	m.	Caçula	11,67	11,67
Cetim	1,5	m.	Caçula	5,90	8,85
Linha	5	m.	Caçula	0,04	0,20
Ilhós	30	unid.	Caçula	0,03	0,30
Correntes	3	unid.	Caçula	2,89	8,67
Tintas para tecido	9	unid.	Caçula	2,38	21,42
Tinta acrílica prata	1	unid.	Caçula	21,40	21,40
Mão de Obra	33	Horas	-----	6,50	214,00
Total			...		R\$ 287,01

Fonte: IAD/MODA, 2014; Vanessa Almeida da Silva, 2018.

7.10.3 Look 3

Figura 56: Ficha técnica peça 4 – frente.

FICHA TÉCNICA	
COLEÇÃO	REF.
Nas capas de Vinil	NCDV201811
DESCRIÇÃO DO MODELO	DATA
Blusa de renda preta	19.11.2018
DESCRIÇÃO DAS ESPECIFICAÇÕES	
Blusa oversized de manga longa em renda francesa com nós nos punhos.	



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 57: Ficha técnica peça 4 – verso.

GRADE DO MODELO											
PP		P		M		G		GG		XXG	
								1			
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56

TECIDO					
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		% DE ELASTICIDADE HORIZONTAL X VERTICAL	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Renda Francesa	92% poliéster 8% elastano		Não disponível	Preta	Não disponível

AVIAMENTOS					
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO		CONS. PEÇA	CORES	FORNECEDOR
	RENDIMENTO				
Linha	100% Poliéster		5m	Preta	Bonfio

BENEFICIAMENTOS/OBSERVAÇÕES

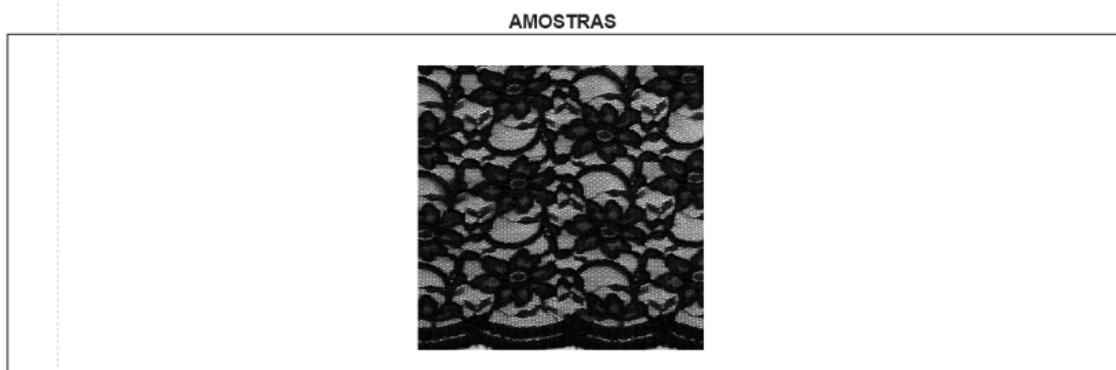
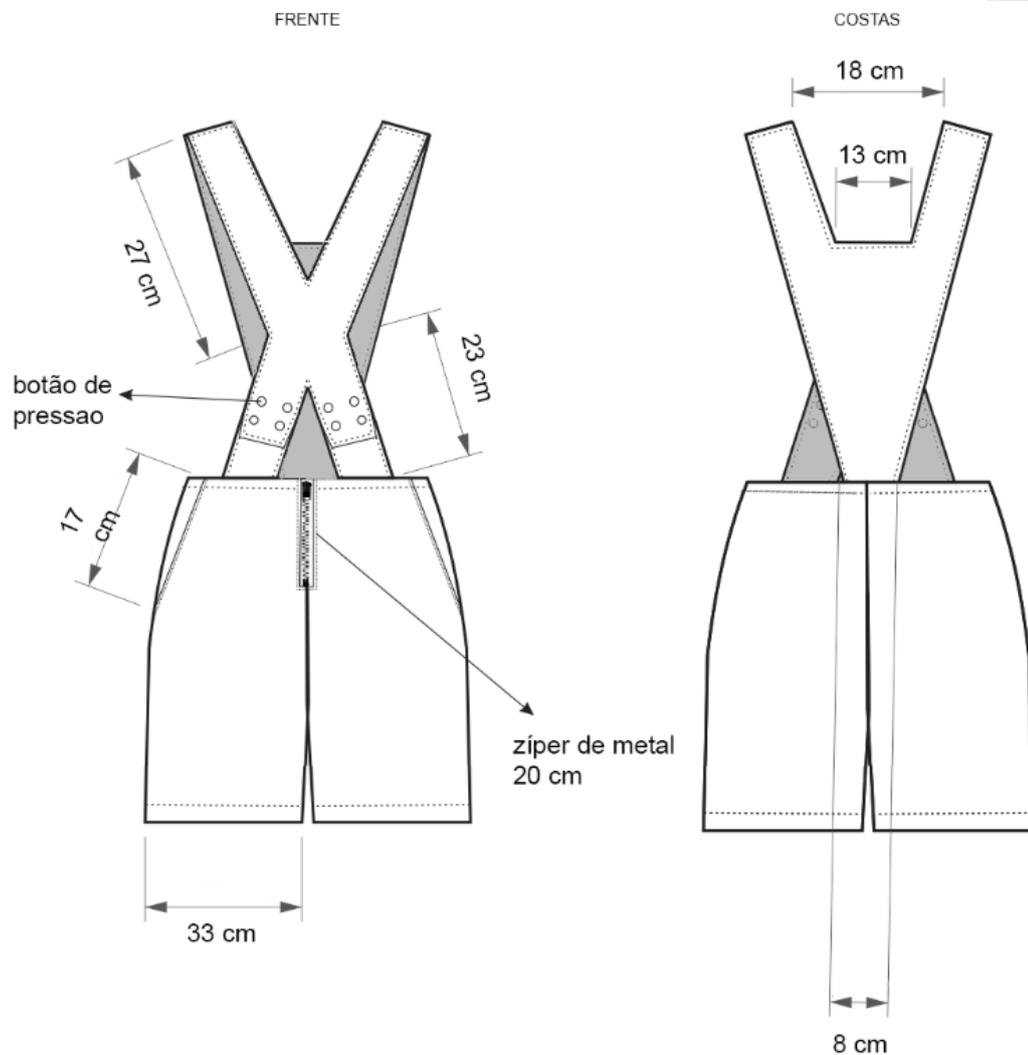


Figura 58: Ficha técnica peça 5 – frente.

FICHA TÉCNICA	
COLEÇÃO	REF.
Nas capas de Vinil	NCDV201812
DESCRIÇÃO DO MODELO	DATA
Macacão colete	15.11.2018
DESCRIÇÃO DAS ESPECIFICAÇÕES	
Macacão colete em suede com fechamento de botão de pressão e zíper metálico dourado de 20 cm e aplicações na parte superior	



Fonte : Da autora, 2018.

Figura 59: Ficha técnica peça 5 – verso.

GRADE DO MODELO											
PP		P		M		G		GG		XXG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
						1					

TECIDO				
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO RENDIMENTO	% DE ELASTICIDADE HORIZONTAL X VERTICAL	CORES	FORNECEDOR
Suede amassado	100% Poliéster	Não disponível	Preto	Caçula

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO RENDIMENTO	CONS. PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Linha	100% Poliéster	5m	Preta	Caçula
Botão de pressão	Latão	8 un	Prata	Caçula
Linha decorativa	100% Poliéster	4m	Dourada	Caçula
Zíper de metal	Poliéster e metal	1 un	Preto e dourado	Armarinho caretel

BENEFICIAMENTOS/OBSERVAÇÕES
Aplicações em linha dourada na parte superior.



Tabela 4: Custos da peça 4.

Marca: 52 Hertz Coleção: Nas Capas de Vinil				Estação: Outono/Inverno 2019	
Produto: Blusa oversized de renda				Ref.: NCDV201811	Total: 137,52
Descrição do material	Quantidade	Unidade	Fornecedor	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Renda Francesa	2	m.	Caçula	11,20	31,98
Linha	2	m.	Caçula	0,04	0,08
Mão de Obra	3	horas	-----	6,50	9,50
Total			...		R\$ 31,98

Fonte: IAD/MODA, 2014; Vanessa almeida da Silva, 2018.

Tabela 5: Custos da peça 5.

Marca: 52 Hertz Coleção: Nas Capas de Vinil				Estação: Outono/Inverno 2019	
Produto: Overall				Ref.: NCDV201812	Total: 145.11
Descrição do material	Quantidade	Unidade	Fornecedor	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Suede amassado	2	m.	Caçula	10,06	21,02
Linha	4	m.	Caçula	0,04	0,16
Botão de pressão	08	unid.	Armarinho Carretel	1,00	8,00
Cola quente	2	unid.	Caçula	1,12	2,24
Linha dourada	1	unid.	Caçula	6,73	6,73
Argola dourada	6	unid.	Caçula	0,08	0,52
Pingente Camurça	3	unid.	Caçula	1,25	3,76
Arame trancado ouro	10	m.	Caçula	5,18	5,18
Mão de Obra	15	Horas	-----	6,50	97,50
Total					R\$ 145,11

Fonte: IAD/MODA, 2014; Vanessa almeida da Silva, 2018.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste trabalho proporcionou um conhecimento mais aprofundado por um tema que já despertava imenso interesse, a música e a moda, a entender como se dá o processo de produção de uma coleção do início ao fim, além de um esclarecimento sobre questões de modelagem e como fazê-la inclusiva para corpos diferentes.

O maior desafio, sem dúvida, foi conseguir pensar em uma modelagem que atendesse a corpos femininos e masculinos, tarefa complicada quando se leva em conta suas diferenças anatômicas. Uma jornada de erros e acertos, peças costuradas e descosturadas, descartadas e feitas novamente do início trouxeram um conhecimento que nunca mais será perdido. Também se mostrou um desafio os beneficiamentos manuais feitos nas peças apresentadas, e esse aspecto também contou com erros e acertos. Além disso, a falta de experiência em costura também se mostrou uma dificuldade, mas foi superada na melhor das possibilidades.

Com a ajuda e apoio de professores, amigos e familiares a realização desse trabalho, projeto pensado desde o início da faculdade de moda, foi possível e os resultados foram apresentados com êxito.

REFERÊNCIAS

- AKDEMIR, N. *Desconstruction of gender Stereotypes through Fashion*. European Journal of Social Science. Istanbul, Volume 5, Fascículo 2, páginas 185-189. Maio-Agosto 2018.
- AUSLANDER, P. *Performing Glam Rock: Gender & Theatricality in Popular Music*. Michigan, Universidade de Michigan, 2006.
- BONADIO, Maria Cláudia. *O Corpo Vestido*. In: MARQUETTI, F.R. FUNARI, P.P.A. *Sobre a Pele: Imagens e Metamorfose do Corpo*. São Paulo, Intermédios, 2016.
- BREWARD, C. Pois “We Are the Goon Squad”: Bowie, a moda e a força das capas de LPs, 1967-1983. In: MARSH, G. (Org.). *David Bowie*. São Paulo, Cosac Naify, 2014.
- BROACKERS, V. Apagando Fogo Com Gasolina: desenhando David Bowie. In: MARSH, G. (Org.). *David Bowie*. São Paulo, Cosac Naify, 2014.
- BRUZZI, S. *Undressing Cinema: Clothing and Identity in the Movies*. 1997.
- BUTTLER, J. *Problemas de Gênero: Feminismo e a Subversão da identidade*. Routledge, Nova York, 1999.
- CRANE, D. *Moda e Seu papel Social*. São Paulo, Senac, 2006.
- CULLEN, O. Changes: A história de Bowie. In: MARSH, G. (Org.). *David Bowie*. São Paulo, Cosac Naify, 2014.
- ENTWISTLE, J.; WILSON, E. *Body Dressing*. Nova York, Berg, 2001.
- FRIENDLANDER, P. *Rock and Roll: Uma História Social*. 4ª ed. Rio de Janeiro, Record, 2006.
- JOHANSSON, K. *Undressing the Androgynous Body: Analysing Gender Equality in the Representation of the Androgynous Bodies within Contemporary Swedish Fashion*. 71f. Dissertação de mestrado – Universidade de Estocolmo, Estocolmo, 2017.
- LIPOVETSKY, G. *O Império do Efêmero: A Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas*. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.
- MARCANGELI, S. *Undressing the Power of Fashion: the Semiotic Evolution of Gender Identity By Coco Chanel an Alexander McQueen*. 111f. Tese de Honra, Universidade de Bucknell, Pensilvânia, 2015.
- MARSH, G. Astronauta de Espaços Interiores: Sundrige Park, soho, Londres... Marte. In: MARSH, G. (Org.). *David Bowie*. São Paulo, Cosac Naify, 2014.

NA, Y, AGNHAGE, T. *Relationship Between the Preference Styles of Music and Fashion*. Inha University, Incheon, 2012.

O'BRIEN, L. *She Bop: The Definitive History of Women in Rock, Pop and Soul*. Inglaterra, Penguin Books, 1995.

PAGLIA, C. Teatro de Gênero: David Bowie no apogeu da revolução sexual. In: MARSH, G. (Org.). *David Bowie*. São Paulo, Cosac Naify, 2014.

PARKER, S. *Gender Fluidity*. In: MORAN, S. *Ethical Ripples of Creativity and Innovation*. Londres, 2016.

SAVAGE, J. Oh You, Pretty Things. In: MARSH, G. (Org.). *David Bowie*. São Paulo, Cosac Naify, 2014.

SIMMEL, G. *A Moda*. 1911. Disponível em:
<http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/03_IARA_Simmel_versao-final.pdf>.

VEBLEN, T. *A Teoria da Classe Ociosa: Um estudo econômico das instituições*. São Paulo: Atica, 1974.

WESTWOOD, V.; KELLY, I. *Vivienne Westwood*. Rocco, 2016.