

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

Isadora Moreira Martins

Moda sem gênero: o processo criativo de uma coleção cápsula experimental

Juiz de Fora
2022

Isadora Moreira Martins

Moda sem gênero: o processo criativo de uma coleção cápsula experimental

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientador: Prof. Dr. Javer Wilson Volpini

Juiz de Fora

2022

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

Martins, Isadora.

Moda sem gênero : o processo criativo de uma coleção cápsula experimental / Isadora Martins. -- 2022.

142 p. : il.

Orientador: Javer Wilson Volpini

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2022.

1. Moda sem gênero. 2. criação de coleção. 3. coleção de moda.
I. Wilson Volpini, Javer, orient. II. Título.

Isadora Moreira Martins

Moda sem gênero: o processo criativo de uma coleção cápsula experimental

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Aprovada em 26 de julho de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Javer Wilson Volpini - Orientador
Universidade Federal de Juiz de Fora

Profa. Dra. Débora Pinguello Morgado
Universidade Federal de Juiz de Fora

Profa. Ma. Gisele de Lima Melo Nepomuceno
Universidade da Beira Interior, Portugal

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, a Universidade Federal de Juiz de Fora por todas as oportunidades que me ofereceu até aqui.

Agradeço também aos docentes do Instituto de Artes e Design por todo o conhecimento compartilhado; em especial ao Professor Dr. Javer Wilson Volpini, pela orientação, e à Professora Dra. Débora Pinguello Morgado, pela presença na banca examinadora;

À Professora Ma. Gisele de Lima Melo Nepomuceno pela disponibilidade em compor a banca de forma remota;

À toda a minha família, sobretudo, aos meus pais, Helder e Rosimar, por todo apoio e incentivo recebido durante toda a minha formação;

Ao meu namorado e fotógrafo, Leonardo, pelo companheirismo, carinho e pela colaboração nesse e em tantos outros trabalhos;

Aos amigos que fiz no IAD por todos os momentos e pelas maravilhosas oportunidades de estarmos juntos em um set; Em especial ao Caio e ao Lucas Melo por terem participado desse projeto;

Às minhas amigas de infância pelo suporte, por todos os objetos emprestados e pela disponibilidade de posar para os meus trabalhos.

“A vida é muito curta para se vestir tristemente.” (LIPOVETSKY, 1989, p. 129).

RESUMO

As questões de gênero estão muito presentes no nosso *zeitgeist*, e isso reflete na moda, que vem se movimentando para criar coleções livres de definição de gênero. Apesar disso, uma significativa parcela dessas coleções *genderless* se apresentam como uma terceira ramificação de produto, contraposta às femininas e às masculinas, com uma estética muito definida, que permite pouca, ou nenhuma, alteração. Dessa forma, esse tipo de moda sem gênero, contraditoriamente, acaba por reforçar a ideia de que as roupas têm gênero. Por isso, este trabalho busca fomentar as discussões acerca do tema, investigando as alternativas que vêm sendo empregadas na construção dessa moda sem gênero, para que seja possível localizar seus pontos fracos e, então, criar uma coleção realmente desconectada das marcações de gênero. A coleção apresentada, cápsula e experimental, é composta por 14 *looks* e inspirada em dois acontecimentos da moda dos anos 1980, que se relacionam com esses questionamentos: o *power dressing* e a montagem da *Cultura Ballroom*.

Palavras-chave: Moda sem gênero. Power dressing. Ballroom

ABSTRACT

Gender issues are very present in our zeitgeist, and this is reflected in fashion, which has been moving to create collections free of gender definition. Despite this, a significant portion of these genderless collections present themselves as a third branch of the product, opposed to the feminine and masculine ones, with a very defined aesthetic, which allows little, if any, alteration. In this way, this type of genderless fashion, contradictorily, ends up reinforcing the idea that clothes have a gender. Therefore, this work seeks to encourage discussions on the subject, investigating the alternatives that have been used in the construction of this genderless fashion, so that it is possible to locate its weaknesses and then, create a collection that is really disconnected from gender markings. The collection presented, capsule and experimental, is composed of 14 looks and inspired by two fashion events of the 1980s, which are related to these questions: Power dressing and the montage of the Ballroom Culture.

Keywords: Genderless fashion. Power dressing. Ballroom

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	– Gabrielle Chanel e o seu cão Gigot em La Paula, 1930.....	15
Figura 2	– Le Smoking YSL, 1966.....	17
Figura 3	– Smoking YSL fotografado por Helmut Newton, 1975.....	17
Figura 4	– David Bowie	18
Figura 5	– Grace Jones.....	19
Figura 6	– Desfile Gucci, 2016.....	20
Figura 7	– Desfile Gucci, 2016.....	21
Figura 8	– Billy Porter, 2019.....	22
Figura 9	– Lil Nas X, na gravação de seu videoclipe, Montero, 2021.....	22
Figura 10	– Zara Ungenred, 2016.....	26
Figura 11	– C&A Gender Neutral Zone, 2021.....	27
Figura 12	– C&A Gender Neutral Zone, 2021.....	27
Figura 13	– Bispo dos Anjos, SPFW N52 2021.....	30
Figura 14	– Bispo dos Anjos, SPFW N52 2021.....	31
Figura 15	– Bispo dos Anjos, SPFW N52 2021.....	32
Figura 16	– Lucas Leão, SPFW N52 2021.....	33
Figura 17	– Lucas Leão, SPFW N52 2021.....	34
Figura 18	– Lucas Leão, SPFW N52 2021.....	34
Figura 19	– Margareth Thatcher com outros estadistas.....	36
Figura 20	– Terno Armani, 1989.....	37
Figura 21	– Juízes julgando a categoria ‘femme queen realness’.....	39
Figura 22	– Madonna no videoclipe ‘Vogue’, 1990.....	41
Figura 23	– Paris is Burning, 1990.....	43
Figura 24	– Pose, 2018.....	44
Figura 25	– Painel de inspiração.....	45
Figura 26	– Painel de inspiração.....	46
Figura 27	– Pesquisa de tendências, materiais e superfície têxtil.....	49
Figura 28	– Pesquisa de tendências, materiais e superfície têxtil.....	50
Figura 29	– Pesquisa de tendências, modelagens.....	51
Figura 30	– Pesquisa de tendências, modelagens.....	52
Figura 31	– Paleta de cores.....	54
Figura 32	– Cartela de tecidos.....	55

Figura 33	– Cartela de aviamentos.....	57
Figura 34	– Tabela de medidas feminina, Paulo Fulco.....	58
Figura 35	– Tabela de medidas masculina, Paulo Fulco.....	59
Figura 36	– Rapport design de superfície têxtil.....	61
Figura 37	– Design de superfície têxtil.....	61
Figura 38	– Design de superfície têxtil.....	62
Figura 39	– Boneco articulado.....	63
Figura 40	– Estudos para a base do croqui.....	63
Figura 41	– Coleção.....	65
Figura 42	– <i>Look 1</i>	66
Figura 43	– <i>Look 2</i>	67
Figura 44	– <i>Look 3</i>	68
Figura 45	– <i>Look 4</i>	69
Figura 46	– <i>Look 5</i>	70
Figura 47	– <i>Look 6</i>	71
Figura 48	– <i>Look 7</i>	72
Figura 49	– <i>Look 8</i>	73
Figura 50	– <i>Look 9</i>	74
Figura 51	– <i>Look 10</i>	75
Figura 52	– <i>Look 11</i>	76
Figura 53	– <i>Look 12</i>	77
Figura 54	– <i>Look 13</i>	78
Figura 55	– <i>Look 14</i>	79
Figura 56	– Looks selecionados.....	80
Figura 57	– Processos da prototipagem I.....	81
Figura 58	– Processos da prototipagem II.....	82
Figura 59	– <i>Looks</i> finalizados.....	83
Figura 60	– <i>Look</i> produzido 1.....	84
Figura 61	– <i>Look</i> produzido 2.....	88
Figura 62	– <i>Look</i> produzido 3.....	95
Figura 63	– <i>Look</i> produzido 4.....	100
Figura 64	– Painel de inspiração de locação.....	109
Figura 65	– Painel de inspiração de iluminação.....	110
Figura 66	– Painel de inspiração de <i>styling</i>	111

Figura 67	– Painel de inspiração de beleza.....	113
Figura 68	– Painel de inspiração de pose	114
Figura 69	– Produção do editorial.....	115

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	–	Parâmetro de coleção.....	47
Tabela 2	–	Matriz conceitual.....	53
Tabela 3	–	Tabela de medidas.....	60
Tabela 4	–	Ficha técnica vestido paête.....	85
Tabela 5	–	Ficha técnica blusa assimétrica.....	89
Tabela 6	–	Ficha técnica bermuda com pregas.....	92
Tabela 7	–	Ficha técnica macacão pantacourt.....	96
Tabela 8	–	Ficha técnica minissaia vinil.....	101
Tabela 9	–	Ficha técnica camisa cropped.....	104

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	MODA SEM GÊNERO.....	15
2.1	RECAPITULAÇÃO HISTÓRICA.....	15
2.2	QUESTÕES DE GÊNERO.....	23
2.3	O MERCADO DE MODA SEM GÊNERO.....	25
2.4	ANÁLISES DE MARCAS.....	29
2.4.1	Bispo dos Anjos.....	30
2.4.2	Lucas Leão.....	32
3	A COLEÇÃO.....	35
3.1	TEMA DA COLEÇÃO.....	35
3.1.1	<i>Power dressing.....</i>	<i>35</i>
3.1.2	<i>Cultura Ballroom.....</i>	<i>38</i>
3,13	Painel de inspiração.....	44
4	DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO.....	47
4.1	PARÂMETRO DE COLEÇÃO.....	47
4.2	PESQUISA DE TENDÊNCIAS	47
4.3	MATRIZ CONCEITUAL	53
4.4	PALETA DE CORES.....	53
4.5	CARTELA DE TECIDOS.....	55
4.6	TABELA DE MEDIDAS.....	58
4.7	DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL.....	60
4.8	CROQUIS.....	62
4.9	CONFECÇÃO.....	80
4.10	FICHA TÉCNICA.....	83
5	EDITORIAL.....	108
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	136
7	REFERÊNCIAS.....	137

1 INTRODUÇÃO

Com as identidades de gênero se tornando a cada dia mais plurais, apesar da parcela mais conservadora da população insistir em celebrar o binarismo, a divisão da moda entre masculina e feminina vem se tornando insuficiente. Embora a necessidade de uma moda sem gênero tenha se tornado óbvia, algumas das soluções que vêm sendo apresentadas são ironicamente limitadoras.

De modo geral, o que observamos é a criação de uma nova ramificação de produto, que leva à nomenclatura agênero e, em grande parte das vezes, se resume a produtos que buscam de todas as formas a neutralidade. Cinzas, com pouco formato ou com formas retas, essas roupas parecem tentar evitar qualquer ousadia que desequilibre sua equação de neutralidade de gênero, amedrontadas principalmente por signos relacionados ao feminino. Dessa forma, essas roupas, se tornam uma armadilha, e acabam traindo seus próprios propósitos e reforçando a ideia de que as roupas possuem gênero.

Com base nisso, esse trabalho propõe aprofundar as discussões a respeito da moda agênero, para, posteriormente, apresentar a criação de uma coleção cápsula experimental sem divisão de gênero. A ideia para o tema dessa coleção é se inspirar em dois acontecimentos da moda dos anos 80, que se relacionam com esses questionamentos: o *Power Dressing* e a montagem da *Cultura Ballroom*. Uma coleção livre e sem nenhum interesse em se mostrar neutra.

O trabalho teórico-prático será dividido em dois momentos, o primeiro deles abordará o embasamento teórico, partindo de uma recapitulação de momentos históricos em que a moda rompeu com alguns padrões de vestuário de gênero, seguido por um breve apanhado das teorias a cerca das questões de gênero. Ainda na parte teórica, o mercado de moda sem gênero será apresentado e estudado, e, para finalizar, duas marcas serão analisadas.

No segundo momento a criação da coleção será apoiada pela metodologia para desenvolvimento de produtos em moda. Esse processo terá início com uma investigação teórica da história do *Power dressing* e da *Cultura Ballroom*, os dois temas de inspiração da coleção, que posteriormente serão traduzidos em pranchas de referências imagéticas. Então, serão analisados os parâmetros de coleção e em seguida será apresentada a pesquisa de tendências que influenciarão a criação. A partir disso serão definidas a matriz conceitual, a paleta de cores, a cartela de tecidos e a tabela de medidas. Na sequência, serão apresentados estudos de design

de superfície têxtil e, finalmente, os 14 croquis criados para compor a coleção, dos quais 4 serão selecionados para serem confeccionados e terão também seus processos de prototipagem e confecção apresentados, seguidos das respectivas fichas técnicas.

O trabalho será encerrado com a apresentação de um editorial que será realizado com as peças da coleção que foram selecionadas e produzidas.

2 MODA SEM GÊNERO

A moda sem gênero é uma prática que rompe com as barreiras binárias de gênero atreladas às roupas. Nesta seção ela será investigada de forma mais profunda, para isso, o ponto de partida será uma retrospectiva dos movimentos presentes na história da moda que desafiaram o binarismo, de modo que possamos compreender quais avanços já foram feitos. Em seguida serão apresentadas algumas teorias acerca das questões de gênero que são importantes para fundamentar a moda sem gênero. Assim, será possível analisar esse mercado de moda, observando as iniciativas de diferentes marcas.

2.1 RECAPITULAÇÃO HISTÓRICA

A subversão das noções de gênero por meio da moda já não é mais uma novidade. Na história da moda podemos encontrar diversos registros de iniciativas no sentido de afrouxar os limites binários atribuídos às roupas. “A começar pela estilista Coco Chanel, que na década de 1920, utilizou o vestuário masculino no seu dia a dia, popularizando peças que antes eram mais usadas pelos homens, como por exemplo, a calça” (SANTOS e JUSTO, 2016, p. 3).

A estilista da grife francesa adicionou em seu próprio guarda-roupa peças inspiradas no uniforme da marinha, como a calça pantalone e a camisa listrada, em busca de conforto e mobilidade para realizar suas atividades de lazer e desportos.

Figura 1 – Gabrielle Chanel e o seu cão Gigot em La Paula, 1930.



Fonte: Site – Chanel (2022).

Apesar dos esforços de Chanel, “esse tabu sobre o uso de calças e de outras peças do vestuário masculino pelas mulheres só veio a ser superado em meados do século XX” (DO BEM; CALVI e LINKE, 2019, p. 84).

No final dos anos de 1960, a moda deu novos passos na direção de uma maior liberdade do vestir, no que diz respeito ao gênero. O movimento Hippie surgiu promovendo uma conduta liberal, e também valorizando “o estilo pessoal, destacando a reafirmação da individualidade dos sujeitos” (SANTOS e JUSTO, 2016, p. 3). Isto posto, com os estímulos proporcionados pela eclosão das contraculturas e pela luta feminista, entra em voga o conceito da moda unissex, que “refere-se a peças desenhadas para se ajustar e favorecer tanto corpos masculinos quanto femininos e é, geralmente, associada a um produto já pertencente ao guarda-roupa dos homens, de modelagem básica e sem apelo *fashion*” (SANCHEZ e SCHMITT, 2016, p. 10). Assim, as mulheres passam a aderir às calças jeans, às golas polo e aos *smokings*.

Já em 1966 o estilista Yves Saint Laurent cria o *Le smoking*, um terno feminino, que segundo Cosgrave (apud SANTOS e JUSTO, 2016, p. 3) “transformou o terno em traje socialmente aceito no vestuário feminino”. Devido ao sucesso do primeiro modelo, Saint Laurent criou vários outros *smokings* femininos ao longo de sua trajetória. Nas imagens abaixo podemos observar dois modelos distintos, o original de 1966, e uma outra versão lançada em 1975, que foi fotografada por Helmut Newton¹ e veio a se tornar a mais conhecida da história da grife.

¹ Helmut Newton (1920-2004) foi um famoso e polêmico fotógrafo de moda alemão do século XX. São características de seu trabalho o erotismo, o fetichismo e o sado-masiquismo. Geralmente suas fotos são em preto e branco, com referência ao *Film Noir*.

Figura 2 – Le Smoking YSL, 1966.



Fonte: Site – Vogue Portugal (2022).

Figura 3 – Smoking YSL fotografado por Helmut Newton, 1975.



Fonte: Site – Lilian Pacce (2022).

Posteriormente, entre o final da década de 1960 e o princípio da década de 1970, surge o *Glam Rock*, um subgênero do rock, também conhecido como *Glitter*

Rock. Esse gênero musical possuía como característica principal o exagero, presente tanto nas músicas quanto nas roupas, maquiagens, penteados e performance de palco. O *Glam Rock* trazia um conceito imagético andrógino, o que começou a abrir espaço para uma maior feminilidade no *look* masculino.

Os expoentes principais do *glam rock* tomavam elementos até então restritos aos trajes femininos e os reformulavam, resultando em visuais andróginos, sexualmente ambíguos, sobretudo usando lurex, cetim e tecidos elásticos com lantejoulas. David Bowie, por exemplo, chamado de “o camaleão do rock”, deliciava seus fãs com uma profusão de elementos a cada rápida e surpreendente transformação de sua imagem, produzindo um impacto significativo sobre os estilos da década (SANCHEZ e SCHIMITT, 2016, p. 7).

Figura 4 – David Bowie.



Fonte: Site – Claudia (2022).

Subsequentemente, começam a despontar, já no início dos anos 1980, estilistas caracterizados por produzir moda masculina de vanguarda. Um deles, Jean-Paul Gaultier, apresentou em 1985 uma coleção de primavera-verão chamada ‘*Et Dieu Créa l’Homme*’ (‘E Deus criou o homem’, tradução da autora), na qual introduziu as saias masculinas. O desfile escandalizou o mercado, mas Gaultier continuou adotando as saias em suas coleções.

Além de David Bowie (figura 4) e dos demais representantes do *Glam Rock*, muitos outros artistas também colaboraram, através de suas próprias imagens, para essa evolução:

Annie Lennox, vocalista da banda Eurythmics, de cabelo raspado, usado terno e gravata; o cantor Boy George, vocalista da banda Culture Club, que sustentava um visual marcadamente andrógino; Grace Jones, com um corte de cabelo quadrado e seu guarda-roupa com elementos associados a ambos os gêneros; e Prince, com seu bigode bem desenhado, maquiagem e roupas espalhafatosas, cheias de detalhes brilhosos e aplicações (SANCHEZ e SCHIMITT, 2016, p. 8).

Figura 5 – Grace Jones.



Fonte: Site – Happers Bazaar (2022).

Até esse momento, todavia, a maior parte dessas mudanças implicava em apropriações de alguns itens específicos do vestuário considerado de um gênero pelo seu oposto, sendo quase sempre a moda feminina que absorvia as peças consideradas masculinas, e ainda operando dentro da mesma lógica binária. Segundo Lipovetsky (*apud* DAL BOSCO e TRIPALLI, 2016, p. 4):

O processo de disjunção, constitutivo da moda de cem anos, foi substituído por um processo de redução da diferença dos sexos no vestir que se lê, por um lado, na inclusão, ainda que parcial, do vestuário masculino na lógica eufórica da moda, e, por outro, na adoção cada vez mais ampla, pelas mulheres, desde os anos 60, de trajes de tipo masculino (calça, jeans, blusão, *smoking*, gravata, botas). A divisão enfática e imperativa no parecer dos sexos se esfuma; a igualdade nas condições prossegue sua obra, pondo fim ao monopólio feminino na moda e “masculinizando” parcialmente o guarda-roupa feminino.

Contudo, foi apenas a partir da primeira década século XXI que vimos o debate em torno das questões de gênero na moda se aflorar e ganhar importância. Com isso surgiram diversas iniciativas de se produzir a, propriamente dita, moda sem gênero, que, distinta da já existente unissex, propõe: “Mais do que a apropriação do vestuário feminino pelo masculino e vice-versa, a proposta de peças *agender* (sem gênero), em teoria, desconecta-se das estéticas relacionadas ao masculino e ao feminino” (SANCHEZ e SCHIMITT, 2016, p. 10).

Em 2016, um desfile de inverno, *menswear*, assinado por Alessandro Michele para a Gucci, amplificou o interesse geral pelo tema. A coleção foi apresentada com uma mistura de manequins masculinos e femininos, vestidos de maneira muito semelhantes, de forma que qualquer tentativa de distinguir os gêneros dos modelos que cruzavam a passarela seria dificultosa. Após esse impacto, diversos estilistas passaram a também produzir peças livres de etiquetas de gênero (LUNA, 2017).

Figura 6 – Desfile Gucci, 2016.



Fonte: Site – Vogue Runway (2022).

Figura 7 – Desfile Gucci, 2016.



Fonte: Site – Vogue Runway (2022).

Além disso, nos últimos anos a curiosidade coletiva pelo assunto apresentou uma nova ascensão, de acordo com a Revista Elle, as buscas por termos relacionados a “neutro” e “sem gênero” na plataforma global de moda e beleza, Lyst, cresceram 33% em 2021. Também houve aumento na procura por marcas sem gênero. Isso pode ser explicado pela nova onda de celebridades, como Billy Porter, Lil Nas X e Harry Styles, que vem recorrendo a visuais *genderless* em suas aparições públicas, como tapetes vermelhos, revistas e videoclipes.

Dessa forma, mais do que um modismo temporário, parece que vivemos um momento bastante apropriado para que a moda sem gênero se desenvolva de maneira orgânica e pulsante - não somente impulsionada por motivações de mercado, mas por uma demanda natural da cultura contemporânea (SANCHEZ e SCHMITT, 2016, p. 13).

Figura 8 – Billy Porter, 2019.



Fonte: Site – Steal the Look (2022).

Figura 9 – Lil Nas X, na gravação de seu videoclipe, Montero, 2021.



Fonte: Site – FFW (2022).

No entanto, ainda hoje, “de modo geral, as marcas ainda creem na importância da separação de peças masculinas e femininas, embora a nova geração

de consumidores, cada vez se importe menos com isso. Para o cliente, a premissa é se eu gosto, eu compro e eu uso” (DAL BOSCO e TRIPALLI, 2016, p. 5).

2.2 QUESTÕES DE GÊNERO

É primordial que a discussão acerca do segmento de moda sem gênero seja antecedida de um breve estudo que abarque as questões que rodeiam as concepções de gênero. No senso comum, muitas vezes, o termo é percebido como um sinônimo para sexo, apoiado em um pensamento biológico e binário. Porém, na realidade o gênero é um conceito sociológico.

De acordo com Jesus, (apud NETTO, 2016, p. 13) “o gênero vai além do sexo: o que importa, na definição do que é ser homem ou mulher, não são os cromossomos ou a conformação genital, mas a auto percepção e a forma como a pessoa se expressa socialmente”. Segundo o dicionário Aurélio (apud GUEDES, 1995, p. 5) o termo pode ser definido como “qualquer agrupamento de indivíduos, objetos, ideias, que tenham caracteres comuns”.

Dentro do meio científico, as primeiras designações de gênero datam meados do século XX, conforme esse entendimento, o gênero seria socialmente construído, relacionado ao comportamento esperado do sexo. “O sexo era ainda tomado como natural no sentido de ser um destino que acabaria por fundar o gênero. O sexo era a verdade da natureza, como muitos ainda pensam no âmbito do senso comum” (SANCHEZ e SCHMITT, 2016, p. 9).

A ideia de gênero definida a partir do sexo (enquanto categoria natural, binária e hierárquica) esta incutida em uma essência naturalmente masculina ou feminina inscrita em sua subjetividade. Essa noção fundamenta teorias essencialistas ou totalizantes, segundo as quais há apenas uma única forma estável e homogênea de ser mulher ou de ser homem, estabelecendo-se, dessa forma, categorias fixas e estáveis do gênero. Assim, de acordo com essa concepção, enquanto “sexo” descrevia os aspectos biológicos, “gênero” compreendia a construção cultural sobre as diferenças entre homens e mulheres, baseadas em suas diferenças biológicas. Tais proposições só vieram a ser refutadas na terceira geração feminista, onde se desnaturalizou e desconstruiu essa perspectiva de gênero provinda das gerações anteriores (LUNA, 2017, p. 30).

Apesar de relacionar, de certa forma, o gênero e o sexo, essa teoria já considerava que os indivíduos poderiam não se identificar com o gênero correspondente à sua conformação biológica. No entanto, essa ainda é uma tese

binária e fixa, que produz estereótipos restritos de expressão e de comportamentos masculinos e femininos, e marginaliza todos aqueles que não são capazes de se adequar. (LUNA, 2017). “A regulação binária da sexualidade suprime a multiplicidade subversiva de uma sexualidade que rompe as hegemonias heterossexual, reprodutiva e médico-jurídica” (BUTLER, 2021, p. 47).

Mais tarde, Judith Butler inseriu a noção de *performatividade* de gênero, dessa forma o gênero deixa de ser entendido como binariamente limitado, uma vez que ele se torna o seu próprio resultado.

Nesse sentido o gênero não é um substantivo, mas tampouco é um conjunto de atributos flutuantes, pois vimos que seu efeito substantivo é *performativamente* produzido e imposto pelas práticas reguladoras da coerência do gênero. Consequentemente, o gênero mostra ser *performativo* no interior do discurso herdado da metafísica da substância – isto é, constituinte da identidade que supostamente é. Nesse sentido o gênero é sempre um feito, ainda que não seja obra de um sujeito tido como preexistente à obra. No desafio de repensar as categorias do gênero fora da metafísica da substância, é mister considerar a relevância da afirmação de Nietzsche, em *Genealogia da moral*, de que “não há ‘ser’ por trás do fazer, do realizar e do tornar-se; o ‘fazedor’ é uma mera ficção acrescentada à obra – a obra é tudo”. Numa aplicação que o próprio Nietzsche não teria antecipado ou aprovado, nós afirmaríamos como corolário: não há identidade de gênero por trás das expressões do gênero; essa identidade é *performativamente* constituída, pelas próprias “expressões” tidas como seus resultados” (BUTLER, 2021, p. 56).

A definição de *performatividade* nos permite compreender o gênero em suas infinitas possibilidades, uma vez que ele está sendo incessantemente construído e modificado. “Hoje já podem ser encontradas mais de 50 nomenclaturas de identidade de gêneros, há cerca de 31 identificações de gêneros já reconhecidos pela Comissão de Direitos Humanos de Nova York” (NETTO, 2016, p. 19). Considerando as inúmeras perspectivas de *performance* de gênero não é pertinente insistir em dividir a moda de forma binária, uma vez que isso limita as possibilidades de expressão. “As roupas, como artefatos, “criam” comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes” (CRANE, 2013, p. 22). Assim, as roupas apresentam um largo potencial como aliadas dessa performatividade. Por intermédio das roupas é possível afirmar identidades diversas e também modificá-las. Porém, para isso é preciso possibilitar que os signos de vestimenta sejam equacionados de forma livre, fluida, e pessoal, ou então continuarão apenas reforçando a binariedade.

2.3 O MERCADO DE MODA SEM GÊNERO

A moda sem gênero, também conhecida por diversas terminologias, *genderless*, *plurisex*, *agender*, estilo neutro, *no gender*, *blender-gender*, *gender-neutral*, *gênero fluido* e andrógina, tem como característica a criação e comercialização de peças isentas da lógica binária de diferenciação de gênero. São peças que devem estar, em aspectos técnicos de tamanho e modelagem, aptas a vestir homens e mulheres, mas que não demandam e nem pretendem rotular para quem foram criadas. “Nesse contexto, a moda sem gênero questiona as imposições de cores, formas, modelagens, modelos e estruturas das roupas como determinadas pelos sexos, e estimula a mistura e o uso desprendido das peças” (PERLIN e KISTMANN, 2018, p. 9).

Essa é uma maneira de fazer moda que vem crescendo no país e no mundo, e está sendo interpretada pelo mercado de múltiplas formas.

Por vezes, no mercado de moda “sem gênero”, há uma ideia de (1) movimento revolucionário da moda. Já em outros momentos, durante a análise de textos e imagens, percebe-se um direcionamento à (2) homogeneização para um dos gêneros, onde a moda “sem gênero” permanece dentro de um padrão de binariedade. Ou ainda, encontramos nessas práticas representacionais, discursos que parecem apontar o mercado da moda “sem gênero” como parte, tão somente, de uma estratégia, uma ferramenta para se atingir o público, em que se estabelece um novo nome para um (3) segmento de mercado já existente há muito tempo (LUNA, 2017, p. 69).

A multimarcas inglesa de luxo, Selfridges, por exemplo, promoveu em 2015, durante os meses de março e abril, uma experiência de compras *agender*. Os manequins femininos e masculinos foram retirados e as roupas foram expostas sem divisão de gênero. Já a multinacional, Zara, lançou, no ano seguinte, uma coleção de dezesseis peças denominada ‘Ungendered’, que não agradou ao público. O que incomodou foi a falta de ousadia e originalidade, os itens eram todos básicos, na paleta de cores cinza, branco e marinho, e no mix de produtos limitado a camisetas, jeans e moletoms, ou seja, nada além de roupas que já são produzidas pelo segmento unissex há muito tempo.

Figura 10 – Zara Ungenred, 2016.



Fonte: Site – Cosmopolitan (2022).

Outro exemplo, a loja de departamentos C&A, apresentou, no Brasil, em 2021, a coleção capsula ‘Gender Free Zone’, composta por quatro modelos, sendo três vestidos e uma saia. Entretanto, neste caso as peças também eram básicas, com paleta de cor neutra, variando entre cinza e preto, modelagens *oversized* e tecidos mais encorpados. Ou seja, a proposta da C&A não conseguiu expandir os limites do que é o estereótipo de uma roupa sem gênero. Além disso, as peças foram divulgadas fotografadas apenas em um modelo masculino, o que nos leva a questionar se são roupas agênero ou vestidos e saias para homens.

Figura 11 – C&A Gender Neutral Zone, 2021.



Fonte: Site – Uol (2022).

Figura 12 – C&A Gender Neutral Zone, 2021.



Fonte: Site – Uol (2022).

A partir desses exemplos, podemos observar algumas práticas comuns dentro do mercado de moda sem gênero. A primeira delas é “um vestuário marcado pela

ausência (não há cores, não há estampas inusitadas, não há diferentes corpos)” (LUNA, 2017, p. 80). Uma expressiva parcela desse setor aposta em uma mesma linguagem visual resumida: modelagens folgadas e básicas, cores neutras e sóbrias e formas retas. Empenhando-se em neutralizar qualquer símbolo de “feminilidade” ou “masculinidade”, essas marcas acabam apresentando roupas desinteressantes, que muito se assemelham ao já antigo setor unissex, e se repetem infinitamente sem demonstrar nenhum traço de personalidade ou de *design*.

Um número significativo de marcas vem se equivocando no que acreditam entender por moda *agender*, e, assim, lançando coleções e linhas bem inexpressivas no mercado apenas para não perder a oportunidade de estar presente junto ao “acontecimento *fashion*” do momento (DAL BOSCO e TRIDAPALLI, 2016, p. 6).

Além disso, ao apostarem em um novo conjunto de produtos, que parece a todo custo evitar semelhanças com aqueles presentes nos guarda-roupas femininos e masculinos, essas marcas acabam por reforçar a ideia de que as roupas são sim binárias, rompendo, assim, com o seu próprio discurso fundador. “Contudo, um dos maiores desafios atuais para o campo do design é superar os discursos e legados do movimento moderno e o pensamento binário sem recair em uma reprodução da falsa neutralidade” (ZAMBRINI, 2016, p. 5).

Enquanto o uso de roupas masculinas por mulheres parece comum e já vem sendo apresentado ao longo da história, como já foi citado, outra prática bastante comum, em parte, do segmento agênero é uma hesitação em utilizar símbolos e signos que expressem, principalmente, algum grau de “feminilidade”. “Como a maioria dos campos sociais, o campo da moda tem uma herança histórica e cultural que superestima o masculino em detrimento do feminino” (ZAMBRINI, 2016, p. 55). Para Hooks (2019, p. 220), “escolher se parecer com uma “mulher” quando se é “homem” é sempre construído na mentalidade patriarcal como uma perda, uma escolha que só tem valor de ridículo”.

Em muitas coleções e marcas *genderless* do mercado, sempre que a figura masculina é apresentada em relação com algum elemento feminino, ele é sutil, ou é suavizado por outros elementos que exprimem masculinidade. Estampas amplas e cores saturadas são balanceadas com modelagens masculinas e tecidos encorpados; Usos de brilhos ou rendas são feitos de forma discreta e combinados

com cores sóbrias; quando aparecem, saias e vestidos estão atrelados a calçados pesados, blazers e barba (LUNA, 2017).

Em relação ao uso de saias por homens, é possível constatar a presença de modelagens semelhantes em roupas tradicionais masculinas de algumas culturas, como por exemplo, o *Kilt* na Escócia, o *Gho* no Butão e a *Fustanella* na Grécia. Todavia, essas são peças tradicionais, usadas em situações específicas, e não tem valor de moda. A saia como item *fashion*, quando adotada pelos homens, vem combinada a itens bastante “masculinos”, como constata Luna (2017, p. 92) ao analisar imagens de homens de saia:

Apesar de ser uma peça mais comum ao vestuário feminino, apresentam cores, modelagem e formatos bem “masculinizados”. É possível perceber que há uma diferença nessa saia vestida por homens, pois nela estão presentes elementos que remetem ao padrão estereotipado de masculinidade. Elas são longas, com tecidos encorpados, pesados e surgem em cores sóbrias ou estampas comuns ao vestuário masculino (por exemplo, a estampa encontrada em uniformes militares). Além disso, os participantes presentes na imagem apresentam feições sérias, a parte superior do corpo nua e usam sapatos mais robustos, que, no conjunto, acabam transmitindo uma mensagem mais bruta.

Portanto, ao discurso do gênero fluido, interessam muito mais as marcas que estão dispostas a subverter a binariedade, desconectando as roupas das relações culturalmente estabelecidas com um ou outro gênero. Contando com amplas grades de tamanhos, liberdade e criatividade, é possível produzir uma moda em que roupas sejam apenas roupas, e assim viabilizar que o público faça suas escolhas a partir apenas de sua personalidade e gosto pessoal. Para a moda, mais útil do que criar uma nova classificação de produtos, seria apenas desfilarem modelos masculinos em vestidos, por exemplo, ou apresentar coleções sem distinção de *menswear* e *womenswear* – o que já tem sido feito por algumas marcas (FFW, 2021).

2.4 ANÁLISES DE MARCAS

Na moda brasileira, são conhecidos alguns exemplos de marcas com propostas de moda agênero, capazes de realmente subverter a binariedade de gênero, sem perder de vista o *design* e a criatividade. Dentre elas, foram selecionados dois exemplos, Bispo dos Anjos e Lucas Leão, que serão analisados a

seguir, a partir de imagens das apresentações que ambas fizeram no São Paulo Fashion Week N52, evento que ocorreu em novembro de 2021, em formato híbrido.

2.4.1 Bispo dos Anjos

Criada por Hudson Bispo dos Anjos, a marca tem como uma das características principais de seu discurso o reaproveitamento de retalhos, sobras de rolos de tecidos e resíduos têxteis. As peças são criadas através de técnicas de *upcycling* (técnica de reaproveitamento de materiais que seriam descartados), e isso, somado à restrição da matéria-prima, faz com que cada peça seja única.

No campo do gênero, suas modelagens são criadas com base na anatomia do corpo masculino, porém a marca não pretende vestir apenas esse público. A partir da incorporação de muitos elementos “femininos” acredita remover de suas roupas as marcações de gênero. Bispo dos Anjos considera o traje como uma poderosa forma de expressão, afirmação e comunicação de identidade contra códigos e protocolos contemporâneos.

Figura 13 – Bispo dos Anjos, SPFW N52 2021.



Fonte: Site – SPFW (2022).

A edição N52 foi a sua estreia no São Paulo Fashion Week, a coleção apresentada é denominada “Paramento Affair”. Nas imagens podemos observar o uso indiscriminado de referências culturalmente ligadas ao feminino, como babados, laçarotes, mangas bufantes, renda, brilho e figuras de coração e flor. As modelagens trazem um ar romântico, mas, na contramão, as transparências, o *underwear* e a pele à mostra temperam a coleção com uma pegada fetichista.

Figura 14 – Bispo dos Anjos, SPFW N52 2021.



Fonte: Site – SPFW (2022).

Figura 15 – Bispo dos Anjos, SPFW N52 2021.



Fonte: Site – SPFW (2022).

Um ponto negativo observado em Bispo dos Anjos, é que tanto na apresentação do São Paulo Fashion Week, quanto no site, foram usados apenas modelos do sexo masculino. Dessa forma, não é possível observar como as peças caem em corpos femininos.

2.4.2 Lucas Leão

Lucas Leão é conhecido por seu trabalho de pesquisa e inovação que relaciona moda e tecnologia. A coleção a ser analisada, “Erebus”, foi desfilada em realidade aumentada, ao vivo, em formato *digital*². Lucas também afirma questionar os padrões de gênero e veste ambos os corpos com plumas, rendas 3D, texturas proporcionadas por manipulação têxtil e estampas digitais.

² Formato que engloba o físico e o digital.

Figura 16 – Lucas Leão, SPFW N52 2021.



Fonte: Site – SPFW (2022).

Em “Erebus”, diferente do que acontece com Bispo dos Anjos, é possível visualizar as roupas em diferentes corpos, uma vez que são apresentados modelos de diferentes sexos.

Figura 17 – Lucas Leão, SPFW N52 2021.



Fonte: Site – SPFW (2022).

Figura 18 – Lucas Leão, SPFW N52 2021.



Fonte: Site – SPFW (2022).

3 A COLEÇÃO

Esse trabalho tem como objetivo a criação de uma coleção cápsula de moda, isenta de limitadores de gênero. Composta por 14 looks e baseada nas discussões apresentadas, a ideia é que essa coleção seja respaldada pela liberdade em relação às possibilidades de expressão. Assim, não serão definidos gênero, faixa etária e sazonalidade.

3.1 TEMA DA COLEÇÃO

Por acreditar na beleza das infinitas possibilidades de *performance*, a coleção encontra sua inspiração em uma fusão de dois eventos relacionados à moda, que coexistiram nos anos 1980, e, apesar de integrarem realidades muito distintas, dispunham ambos da performance de gênero como alicerce. São eles o *Power dressing* e a Cultura *Ballroom*.

3.1.1 *Power dressing*

Nas décadas precedentes à de 1980 as mulheres já se tornavam, gradualmente, presentes no mercado de trabalho. Porém, esse ainda era deixado em segundo plano em relação à maternidade e ao casamento, por isso eram altos os índices de mulheres que deixavam o trabalho ao completar 25 anos, para que pudessem se dedicar à maternidade. Foi em meados dos anos 1980 que esse cenário mudou, e elas, além de transformarem a forma de enxergar a importância do trabalho, começaram também a ocupar cargos de chefia. Nesse período que, nos Estados Unidos, foi marcado pela bonança econômica, estavam em voga os *yuppies*. *Young Urban Professional*, ou, em português, “jovem profissional urbano” eram um grupo de jovens trabalhadores caracterizados por construírem carreiras meteóricas e terem como propósitos fundamentais de vida o sucesso profissional e a ascensão econômica. “Para os *yuppies*, estar sempre bem vestido era indispensável, deixando claro em seus visuais uma excessiva preocupação com gastos em roupas e acessórios para refletir a boa condição econômica dos adeptos” (TEIXEIRA; SILVA e MATURO, 2016, p. 3).

Nesse cenário, se fez necessário que a mulher descobrisse formas de se impor na nova posição profissional em que se encontrava, uma vez que, segundo Almeida (1996), “a dicotomia feminino e masculino foi e é utilizada como mecanismo de diferenciação e poder dentre as relações sociais” (apud PERLIN e KISTMANN,

2018, p. 6). Paralelamente, no Reino Unido, Margareth Thatcher elegeu-se primeira-ministra, sendo a primeira mulher a ocupar o cargo. Assim, ela também, uma mulher em cargo de autoridade, uma das únicas entre estadistas hegemonicamente homens, procurou em seu modo de vestir, uma maneira de demonstrar sua competência (PEREZ e CURCINO, 2014, p. 23).

Desta tendência surgiu a figura da mulher de ferro, voluntariosa e determinada por natureza, que passou a assumir cargos gerenciais e teve em Margaret Thatcher e Nancy Reagan³ ótimos exemplos de *dressed for success*, em português, vestida para o sucesso (TEIXEIRA; SILVA e MATURO, 2016, p. 3).

Thatcher, então passa a adotar *tailleurs* e ombreiras (originalmente usadas em uniformes militares), e com isso, “ressignifica seu corpo, aproximando-o do masculino para, assim, denotar poder, logo, esse mesmo objeto passou a ser adotado pelas mulheres que buscavam a inserção no mercado de trabalho” (PEREZ e CURCINO, 2014, p. 24).

Figura 19 – Margareth Thatcher com outros estadistas.



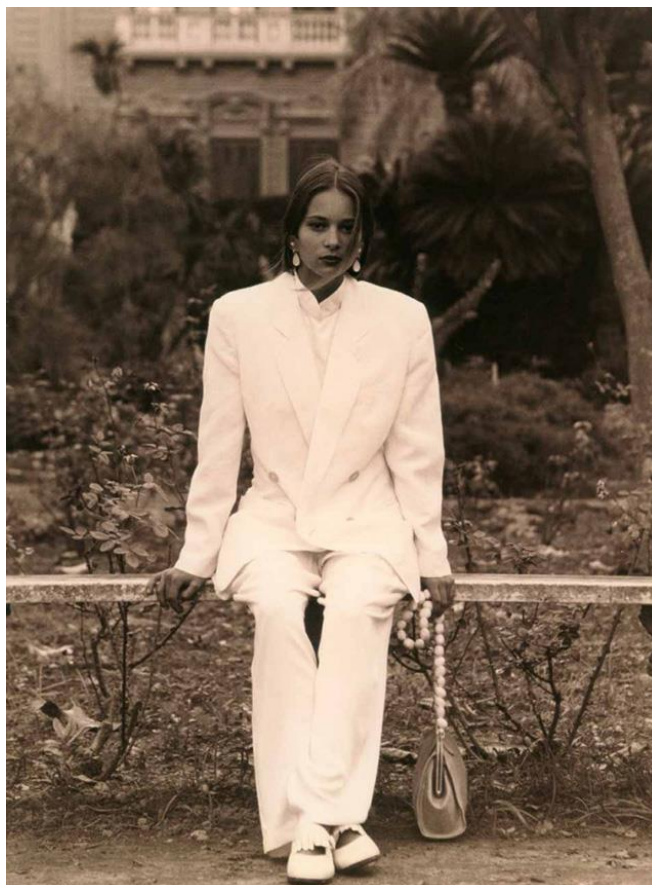
Fonte: Site – BBC (2022).

³ Ex primeira dama dos Estados Unidos, segunda esposa de Ronald Reagan, que exerceu seu mandato de 1981 a 1989. Nancy era conhecida por seu estilo elegante.

Então, relacionadas à virilidade e ao poder, as ombreiras passaram a ser largamente utilizadas pelas mulheres com a intenção de equiparar seus corpos aos masculinos. Uma vez que, de acordo com Almeida (1996) (apud PERLIN e KISTMANN, 2018, p. 6), “estabeleceu-se coletivamente que a expressão masculina é hierarquicamente superior e que as variações dessa norma são ilegítimas”. E, segundo Hooks (2019, p. 220), se vestir semelhantemente aos homens “era também cruzar simbolicamente a fronteira de um mundo de impotência para outro de privilégio”. Conseqüentemente, os ombros exagerados logo apareceram nas passarelas de estilistas, como por exemplo, Giorgio Armani.

Ao fazer o uso das ombreiras, o corpo feminino recria-se: uma linha reta e prolongada na altura dos ombros atribui um novo significado para esse corpo, rememorando o formato corporal masculino, a virilidade e, conseqüentemente, o poder. Essa nova silhueta, se não possibilitou que a mulher se posicionasse de maneira mais efetiva em esferas sociais antes dominadas pelos homens, ao menos sinalizou essa mudança, permitindo às mesmas a autenticação de sua presença nestes lugares (PEREZ e CURCINO, 2014, p. 33).

Figura 20 – Terno Armani, 1989.



Fonte: Site – Catawiki (2022).

Para *performar* o masculino, muitas vezes essas mulheres combinavam as ombreiras com calças justas, o que viabilizava uma silhueta em forma de triângulo invertido, em que os ombros são maiores que os quadris. Esse tipo de silhueta é conhecida na moda como típica do corpo masculino. Elas também se apropriaram de elementos como cortes de cabelo, sapatos *Oxford*, blazers, calças largas e ternos. Esse estilo “masculinizado” não ficou restrito ao ambiente de trabalho, sendo também adotado em momentos de lazer, o que demonstra uma necessidade de se afirmar também em outros aspectos da vida (TEIXEIRA; SILVA e MATURO, 2016). De acordo com Barnard (2003):

Vestir-se como homem é uma forma de reversão, e tem por objetivo permitir que as mulheres demonstrem que possuem o que até então era visto como qualidades e habilidades masculinas, mas cuja expressão havia sido denegada pelos códigos, dominados pelos homens, de moda (*apud* TEIXEIRA; SILVA e MATURO, 2016, p. 10).

3.1.2 Cultura *Ballroom*

As dicotomias de gênero também têm sua presença constatada na Cultura *Ballroom*. Nascida no Harlem, subúrbio de Nova York, o *Ballroom* tem em sua origem bailes de máscara, voltados para o público LGBTQIA+, que surgiram no fim do século XIX. Esses bailes foram se multiplicando no início do século XX, e nos anos 1920 estavam estabelecidos no subúrbio nova-iorquino. Práticas de *drag queen* já faziam parte desses bailes e a comunidade branca e até mesmo celebridades também o frequentavam. É em 1960 que a Cultura *Ballroom* começa a ser delineada no formato que perdura até os dias de hoje (SANTOS, 2018); (SILVA, 2021).

Como já explicitado por Hughes (1993), a presença de brancos nesses bailes era grande e, apesar de uma integração até que notável, principalmente pelo contexto social e político da época em relação às questões raciais, os participantes negros que quisessem uma chance real de ganhar em alguma das categorias, deveriam “branquear” sua aparência e, mesmo assim, raramente conseguiam levar o prêmio da noite. Sendo assim, iniciaram-se os bailes organizados pelos e para os próprios participantes negros, o que em um processo gradual de transformações e novas práticas, tornou-se a cultura dos *Ballrooms* (SANTOS, 2018, p. 16).

Os eventos são compostos pelas comunidades LGBTQIA+, negra, latina e periférica, envolviam competições de dança e *performances* de gênero, e ocorrem

em quadras, salões e danceterias. Segundo Susman (2000) eles são “uma combinação de show *fashion*, Olimpíadas e festas e altamente carregados com uma energia competitiva e criatividade artística” (*apud* SILVA, 2021, p. 2278). O palco habitualmente é montado em formato de T, à frente são posicionados os jurados, o DJ e o *chanter*⁴, membros considerados hierarquicamente superiores dentro dessa cultura, por possuírem grandes feitos nas *Balls*. A cada categoria anunciada, os competidores iniciam sua *performance* no fundo e caminham pela passarela em direção aos jurados, que distribuem as notas (SILVA, 2021). Porém, os bailes não prestam apenas como uma forma de entretenimento aos participantes, “mas principalmente como um local seguro e de criação de estruturas de proteção social para esses indivíduos subjugados a processos extremos de marginalização” (SANTOS, 2018, p. 10).

Figura 21 – Juízes julgando a categoria ‘*femme queen realness*’.



Fonte: Site – The Guardian (2022).

⁴ Termo utilizado nas *Balls* para nomear o comentarista, responsável por conduzir a competição.

As batalhas são divididas em uma infinidade de categorias, que tem como base *runaway*⁵, *labels*⁶, *body*⁷, *face*⁸, *realness*⁹ e *voguing*. Essas são subdivididas a partir de designações de gênero próprias dessa cultura, uma vez que eles não seguem os padrões binários (SILVA, 2021).

A definição de gênero segue o seguinte esquema, considerando que na comunidade *Ballroom* essas definições são próprias e fluidas: *butch queens*, homens cis gays ou bissexuais; *femme queens*, mulheres transexuais e travestis; *butch queens up in drag*, gays que performam como drag; *butches*, homens transexuais ou lésbicas muito masculinas; *woman*, mulher cisgênero, independente da sexualidade; *men*, homem cisgênero, heterossexual (BAILEY (2011) *apud* SILVA, 2021, p.2280).

O *Voguing*, é uma dança/*performance*, mas também uma forma de combate para resolver desavenças entre essa comunidade. Os movimentos são derivados de uma mistura das poses das modelos em revistas de moda, como a *Vogue*, que inspira o nome, com movimentos de kung-fu e poses de hieróglifos egípcios. O *Voguing* acabou se tornando a característica mais conhecida da Cultura *Ballroom* após ser apresentado ao grande público por Madonna, em uma apropriação polemica que não cabe discutir aqui, através da música e do videoclipe 'Vogue' (1990). Assim, o vogue se popularizou também na cultura *mainstream* (SANTOS, 2018).

⁵ Analisa as habilidades de desfile em passarela.

⁶ Avalia a presença de marcas de luxo no look dos competidores.

⁷ Valoriza o culto ao corpo.

⁸ Qualifica traços e expressões faciais.

⁹ Julga a capacidade performar com realismo alguma categoria externa à realidade dessa comunidade.

Figura 22 – Madonna no videoclipe ‘Vogue’, 1990.



Fonte: Site – IMDb (2022).

Como afirma Ursprung (2012):

Independentemente da competição, as categorias proporcionam uma fuga da dor da opressão sentida por esses indivíduos em um mundo heteronormativo. Eu argumentaria ainda que a Cultura *Ballroom* não nasceu apenas da necessidade de responder ao racismo e à heteronormatividade, mas foi uma resposta ao heterofascismo, à normatividade de gênero e a opressão socioeconômica imposta pelo classismo ¹⁰(URSPRUNG, 2012, p. 1).

Além das *Balls*, outro elemento fundamentador da Cultura *Ballroom*, é a *House*. Com uma estrutura semelhante à de uma família, as *Houses* são ambientes

¹⁰ “Regardless of the competition, categories provide an escape from the pain of oppression felt by these individuals in heteronormative word. I would argue further that the ballroom culture was not only born out of a need to respond to racismo and heteronormativity, it was a response to heterofascism, gendernormativity, conformativity, and socioeconomic oppression enforced by classism” (tradução da autora).

de acolhimento para esses jovens marginalizados, que muitas vezes são expulsos de casa por questões de gênero ou sexualidade. A partir de laços afetivos, nas *Houses* também se estabelecem ‘mães’ e ‘pais’ que são responsáveis por prover cuidados e orientar os seus ‘filhos’, além de manter a Cultura *Ballroom* viva. *Pepper Labeija*, renomado integrante da cena e ‘mãe’ da *House of LaBeija*, definiu, a *House* dessa forma, no documentário *Paris is Burning*:

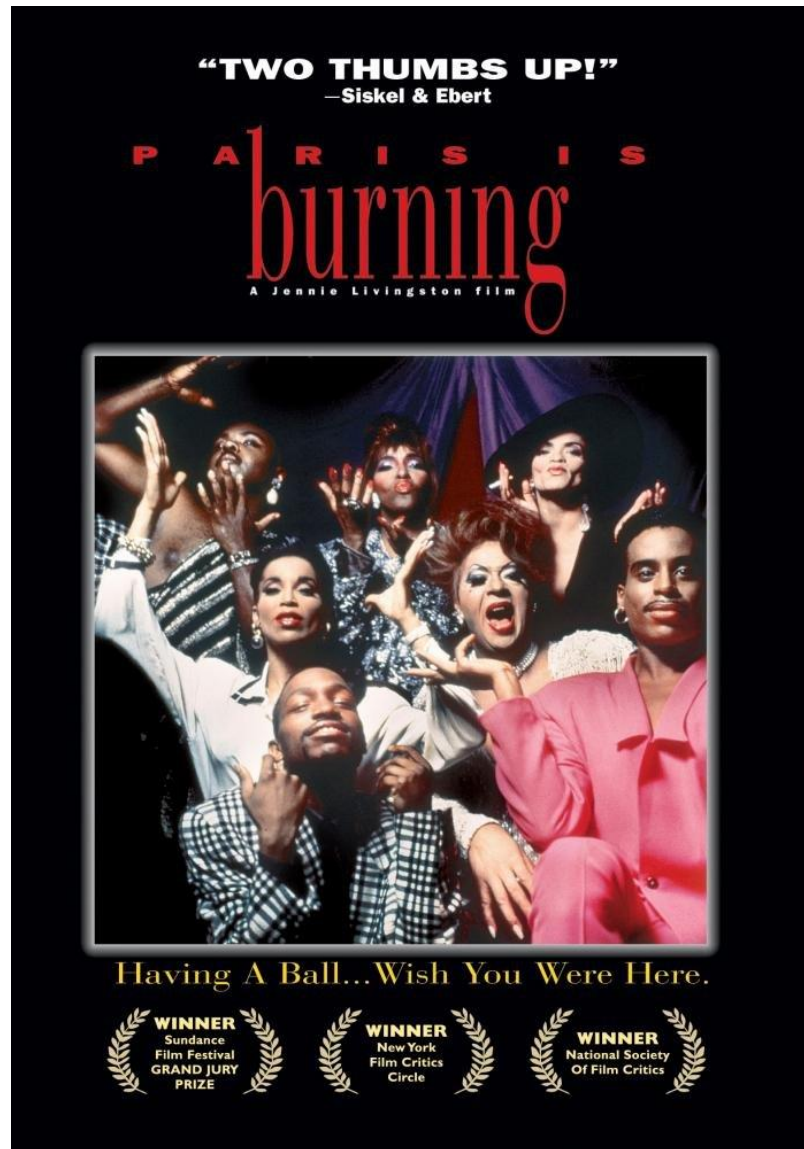
Uma *House*, vou defini-la de maneira bem direta: elas são famílias. Muitas dessas crianças não têm família, mas esse é um novo significado de família. Os hippies tinham família e não era nada de mais. Não é uma questão de homem, mulher e filho, que crescemos entendendo como família. É uma questão de um grupo de seres humanos com laços mútuos.¹¹ (Transcrição de fala presente em *Paris is Burning*, direção de Livingston, 1991).

As *Houses* competem entre si por troféus, prêmios em dinheiro e reconhecimento, e todos os seus membros devem colaborar para isso. Além disso, as *Balls* também são promovidas e organizadas pelas *Houses*, porém, não é permitido aos membros competir em um evento quando ele é organizado pela sua própria *House*. “Mais do que um estilo ou técnica de dança, podemos pensar o *voguing* e a cena *Ballroom* como uma forma de produção de comunidade cinestésica aberta para a experimentação de gênero e para a celebração de corpos periféricos” (LIMA, 2021, p. 2386).

A cena *Ballroom* foi registrada por Jennie Livingston por meio de seu documentário “*Paris Is Burning*”, produzido em 1990. Um dos mais relevantes registros históricos dessa cultura, o filme, além de mostrar as competições e a preparação para a mesma, conta também com entrevistas de membros dessa comunidade.

¹¹ A House, let me put it down sharply: they are families. For a lot of children don't have families. But this is a new meaning of family, the hippies had families, and no one thought nothing about it. It wasn't a question of a man and a women and children, wich we grew up knowing as a family, it is a question of a group of human beings in a mutual bond. (tradução da autora).

Figura 23 – Paris is Burning, 1990.



Fonte: Site – IMDb (2022).

O Documentário de Livingston (1990) serviu como principal fonte de inspiração para uma produção contemporânea, a série ficcional “Pose”, criada por Ryan Murphy, Brad Falchuk e Steven Canals. Algumas das *Houses* e dos personagens presentes na série são baseados naqueles apresentados em “Paris is Burning” e, inclusive, algumas pessoas que fizeram parte do documentário possuem participações especiais em “Pose”. A série, original do canal FX e lançada em 2018, também pode ser assistida através da plataforma de streaming Netflix.

Figura 24 – Pose, 2018.



Fonte: Site – Adoro Cinema (2022).

3.1.3 Painel de inspiração

Finalmente, com base no tema definido, foram criados painéis de inspiração, que mesclam imagens pertencentes aos dois universos anteriormente citados. O *power dressing* está representado por fotografias retiradas de revistas de moda dos anos 1980, que aconselhavam a adesão à essa moda, além de criações de estilistas com grande relevância para esse estilo, como, por exemplo, o italiano Giorgio Armani, e, por fim, uma imagem da icônica princesa britânica Lady Di, primeira esposa do Príncipe Charles, que também era adepta das ombreiras.

No que tange à cultura *Ballroom*, foram utilizadas imagens da fotógrafa Chantal Regnault, que registrou a cena no período entre 1989 e 1992, e reuniu o material em seu livro “*Voguing and the House Ballroom Scene of New York City 1989-92*” (2011). Esses painéis serão o referencial imagético para o desenvolvimento da coleção.

Figura 25 – Painel de inspiração.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 26 – Painel de inspiração.



Fonte: Da autora, 2022.

4 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

A partir da definição do tema, tem início o processo de desenvolvimento da coleção. Neste trabalho seguiremos o método proposto pela autora Doris Treptow (2007). A seguir serão apresentados: parâmetro de coleção, pesquisa de tendências, matriz conceitual, paleta de cores, cartela de tecidos, tabela de medidas, design de superfície têxtil e, finalmente, os 14 croquis com os looks propostos para essa coleção. Dentre os croquis apresentados, quatro serão materializados, com a confecção de suas peças-piloto, acompanhados de suas respectivas fichas técnicas.

4.1 PARÂMETRO DA COLEÇÃO

Os 14 looks que integram a coleção serão divididos em 20 peças, sendo o mix de moda majoritariamente composto por peças de vanguarda, que representam 50% do total da coleção, seguido pelas peças fashion, correspondentes à 30% e, por último, as peças básicas, equivalentes à menor porcentagem, 20%.

Tabela 1 – Parâmetro de coleção.

MIX DE MODA MIX DE PRODUTO	BÁSICO	FASHION	VANGUARDA	TOTAL
Blusa	-	2	2	4
Vestido	-	2	2	4
Saia	1	-	1	2
Calça	1	1	1	3
Camisa	-	1	1	2
Bermuda	-	-	1	1
Macacão	1	-	1	2
Casaco	1	-	1	2
TOTAL	4	6	10	20
	20%	30%	50%	100%

Fonte: Da autora, 2022.

4.2 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

Para o desenvolvimento desta coleção foram investigadas algumas tendências de moda para o ano de 2022. Essa pesquisa foi realizada através da

plataforma gratuita de previsão de tendências, *Catchwalk*, e também por meio de imagens dos últimos desfiles apresentados nas semanas de moda internacionais. Foram consideradas as tendências de *menswear* e *womenswear*, independentemente da sazonalidade.

Com a flexibilização das medidas de distanciamento social impostas pela pandemia do Covid-19, que perdura em todo o mundo desde 2020, o grande desejo do consumidor é extravasar. Em decorrência disso, observamos uma busca pelo glamour e por peças que provoquem a sensação de alegria. Cores vivas, brilho, tecidos acetinados, pedraria, franjas, paetês, além de superfícies brilhosas como couro, vinil e PVC estiveram presentes em diversos desfiles da temporada. As transparências também marcam presença, trazendo um toque sensual, como resposta à vontade do consumidor de mostrar o corpo.

Em relação à modelagem, notamos um apelo ao dramático, que pode ser percebido em peças volumosas, amplas e estruturadas, assim como nas mangas exageradas. Observamos também a presença marcante dos comprimentos micro e, em contrapartida, das bermudas *oversized*.

Figura 27 – Pesquisa de tendências, materiais e superfície têxtil.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 28 – Pesquisa de tendências, materiais e superfície têxtil.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 29 – Pesquisa de tendências, modelagens.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 30 – Pesquisa de tendências, modelagens.



Fonte: Da autora, 2022.

4.3 MATRIZ CONCEITUAL

Uma das ferramentas criativas utilizadas para o desenvolvimento de coleção em moda é a matriz conceitual, onde elegemos conceitos intangíveis a partir do tema que possam ser traduzidos em materialidade dos produtos. A partir deste exercício foi possível definir alguns caminhos para a coleção.

Tabela 2 – Matriz Conceitual.

TANGÍVEL INTANGÍVEL	COR	FORMA	MATERIAIS
AFETO	Azul	Arredondado	Algodão
COMUNIDADE	Verde	Emaranhado	-
PODER	Preto	Volumoso	Acetinado
DISTANCIAMENTO	Cinza	Reto	Risca de Giz
FANTASIA	Roxo	Orgânica	Vinil
MOVIMENTO	Branco	Fluída	Musseline
ALEGRIA	Prata	-	Paête

Fonte: Da autora, 2022.

4.4 PALETA DE CORES

Para a paleta de cores a proposta foi utilizar tons sóbrios, como o branco, o preto e o cinza, que remetem aos ternos do *power dressing*, mesclados com tons mais vibrantes que representam a exuberância do *Ballroom*. Entre as cores vibrantes optou-se também por realizar combinações análogas¹² (anil e violeta) e complementares¹³ (violeta e verde), como forma de simbolizar a coexistência da aproximação e do distanciamento entre os gêneros.

¹² As combinações de cores análogas ocorrem entre cores que são vizinhas no círculo cromático.

¹³ São chamadas de combinações complementares aquelas realizadas entre duas cores que estão posicionadas de modo oposto no círculo cromático.

Figura 31 – Paleta de cores.



Fonte: Da autora, 2022.

4.5 CARTELA DE TECIDOS E AVIAMENTOS

A escolha da cartela de tecidos se apoiou inicialmente nas pesquisas de tendência para materiais e superfícies têxteis, que indicaram o uso de transparências e superfícies brilhosas, como a musseline e o paetê. Além disso, também foram considerados o painel de inspiração e a matriz conceitual, que apontaram para a necessidade de também incluir materiais com maior sobriedade, como a gabardine risca de giz. Todos os tecidos definidos respeitam a cartela de cores que foi apresentada anteriormente.

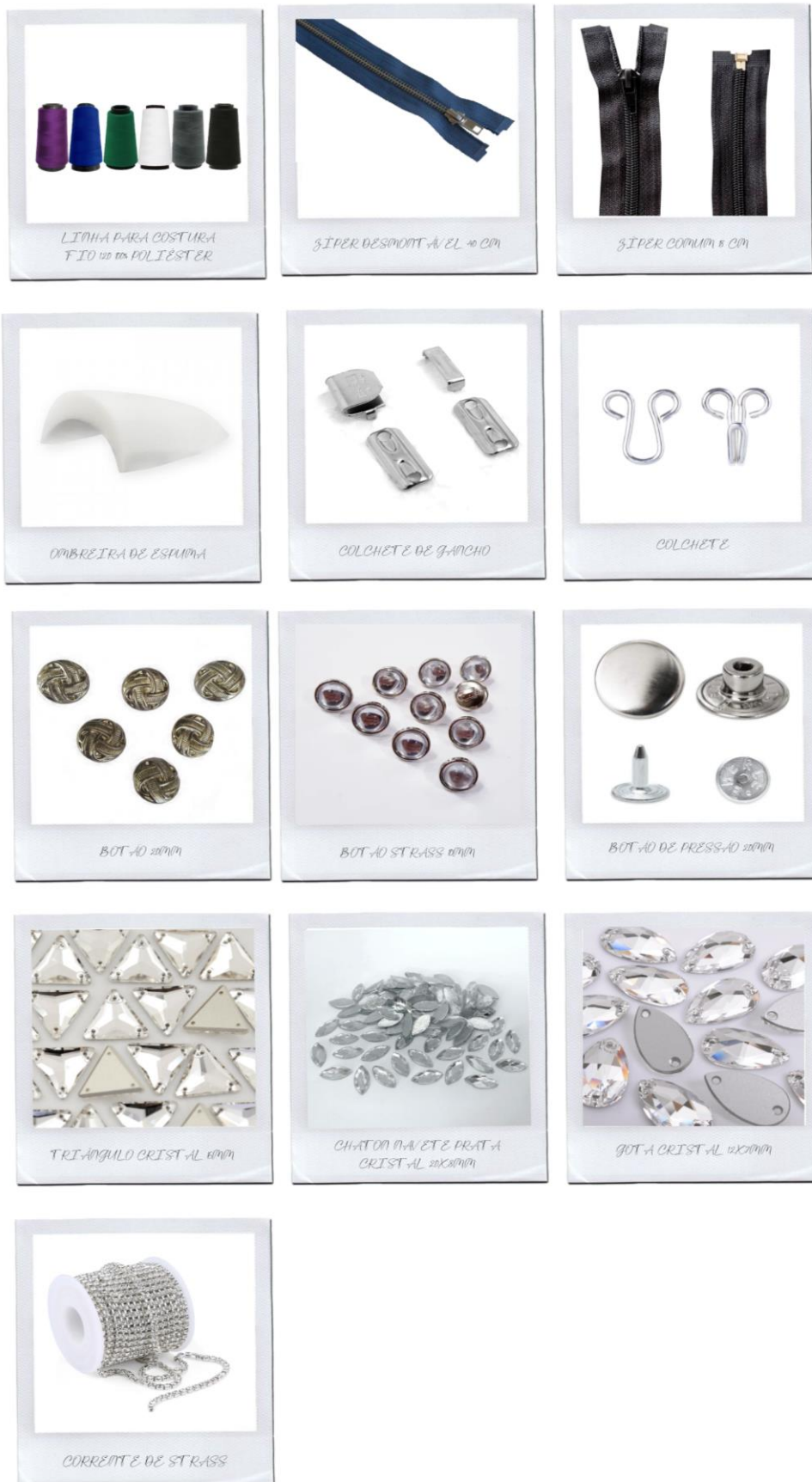
Figura 32 – Cartela de tecidos.





Fonte: Da autora, 2022.

Figura 33 – Cartela de aviamentos.



4.6 TABELA DE MEDIDAS

Para que a moda sem gênero se concretize, é de suma importância que a barreira antropométrica seja derrubada. A roupa precisa apresentar a mesma vestibilidade e o mesmo caimento nos corpos distintos que pretende vestir. Por isso, se torna essencial a elaboração de uma tabela de medidas capaz de abraçar a pluralidade. Essa é uma carência do mercado sem gênero, que ainda não possui uma tabela de medidas definida.

Por isso, durante o processo de criação dessa coleção cápsula, um dos maiores desafios foi a tabela de medidas, uma vez que era necessário definir uma tabela capaz de incluir todos os gêneros. Assim, construímos uma tabela de medidas experimental, que foi apoiada nas tabelas de medidas feminina e masculina do autor Paulo Fulco, ambas em centímetros.

Figura 34 – Tabela de medidas feminina, Paulo Fulco.

TABELA DE MEDIDAS (em centímetros)

		36	38	40	42	44
1	BUSTO	80	84	88	92	96
2	CINTURA	60	64	68	72	76
3	QUADRIL	88	92	96	100	104
4	PESCOÇO	33	34	35	36	37
5	TÓRAX	76	80	84	88	92
6	BRAÇO	24	25,5	27	28,5	30
7	PUNHO (MÃO)	18	19	20	21	22
8	ALTURA COSTAS	41	41,5	42	42,5	43
9	LARGURA COSTAS	34	35	36	37	38
10	DIST. BUSTO	17	18	19	20	21
11	ALT. BUSTO	18	18	18	18	18
12	COMPR. MANGA	59	59,5	60	60,5	61
13	ALTURA QUADRIL	20	20	20	20	20
14	COMPR. SAIA	57	57,5	58	58,5	59
15	COMPR. CALÇA	98	99	100	101	102
16	ALT. ENTREPERNAS	73,5	73,75	74	74,25	74,5
17	ALT. GANCHO	24,5	25,25	26	26,75	27,5

Fonte: Modelagem Plana Feminina, 2017.

Figura 35 – Tabela de medidas masculina, Paulo Fulco.

— TAMANHO INDICADO NA ETIQUETA —

CAMISA SOCIAL (COLARINHO)	36	38	40	42	44	46
CAMISA ESPORTE (TAMANHO)	0	1	2	3	4	5
CALÇA (TAMANHO /CINTURA)	36	38	40	42	44	46
1. TÓRAX (PEITO)	88	92	96	100	104	108
2. CINTURA	72	76	80	84	88	92
3. QUADRIL	88	92	96	100	104	108
4. PESCOÇO (COLARINHO)	36	38	40	42	44	46
5. PUNHO (MÃO)	21	22	23	24	25	26
6. ALTURA DAS COSTAS	44,5	45	45,5	46	46,5	47
7. LARGURA DAS COSTAS	39	40	41	42	43	44
8. COMPRIMENTO DA MANGA	60,5	61	61,5	62	62,5	63
9. COMPRIMENTO DA CALÇA	107	108	109	110	111	112
10. ALTURA DA ENTREPERNA	84,25	84,5	84,75	85	85,25	85,5
11. ALTURA DO GANCHO	22,75	23,5	24,25	25	25,75	26,5
12. ALTURA DO JOELHO	61,5	62	62,5	63	63,5	64

MEDIDAS TOMADAS NO CORPO

Fonte: Modelagem Plana Masculina, 2017.

Para que essa coleção não precise ser limitada às modelagens *oversized* e consiga vestir qualquer gênero com primor, a tabela desenvolvida apresenta subdivisões de tamanho, denominadas *P* e *G*. Os tamanhos *P* levam em consideração as medidas tradicionalmente ‘femininas’, e os tamanhos *G* tem como referência a tabela masculina. Optamos por não tentar unificar essas medidas em um mesmo tamanho, apesar de algumas delas se repetirem, como por exemplo as medidas de quadril, temos outras que não coincidem, uma vez que os corpos possuem proporções diferentes. Assim, para possibilitar que o mesmo resultado seja alcançado nos dois tipos de corpo, experimentamos essa subdivisão em *P* e *G*.

Tabela 3 – Tabela de medidas.

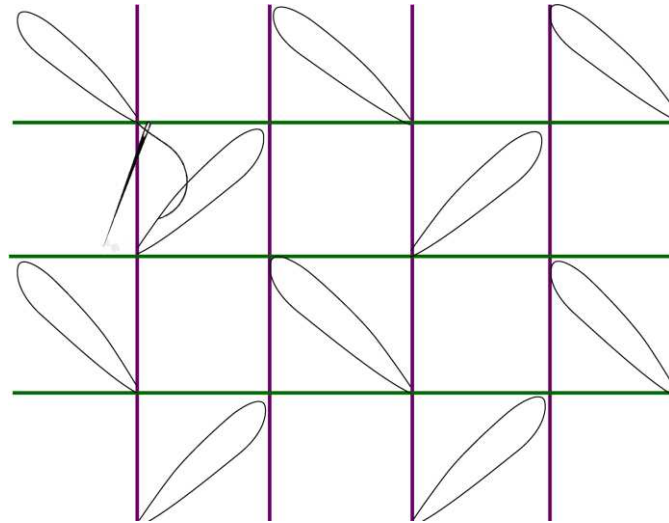
	36		38		40		42		44		46	
	P	G	P	G	P	G	P	G	P	G	P	G
BUSTO/TORAX	80	88	84	92	88	96	92	100	96	104	100	108
CINTURA	60	72	64	76	68	80	72	84	78	88	82	92
QUADRIL	88	88	92	92	96	96	100	100	104	104	108	108
PESCOÇO	33	36	34	38	35	40	36	42	37	44	38	46
PUNHO (MÃO)	18	21	19	22	20	23	21	24	22	25	23	26
ALTURA DAS COSTAS	41	44,5	41,5	45	42	45,5	42,5	46	43	46,5	43,5	47
LARGURA DAS COSTAS	34	39	35	40	36	41	37	42	38	43	39	44
COMPRIMENTO DA MANGA	59	60,5	59,5	61	60	61,5	60,5	62	61	62,5	61,5	63
COMPRIMENTO DA CALÇA	98	107	99	108	100	109	101	110	102	111	103	112
ALTURA DO ENTREPERNAS	73,5	84,25	73,75	84,5	74	84,75	74,25	85	74,5	85,25	74,75	85,5
ALTURA DO GANCHO	24,5	22,75	25,25	23,5	26	24,25	26,75	25	27,5	25,75	28,25	26,5

Fonte: Da autora, 2022.

4.7 DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL

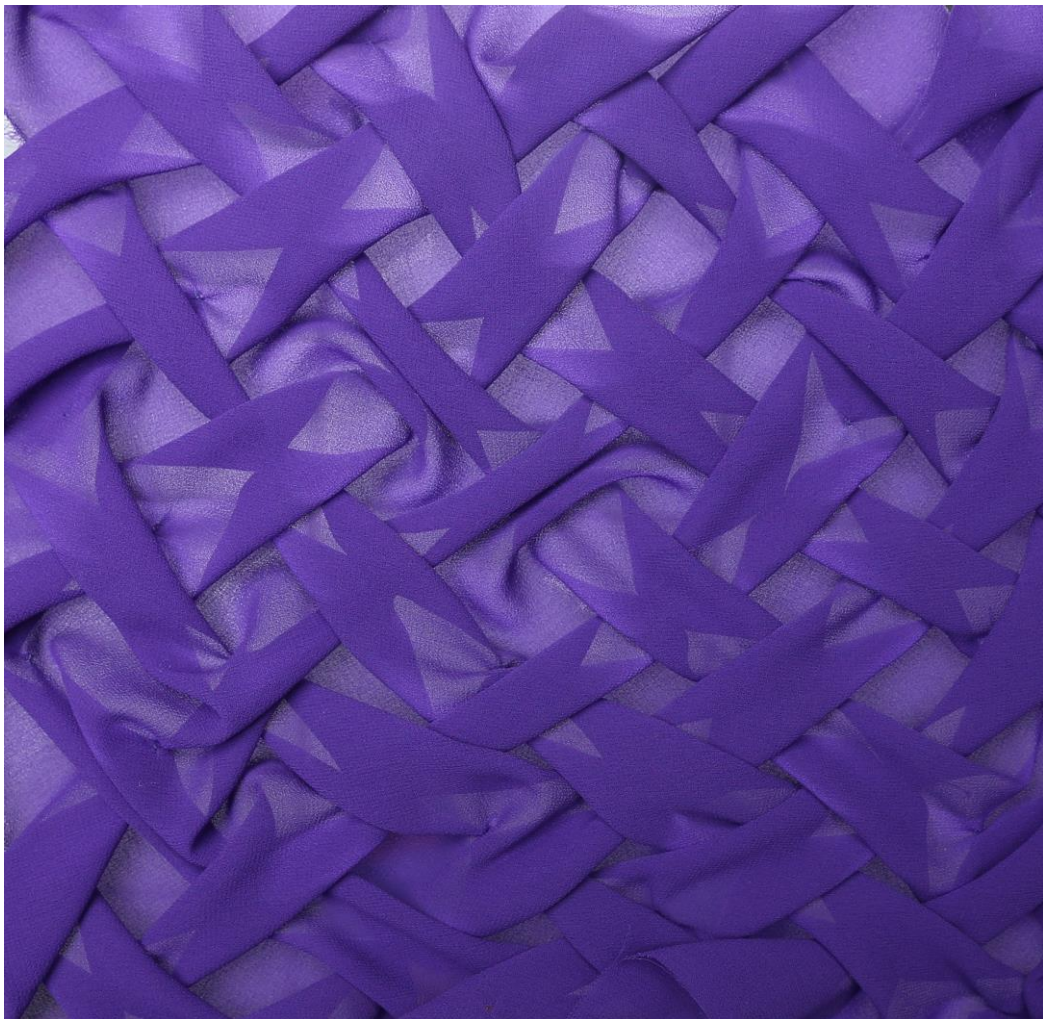
Com o intuito de enriquecer a coleção, foi desenvolvido também um design de superfície têxtil tridimensional, que será aplicado em algumas peças. A superfície elegida foi a musseline, que foi trabalhada de forma a criar uma textura entrelaçada. A escolha do tecido é justificada pela sua transparência, que combinada à sobreposição dos entrelaces gera um efeito visual interessante. A textura com as formas trançadas foi inspirada pelos laços de afeto que são construídos entre os integrantes das *Houses*.

Figura 36 – Rapport design de superfície têxtil.



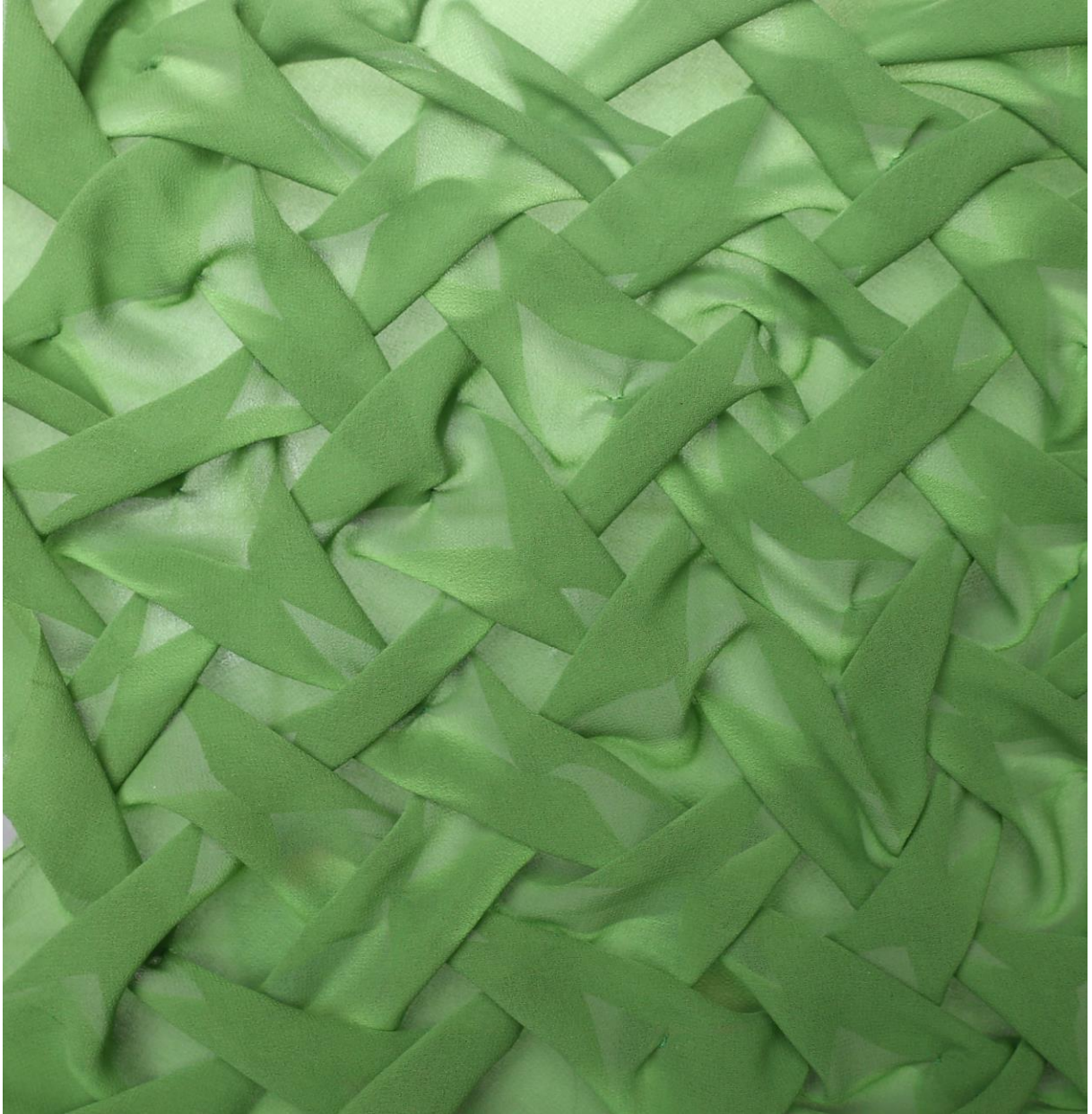
Fonte: Da autora, 2022.

Figura 37 – Design de superfície têxtil.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 38 – Design de superfície têxtil.



Fonte: Da autora, 2022.

4.8 CROQUIS

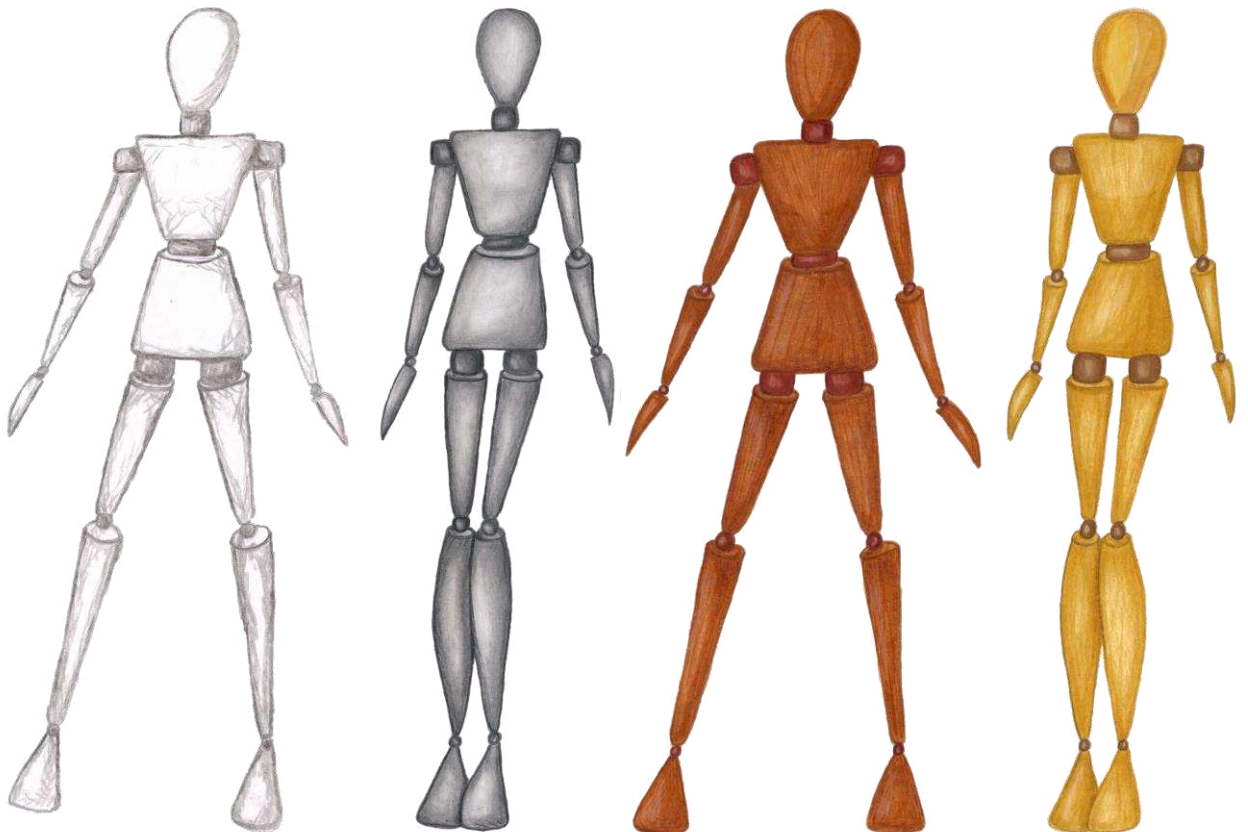
O processo de criação dos croquis se iniciou com a necessidade de definir um corpo que fosse capaz de vestir as roupas que seriam criadas sem carregar nenhuma informação de gênero, uma vez que a proposta desse trabalho é desassociar as roupas da binariedade. Assim, a solução encontrada foi criar uma base de croqui inspirada no manequim articulado, um boneco de madeira que representa as proporções e articulações do corpo humano e é uma ferramenta utilizada por artistas para auxiliar nas reproduções de figuras humanas.

Figura 39 – Boneco articulado.



Fonte: Site- Amazon (2022).

Figura 40 – Estudos para a base do croqui



Fonte: Da autora, 2022.

Já as peças da coleção, foram criadas por uma fusão de universos opostos. Linhas retas mescladas com curvas; peças sóbrias provenientes do universo do

trabalho, revisitadas com recortes ousados e mangas volumosas. O principal ponto comum entre os *looks* da coleção são os ombros exagerados, que serão criados pela sobreposição de duas ombreiras.

Figura 41 – Coleção.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 42 – Look 1.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 43 – Look 2.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 44 – Look 3.



Figura 45 – Look 4



Figura 46 – Look 5

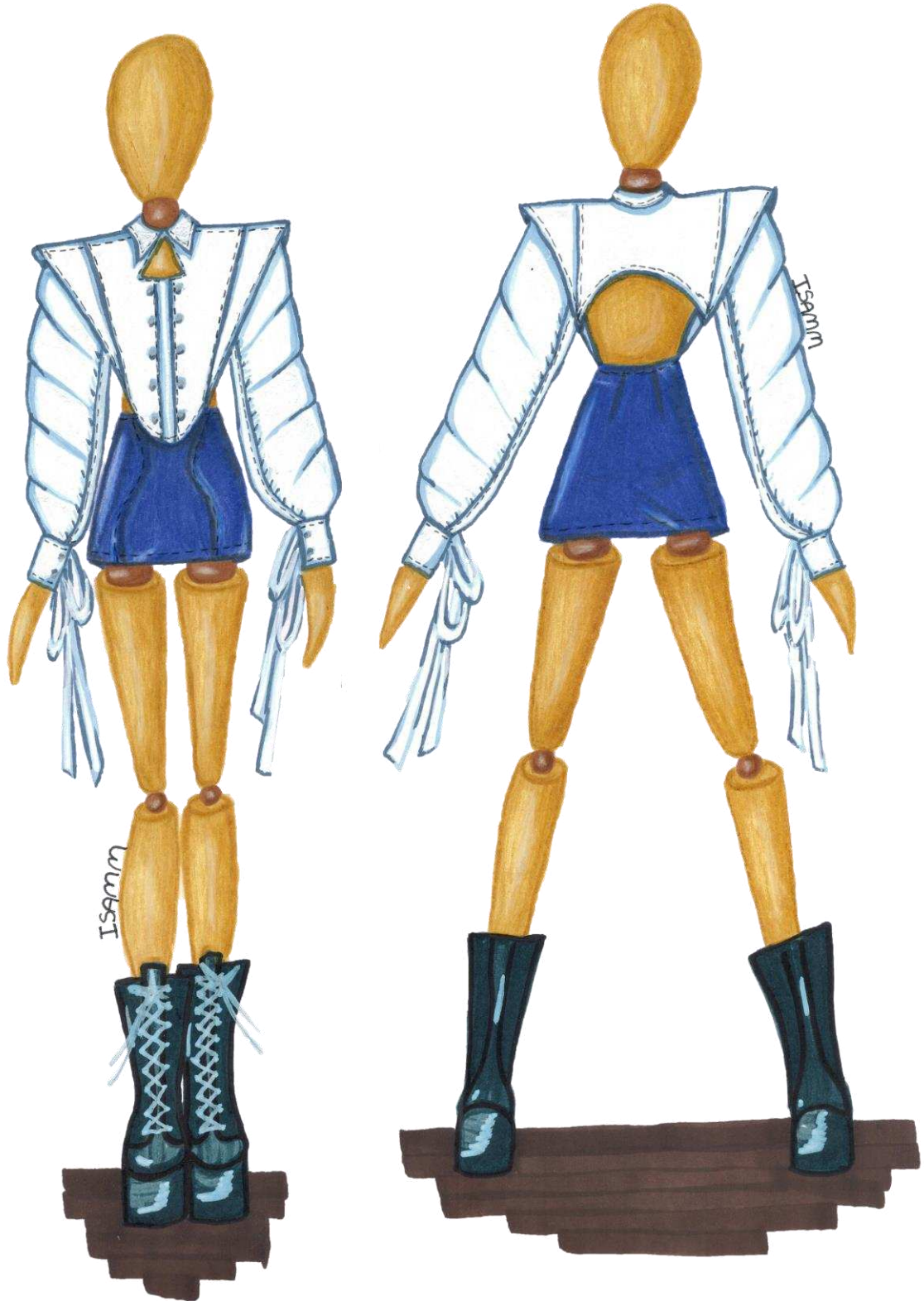


Figura 47 – Look 6



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 48 – Look 7



Figura 49 – Look 8



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 50 – Look 9



Figura 51– Look 10



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 52 – Look 11



Figura 53 – Look 12



Figura 54 – Look 13



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 55 – Look 14



Fonte: Da autora, 2022.

4.9 CONFECÇÃO

Entre os 14 *looks* apresentados, 4 foram selecionados para serem confeccionados. Para que a coleção pudesse ser representada da forma mais abrangente possível, buscou-se optar por um mix de produto diverso, contendo um vestido, uma blusa, uma bermuda, um macacão, uma camisa e uma saia. Além disso, os modelos escolhidos também trazem toda a paleta de cores da coleção. Foram selecionados os *looks* 1, 5, 8, 14.

Figura 56 – *Looks* selecionados.



Fonte: Da autora, 2022.

Todas as peças foram produzidas pela autora, a partir da técnica de modelagem plana. Com o objetivo de testar a tabela de medidas definida para essa coleção, os *looks* foram confeccionados em tamanhos distintos. Os *looks* 1 e 8 no tamanho 38P e os *looks* 5 e 14 no tamanho 40G.

Figura 57 – Processos da prototipagem I.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 58 – Processos da prototipagem II.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 59 – Looks finalizados.



Fonte: Da autora, 2022.

4.10 FICHA TÉCNICA


A seguir serão apresentadas as fichas técnicas das peças correspondentes aos looks que foram selecionados para serem confeccionados.

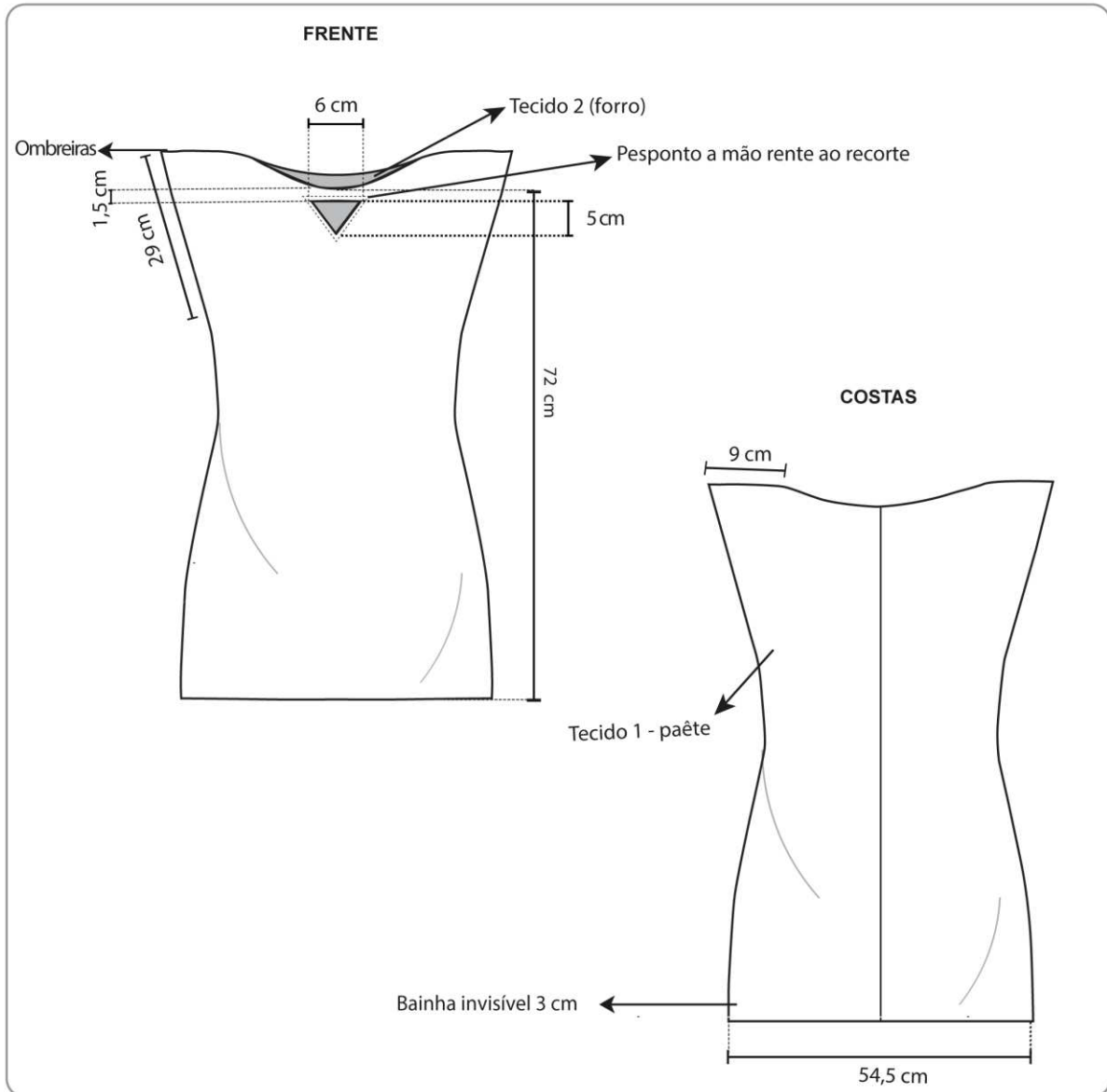
Figura 60 – Look produzido 1



Fonte: Da autora, 2022.

Tabela 4 – Ficha técnica vestido paête.

	REF.: 001	NOME: VESTIDO PAÊTE	DATA: MAI./2022
	COLEÇÃO: CÁPULA 01	DESIGNER: ISADORA MARTINS	
	DESCRIÇÃO: Vestido curto de manga japonesa e decote canoa com recorte triangular		

**CORES****BENEFICIAMENTOS**

NOME:

TÉCNICA:

EMPRESA:

GRADE DE TAMANHOS

36		38		40		42		44		46	
P	G	P	G	P	G	P	G	P	G	P	G
		01									


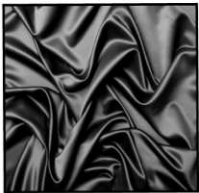
AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Linha 120	100% PES	Preta	97 m	Casa Combate	R\$ 0,01 m.
Ombreira	100% PU	Areia	2 pares	Casa Combate	R\$ 4,50 par.

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
1. Tule bordado com paête	100% PES	Prata	90 cm	1,40 m	Mundo Moulage	R\$ 78,00 m.
2. Cetim com elastano	100% PES	Preto	90 cm	1,40 m	Caçula	R\$ 12,00 m.

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
Linha: R\$ 0,97	Tule bordado: R\$ 70,20	Costura R\$ 30,00	R\$ 120,97
Ombreiras: R\$ 9,00	Cetim c/ elastano: R\$ 10,80		

MODELAGEM

MODELISTA: ISADORA MARTINS

NÚMERO DE MOLDES: 06

PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM

CORTE

Frente	1x
Costas	1 par
Forro da frente	1x
Forro das costas	1 par
Ombreira	2 pares
Lateral da ombreira	1 par

SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO

MÁQUINA(S)


1. Fechar costas	Reta
2. Fechar forro das costas	Reta
3. Unir frente e forro da frente, costurando o decote e as cavas	Reta
4. Unir costas e forro das costas, costurando o decote e as cavas	Reta
5. Fechar os ombros, costurando forro com forro e tecido com tecido	Reta
6. Fechar as laterais, costurando forro com forro e tecido com tecido	Reta
7. Embainhar o recorte triangular pespontando à mão	À mão
8. Unir ombreira e lateral ombreira	Reta
9. Encaixar a espuma da ombreira e fechar a ombreira com ponto zig zag	Reta
10. Pregar a ombreira na cava com um ponto em cada extremidade e um ponto no centro do decote	À mão
11. Fazer bainha invisível na borda inferior	À mão

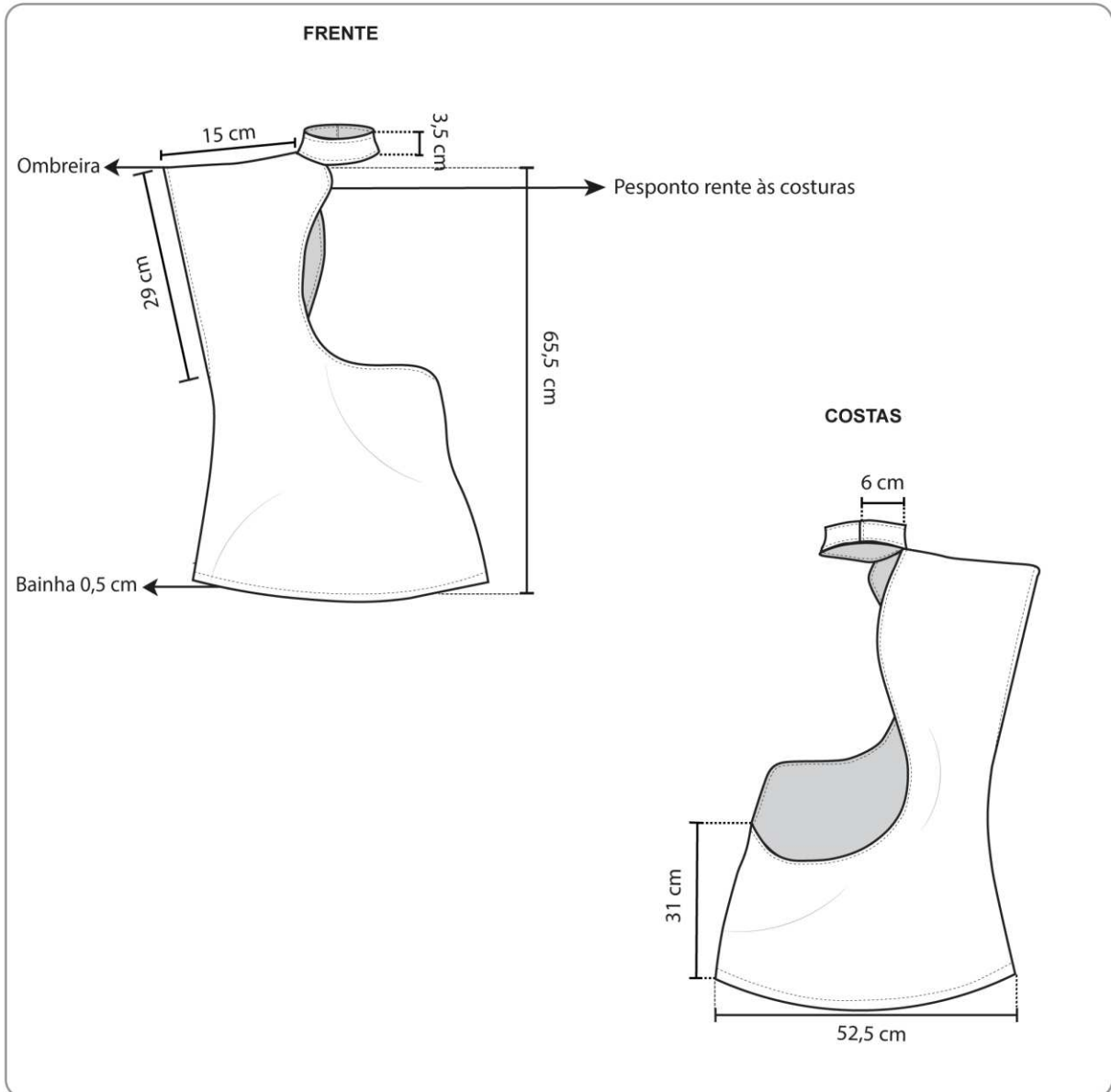
Figura 61 – Look produzido 2




Fonte: Da autora, 2022.

Tabela 5 – Ficha técnica blusa assimétrica.

	REF.: 002	NOME: BLUSA ASSIMÉTRICA	DATA: MAI./2022
	COLEÇÃO: CÁPSULA 01	DESIGNER: ISADORA MARTINS	
	DESCRIÇÃO: Blusa de um ombro só com gola alta e decote assimétrico		



CORES	BENEFICIAMENTOS
	NOME: TÉCNICA: EMPRESA:

GRADE DE TAMANHOS

36		38		40		42		44		46	
P	G	P	G	P	G	P	G	P	G	P	G
					01						


AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Linha 120	100% PES	Roxa	91 m	Casa Combate	R\$ 0,01 m.
Ombreira	100% PU	Areia	1 par	Casa Combate	R\$ 4,50 par.
Colchetes	Ferro	Prata	6 unid	Caçula	R\$ 0,23 unid.
Entretela Termo-colante	75% CO 25%PES	Branco	40 cm	Caçula	R\$ 15,42 m.

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
1. Crepe Valentino	100% PES	Roxo	120 cm	1,50 m	Maximus Tecidos	R\$ 49,00 m.

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
Linha: R\$ 0,91	Crepe valentino: R\$ 58,80	Costura R\$ 20,00	R\$ 91,76
Ombreiras: R\$ 4,50	Entretela: R\$ 6,17		
Colchetes: R\$ 1,38			

MODELAGEM

MODELISTA: ISADORA MARTINS

NÚMERO DE MOLDES: 07

PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM

CORTE


PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
Frente	1 par
Costas	1 par
Entretela frente	1x
Entretela costas	1x
Gola	1 par
Ombreira	1 par
Lateral da ombreira	1 x

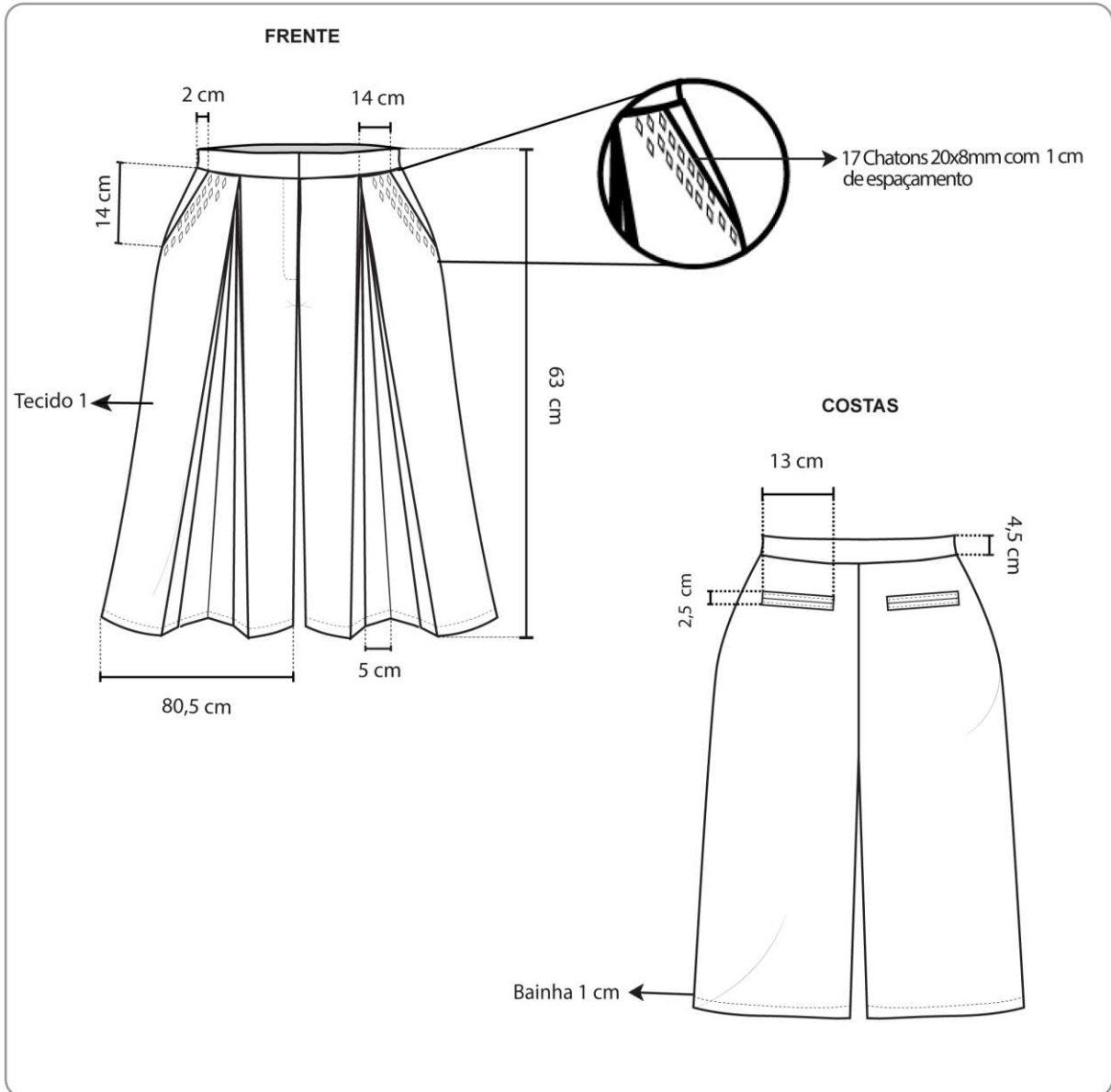
SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
1. Entretelar o decote da frente em uma das peças	Reta
2. Entretelar o decote das costas em uma das peças	Reta
3. Unir as frentes, costurando o decote e cava	Reta
4. Unir as costas, costurando o decote e cava	Reta
5. Fechar os ombros	Reta
6. Fechar as laterais	Reta
7. Pespontar o decote	Reta
8. Pespontar a cava	Reta
9. Entretelar a gola em uma das peças	Reta
10. Unir as golas costurando as laterais e a borda superior	Reta
11. Unir a gola ao decote	Reta
12. Pespontar a gola	Reta
13. Fazer bainha da borda inferior	Reta
14. Unir ombreira e lateral ombreira	Reta
15. Encaixar a espuma da ombreira e fechar a ombreira com ponto zig zag	Reta
16. Pregar a ombreira na cava com um ponto em cada extremidade e um ponto no centro do decote	À mão
16. Pregar os colchetes no fechamento da gola	À mão

Fonte: Da autora, 2022.

Tabela 6 – Ficha técnica bermuda com pregas.

	REF.: 005	NOME: BERMUDA COM PREGAS	DATA: MAI./2022
	COLEÇÃO: CÁPSULA 01		DESIGNER: ISADORA MARTINS
	DESCRIÇÃO: Bermuda com pregas triplas, bolsos boca com aplicação de chatons na frente e bolsos embutidos nas costas.		

**CORES****BENEFICIAMENTOS****NOME:****TÉCNICA:****EMPRESA:**

GRADE DE TAMANHOS

36		38		40		42		44		46	
P	G	P	G	P	G	P	G	P	G	P	G
					01						


AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Linha 120	100% PES	Cinza	187 m	Casa Combate	R\$ 0,01 m.
Zíper 18 cm	Nylon	Cinza	01	Caçula	R\$ 2,00 unid.
Colchetão	Ferro	Prata	02	Malaquias	R\$ 0,50 unid.
Chaton 20x8mm	Acrílico	Prata	34	Elo7	R\$ 0,10 unid.
Entretela Termocolante	75% CO 25% PES	Branco	10 cm	Caçula	R\$ 15,42 m.

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
1. Gabardine risca de giz	100% PES	Cinza	1,80 m	1,40 m	Casa Chic	R\$ 29,50 m.

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
Linha: R\$ 1,87	Gabardine: R\$ 53,10	Costura R\$ 30,00	R\$ 92,92
Zíper: R\$ 2,00	Entretela: R\$ 1,55		
Colchetão: R\$ 1,00			
Chaton: R\$ 3,40			

MODELAGEM

MODELISTA: ISADORA MARTINS

NÚMERO DE MOLDES: 08

PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM

CORTE

Frente	1 par
Costas	1 par
Cós frente	2 pares
Cós costas	1 par
Limpeza do bolso	1 par
Fundo do bolso	1 par
Forro do bolso	1 par
Pertingal	1 x

SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO

MÁQUINA(S)


1. Vincar as pregas da frente no ferro e passar uma costura na borda superior	Reta
2. Unir limpeza do bolso e fundo do bolso	Reta
3. Passar o ponto zig zag ao redor do fundo do bolso	Reta
4. Unir o bolso e a frente	Reta
5. Pespontar a abertura do bolso	Reta
6. Passar o ponto zig zag no gancho, lateral e entrepernas	Reta
7. Pregar o zíper na braguilha	Reta
8. Passar o ponto zig zag no pertingal	Reta
9. Unir braghilha e pertingal	Reta
10. Pespontar o lado esquerdo do zíper	Reta
11. Pespontar a braguilha	Reta
12. Travar o pertingal	Reta
13. Costurar o forro do bolso nas costas	Reta
14. Vincar a abertura do bolso no ferro e pespontar ao redor do bolso	Reta
15. Fechar o fundo do bolso e passar o ponto zig zag	Reta
16. Unir frente e costas fechando as laterais e passar o ponto zig zag	Reta
17. Fechar o entrepernas e passar o ponto zig zag	Reta
18. Unir cós frente e cós costas	Reta
19. Entretelar uma das peças do cós e depois unir costurando a borda superior	Reta
20. Pregar o cós sem entretela na calça e passar o ponto zig zag no outro	Reta
21. Pregar os colchetões no cós	À mão
22. Fechar o cós pespontando a peça	Reta
23. Pregar os chatons	À mão

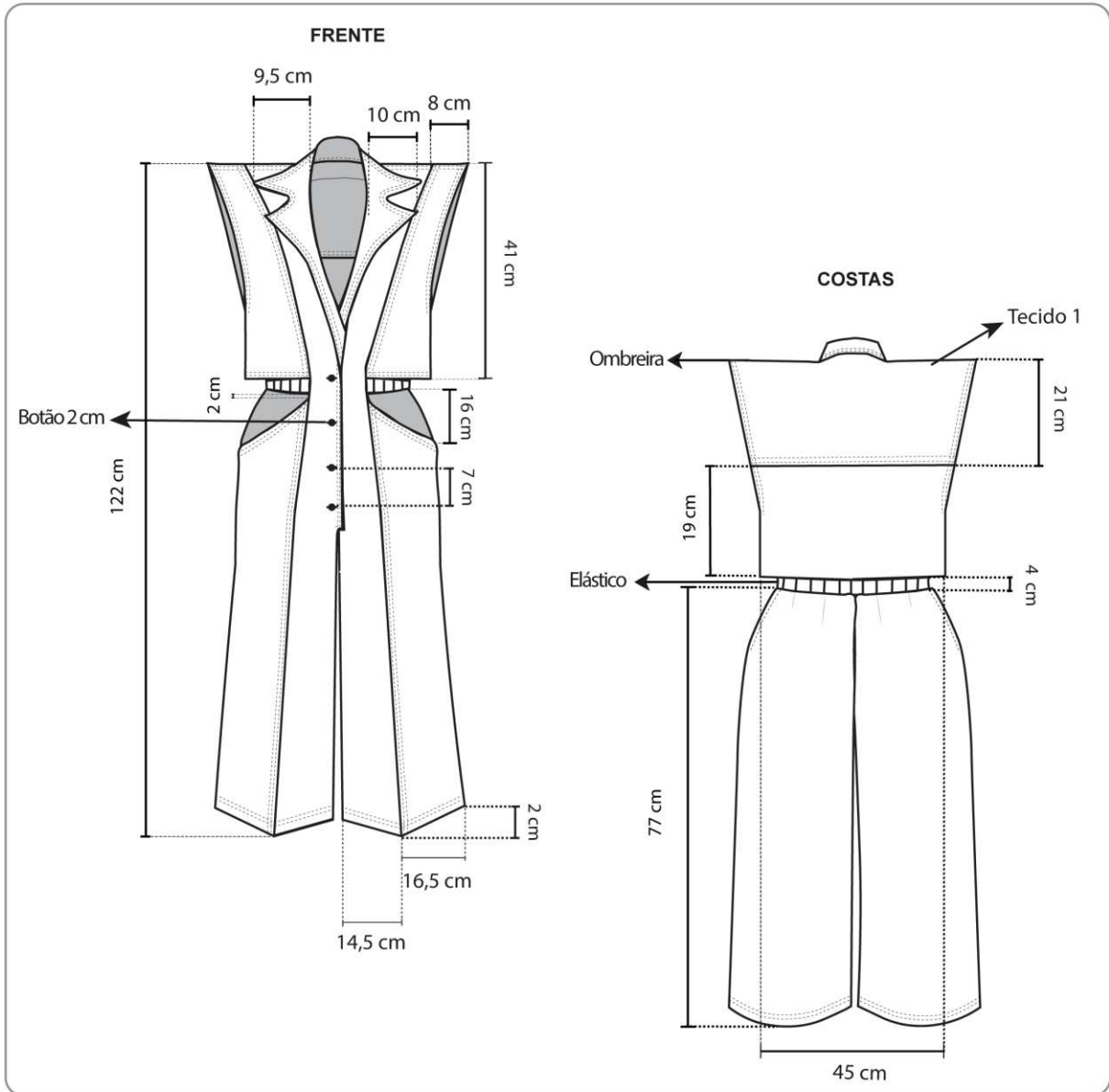
Fonte: Da autora, 2022.

Figura 62 – Look produzido 3.



Tabela 7 – Ficha técnica macacão pantacourt.

	REF.: 004	NOME: MACACÃO PANTACOURT	DATA: MAI./2022
	COLEÇÃO: CÁPSULA 01	DESIGNER: ISADORA MARTINS	
	DESCRIÇÃO: Macacão pantacourt com manga japonesa, gola esporte e bolso faca recortado.		

**CORES****BENEFICIAMENTOS****NOME:****TÉCNICA:****EMPRESA:**

GRADE DE TAMANHOS

36		38		40		42		44		46	
P	G	P	G	P	G	P	G	P	G	P	G
		01									


AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Linha 120	100% PES	Verde	351 m	Casa Combate	R\$ 0,01 m.
Ombreira	100% PU	Areia	2 pares	Casa Combate	R\$ 4,50 par.
Botão 20mm	100% ABS	Prata	04	Toledo Bonfio	R\$ 0,27 unid.
Elástico 4cm	73% PES 27%PB	Branco	55 cm	Carretel	R\$ 1,00 m.

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
1. Couro basic	100% CV	Verde	2,10 m	1,37 m	Tex Prima LOF	R\$ 27,00 m.

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
Linha: R\$ 3,51	Couro Basic: R\$ 56,70	Costura R\$ 45,00	R\$ 119,72
Ombreira: R\$ 9,00			
Botão: R\$ 4,96			
Elástico: R\$ 0,55			

MODELAGEM

MODELISTA: ISADORA MARTINS

NÚMERO DE MOLDES: 16

PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
Frente	1 par
Frente da blusa	1 par
Frente da calça	1 par
Pala costas da blusa	1x
Costas da blusa	1x
Costas da calça	1 par
Cós	1 x
Gola	1 par
Limpeza frente	1 par
Limpeza bolso frente	1 par
Limpeza cava frente	1 par
Limpeza decote costas	1 x
Limpeza calça costas	1 par
Limpeza cava costas	1 par
Ombreira	2 pares
Lateral ombreira	1 par

SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
1. Unir frente da calça e limpeza bolso frente	Reta
2. Pespontar o bolso na frente da calça com costura dupla	Reta
3. Unir frente e frente da blusa	Reta
4. Unir frente e frente da calça	Reta
5. Pespontar frente da blusa e frente da calça com costura dupla	Reta
6. Unir pala das costas da blusa e costas da blusa	Reta
7. Pespontar pala das costas da blusa com costura dupla	Reta
8. Unir os ombros	Reta
9. Pespontar ombros com costura dupla	Reta
10. Unir as golas costurando as laterais e a borda superior	Reta
11. Pespontar a gola com costura dupla	Reta
12. Unir limpeza cava frente e limpeza cava costas	Reta
13. Unir frente e limpeza frente	Reta
14. Unir costas da calça e limpeza calça costas	Reta
15. Pespontar costas da calça com costura simples	Reta
16. Costurar a limpeza da cava nas cavas	Reta
17. Fechar as laterais	Reta


DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
18. Pespontar as cavas com costura dupla	Reta
19. Fechar as pernas	Reta
20. Fechar o gancho	Reta
21. Unir a gola ao decote e à limpeza costas	Reta
22. Pespontar a lapela e o abotoamento com costura dupla	Reta
23. Travar o fim do abotoamento	Reta
24. Pregar o elástico no cós	Reta
25. Unir o cós dobrado às costas da calça e à frente	Reta
26. Fazer bainha na calça com costura dupla	Reta
27. Fazer bainha na blusa com costura dupla	Reta
28. Unir ombreira e lateral ombreira	Reta
29. Encaixar a espuma da ombreira e fechar a ombreira com ponto zig zag	Reta
30. Pregar a ombreira na cava com um ponto em cada extremidade e um ponto no centro do ombro	À mão
31. Fazer as casas dos botões	Reta
32. Pregar os botões	À mão

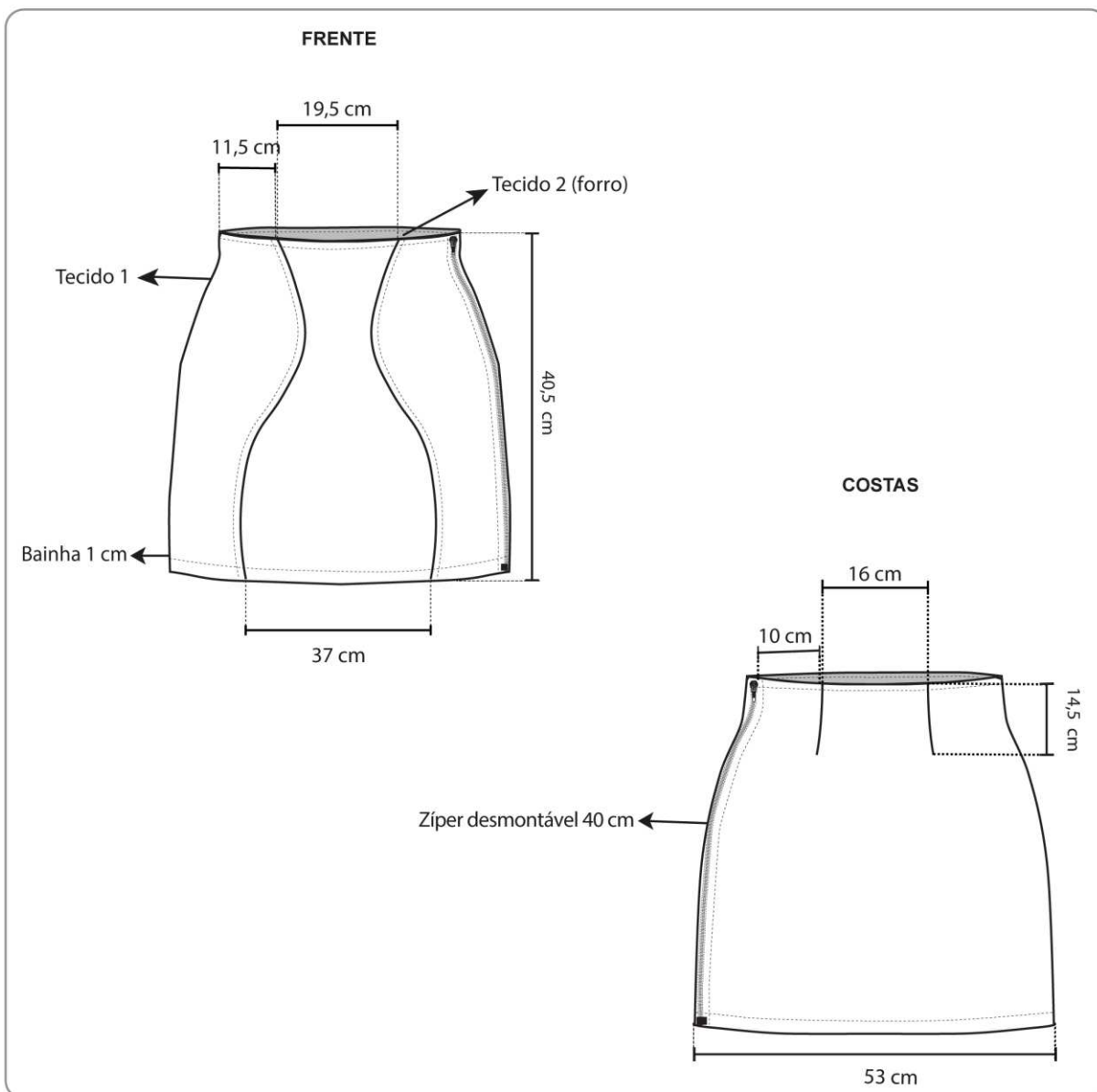
Fonte: Da autora, 2022.

Figura 63 – Look produzido 4.



Tabela 8 – Ficha técnica minissaia vinil.

	REF.: 003	NOME: MINISSAIA VINIL	DATA: MAI./2022
	COLEÇÃO: CÁPSULA 01		DESIGNER: ISADORA MARTINS
	DESCRIÇÃO: Minissaia com recorte arredondado na frente e pence nas costas. Fechamento lateral por zíper desmontável.		

**CORES****BENEFICIAMENTOS****NOME:****TÉCNICA:****EMPRESA:**

GRADE DE TAMANHOS

36		38		40		42		44		46	
P	G	P	G	P	G	P	G	P	G	P	G
					01						



AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Linha 120	100% PES	Azul	96 m	Casa Combate	R\$ 0,01 m.
Zíper desmontável	Nylon	Azul	40 cm	Carretel	R\$ 12,40 m.

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
1. Vinil	100% PU	Azul	60 cm	1,40 m	Granville	R\$ 53,20 m.
2. Cetim	100% PES	Azul	60 cm	1,40 m	Normandi	R\$ 6,80 m.

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
Linha: R\$ 0,96	Vinil: R\$ 31,92	Costura R\$ 25,00	R\$ 66,92
Zíper: R\$ 4,96	Cetim: R\$ 4,08		

MODELAGEM

MODELISTA: ISADORA MARTINS

NÚMERO DE MOLDES: 06

PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM


CORTE

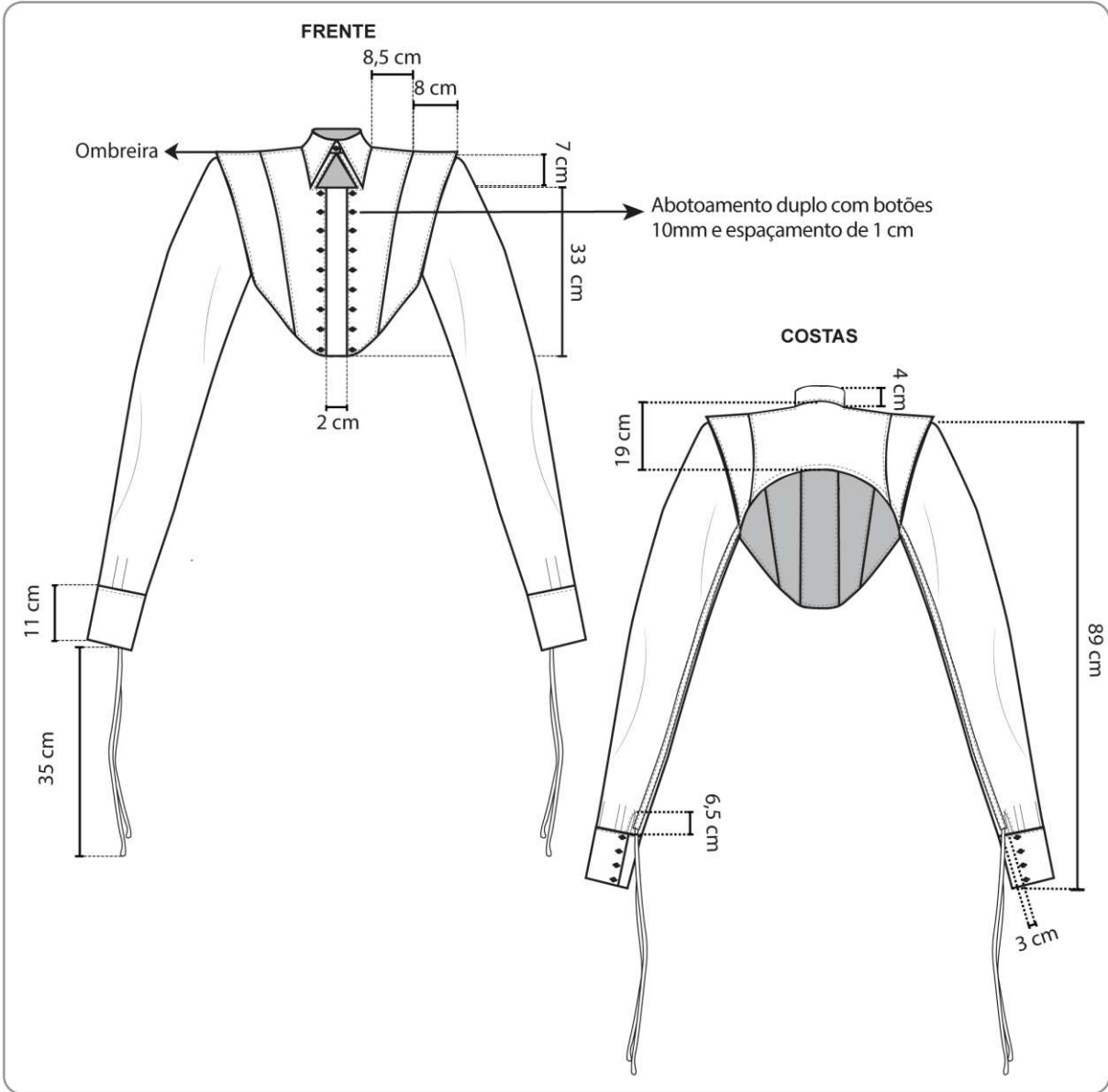
PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
Frente	1x
Lateral	1 par
Costas	1x
Forro da frente	1 x
Forro da lateral	1 par
Forro das costas	1 x


SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
1. Fechar as pences das costas	Reta
2. Fechar as pences do forro das costas	Reta
3. Unir a frente e as laterais	Reta
4. Unir o forro da frente e os forros das laterais	Reta
5. Pespontar a frente na união com a lateral	Reta
6. Unir a lateral esquerda e as costas	Reta
7. Unir o forro da lateral esquerda e o forro das costas	Reta
8. Unir o tecido e o forro por uma costura no cóis	Reta
9. Pespontar o cóis	Reta
10. Fazer bainha da borda inferior	Reta
11. Pregar o zíper na lateral direita	Reta
12. Pespontar o zíper	Reta

Tabela 9 – Ficha técnica camisa cropped.

	REF.: 006	NOME: CAMISA CROPPED	DATA: MAI./2022
	COLEÇÃO: CÁPSULA 01		DESIGNER: ISADORA MARTINS
	DESCRIÇÃO: Camisa cropped com decote triangular e mangas longas		



CORES	BENEFICIAMENTOS
	<p>NOME:</p> <p>TÉCNICA:</p> <p>EMPRESA:</p>

GRADE DE TAMANHOS											
--------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

36		38		40		42		44		46	
P	G	P	G	P	G	P	G	P	G	P	G
					01						


AVIAMENTOS					
-------------------	--	--	--	--	--

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Linha 120	100% PES	Branco	325 m	Casa Combate	R\$ 0,01 m.
Ombreira	100% PU	Areia	2 pares	Casa Combate	R\$ 4,50 par.
Botão 10mm	100% ABS	Prata	29	Mercado Livre	R\$ 0,83 unid.
Entretela Termo-colante	75% CO 25%PES	Branco	10 cm	Caçula	R\$ 15,42 m.

TECIDOS						
----------------	--	--	--	--	--	--

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
1. Cambraia de algodão	100% CO	Branco	300 cm	1,40 m	Mundo Moulage	R\$ 23,90 m.

AMOSTRA DE TECIDOS			
---------------------------	--	--	--

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS			
---------------	--	--	--

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
Linha: R\$ 3,25	Cambraia: R\$ 71,70	Costura R\$ 30,00	R\$ 139,65
Ombreiras: R\$ 9,00	Entretela: R\$ 1,54		
Botões: R\$ 24,16			

MODELAGEM

MODELISTA: ISADORA MARTINS

NÚMERO DE MOLDES: 16

PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
Centro frente	2 pares
Lateral frente	2 pares
Abotoamento	1 par
Limpeza lateral frente	1 par
Centro costas	1x
Lateral costas	2 pares
Limpeza lateral costas	1 par
Colarinho	1 par
Gola	1 par
Manga	1 par
Punho	1 par
Carcela	2 x
Passador da manga	1 par
Tira	2 x
Ombreira	2 pares
Lateral ombreira	1 par

SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
1. Vincar as tiras 1 cm de cada lado, dobrar ao meio e fechar	Reta
2. Pregar a carcela na manga	Reta
3. Pregar um dos lados do passador na manga	Reta
4. Fechar a manga	Reta
5. Pespontar ao redor do passador, pregando o outro lado	Reta
6. Dobrar a tira ao meio e passar pelo passador, travar com pontos na cava	Reta
7. Unir o par de centro frente costurando e centro e o decote triangular	Reta
8. Pespontar centro e decote triangular do centro frente	Reta
9. Unir o par de abotoamento	Reta
10. Pespontar todo o redor do abotoamento	Reta
11. Unir o par de lateral frente por uma costura na cava	Reta
12. Pespontar a cava da lateral frente	Reta
13. Unir o par de lateral costas por uma costura na cava	Reta
14. Pespontar a cava da lateral costas	Reta
15. Fazer pregas na manga, medindo a partir do passador 1 cm - 3 cm - 3 cm - 3 cm - 3cm, travar com uma costura rente ao punho da manga	Reta
16. Entretelar um dos lados do punho e unir o lado entretelada à manga, costurando a partir da carcela	Reta
17. Dobrar o punho ao meio e fechar as laterais	Reta

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
18. Fechar o punho pespontando a borda superior	Reta
19. Entretelar uma das peças da gola e depois unir à outra costurando laterais e borda superior	Reta
20. Pespontar a gola	Reta
21. Entretelar uma das peças do colarinho e depois unir o par e a gola	Reta
22. Franzir a cabeça da manga até encontrar a medida da cava	Reta
23. Unir ombro e lateral da limpeza lateral frente e limpeza lateral costas	Reta
24. Pregar a manga na cava da limpeza	Reta
25. Unir lateral frente, centro frente e limpeza lateral frente	Reta
26. Pespontar essa costura	Reta
27. Unir lateral costas, centro costas e limpeza lateral costas	Reta
28. Pespontar essa costura	Reta
29. Fechar o ombro	Reta
30. Pespontar o ombro	Reta
31. Fechar a lateral	Reta
32. Pregar o colarinho no decote pelo lado entretelado	Reta
33. Pespontar o colarinho	Reta
34. Fazer bainha na frente e nas costas com 0,5 cm	Reta
35. Unir ombreira e lateral ombreira	Reta
36. Encaixar a espuma da ombreira e fechar a ombreira com ponto zig zag	Reta
37. Pregar a ombreira na cava com um ponto em cada extremidade e um ponto no centro do ombro	À mão
38. Fazer 4 casas em cada punho, 1 casa no colarinho e 9 casas em cada centro frente com o espaçamento de 3 cm	Reta
39. Pregar os botões	À mão

Fonte: Da autora, 2022.

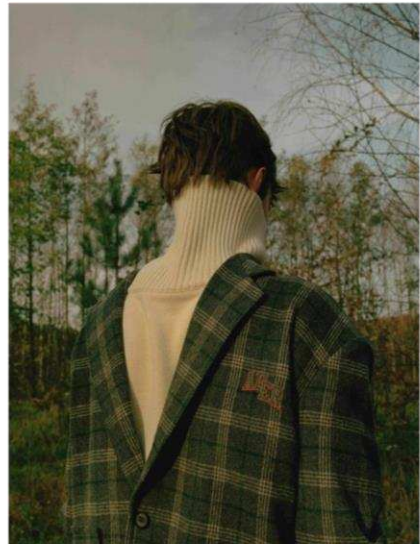
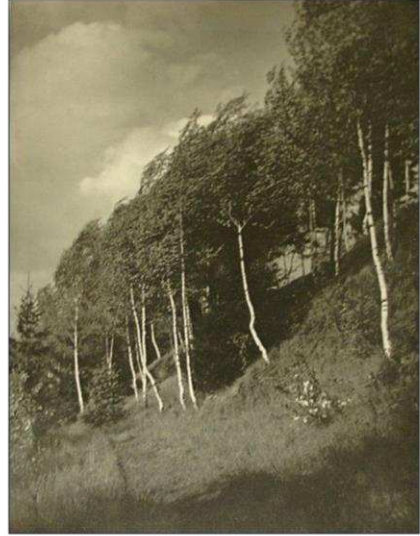
5 EDITORIAL

O caminho criativo escolhido para a criação da imagem de moda dessa coleção foi o de se afastar um pouco das referências oitentistas que haviam sido utilizadas durante o desenvolvimento das peças, uma vez que, caso o editorial se restringisse a repetir as mesmas referências acabaria gerando uma imagem limitada, que poderia dificultar a identificação com o público. Assim, optamos por cruzar essas referências com outras capazes de trazer um frescor atual.

Assim, partimos de um ponto subjetivo comum entre o *Power dressing* e a cultura *Balroom*: o sonho. Esteve presente em ambos os movimentos o desejo de construção de uma realidade paralela, que os permitisse exprimir suas personalidades e realizar o que desejavam. Transportando esse conceito para o momento atual, hoje em nosso imaginário, esse ambiente é o metaverso. Definido por Olivia Merquior como “um ecossistema de tecnologias que diluem as fronteiras entre experiências físicas e virtuais, criando um ambiente de realidades híbridas e desterritorializadas.” (ELLE, 2022). O metaverso é repleto de possibilidades estéticas e se tornou uma inspiração para a criação dessa imagem.

A construção do editorial foi direcionada pela pesquisa de imagens de referência e criação de painéis de inspiração de locação, iluminação, *styling*, beleza e pose. Esses painéis podem ser observados a partir da figura 64. A locação escolhida foi um ambiente aberto, em meio a natureza, que evoca uma sensação onírica. Fotografado durante a noite, a iluminação com o uso da luz colorida e da máquina de fumaça, traz a atmosfera do metaverso. No *styling* referências futuristas mescladas com tendências do momento, somadas a uma beleza artística e ousada, produz um visual irreverente e moderno.

Figura 64 – Painel de inspiração de locação.



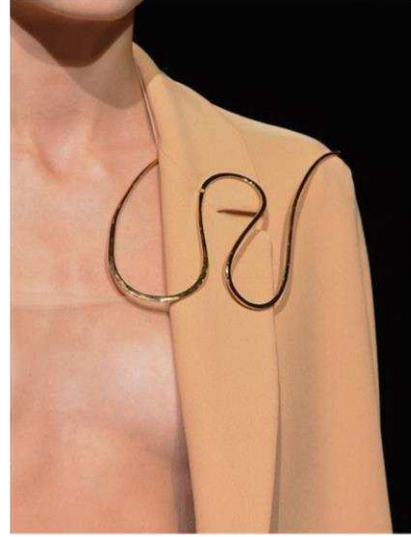
Fonte: Da autora, 2022.

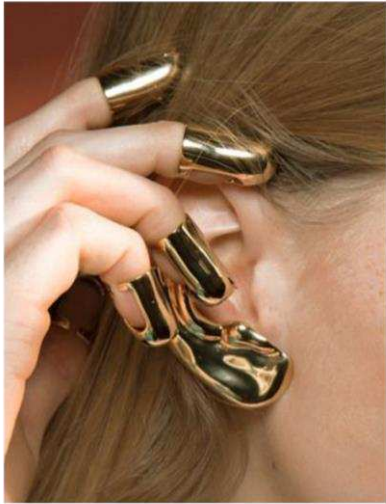
Figura 65 – Painel de inspiração de iluminação.



Fonte: Da autora, 2022.

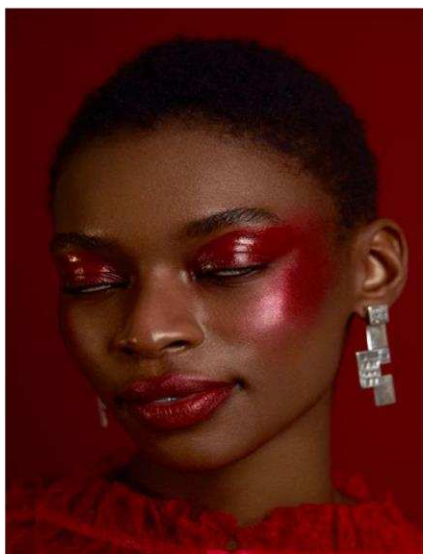
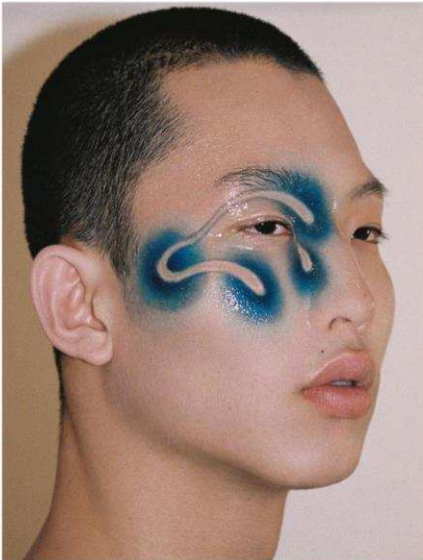
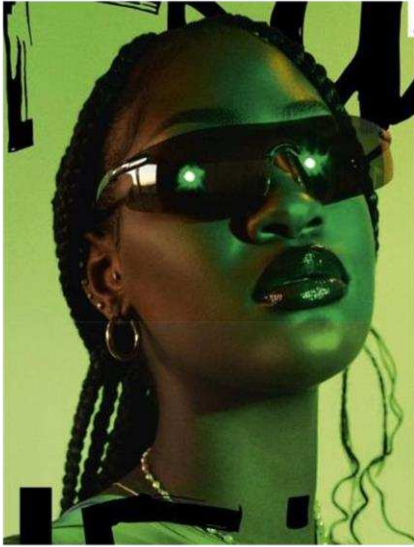
Figura 66 – Painel de inspiração de *styling*.





Fonte: Da autora, 2022.

Figura 67 – Painel de inspiração de beleza.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 68 – Painel de inspiração de poses.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 69 – Produção do editorial.



Fonte: Da autora, 2022.

Ficha técnica:

Direção criativa: Isadora Martins @isaadoramm

Fotografia: Leonardo Morais @souleomorais

Assistente de fotografia: Caio Deziderio @domundonadaseleva

Styling: Isadora Martins @isaadoramm

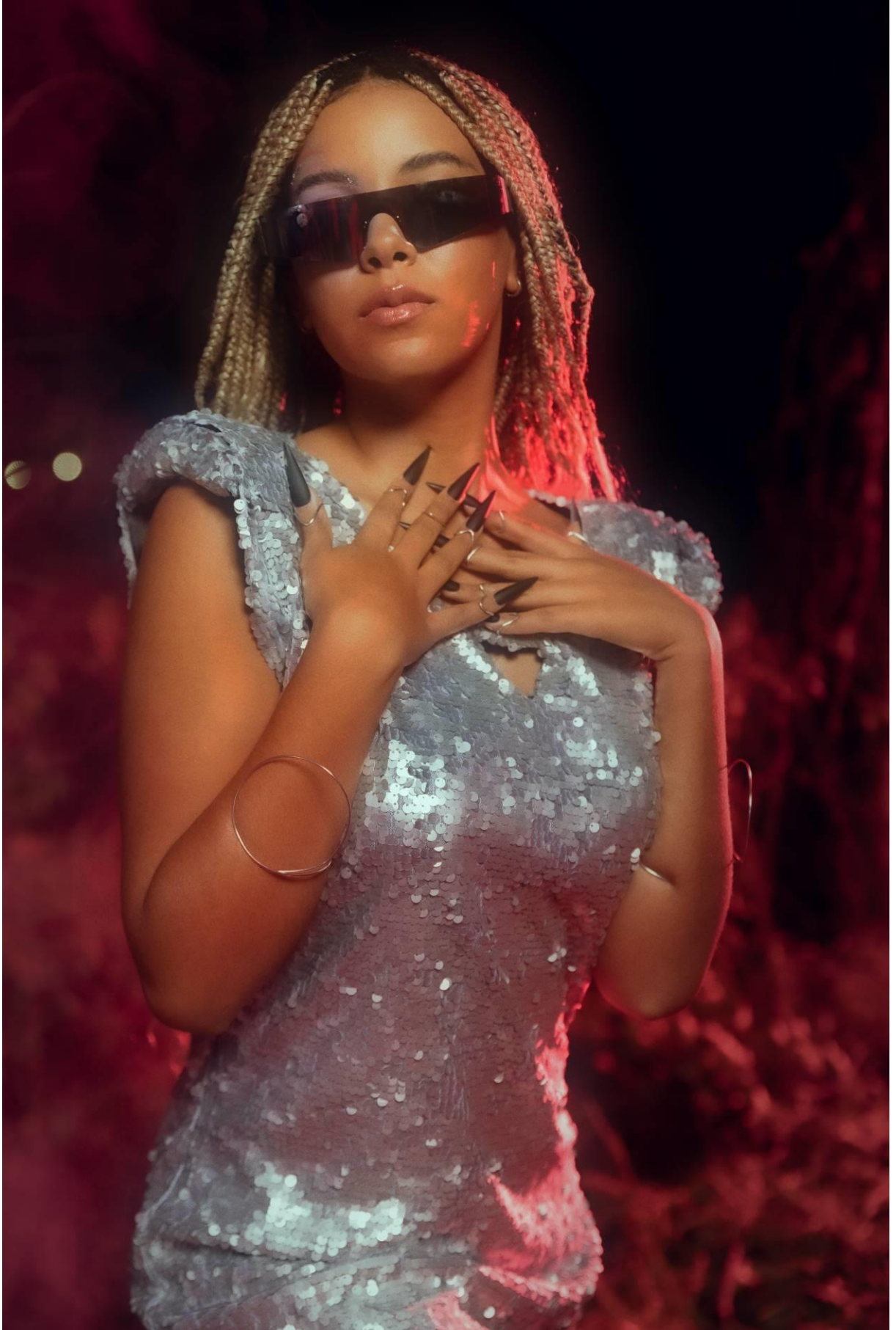
Beleza: Lucas Melo @lucasrdemelo

Tratamento de imagem: @ Caio Deziderio @domundonadaseleva

Modelos: Diniz @gustavindiniz e Nicole Nogueira @nicolenogueira__



















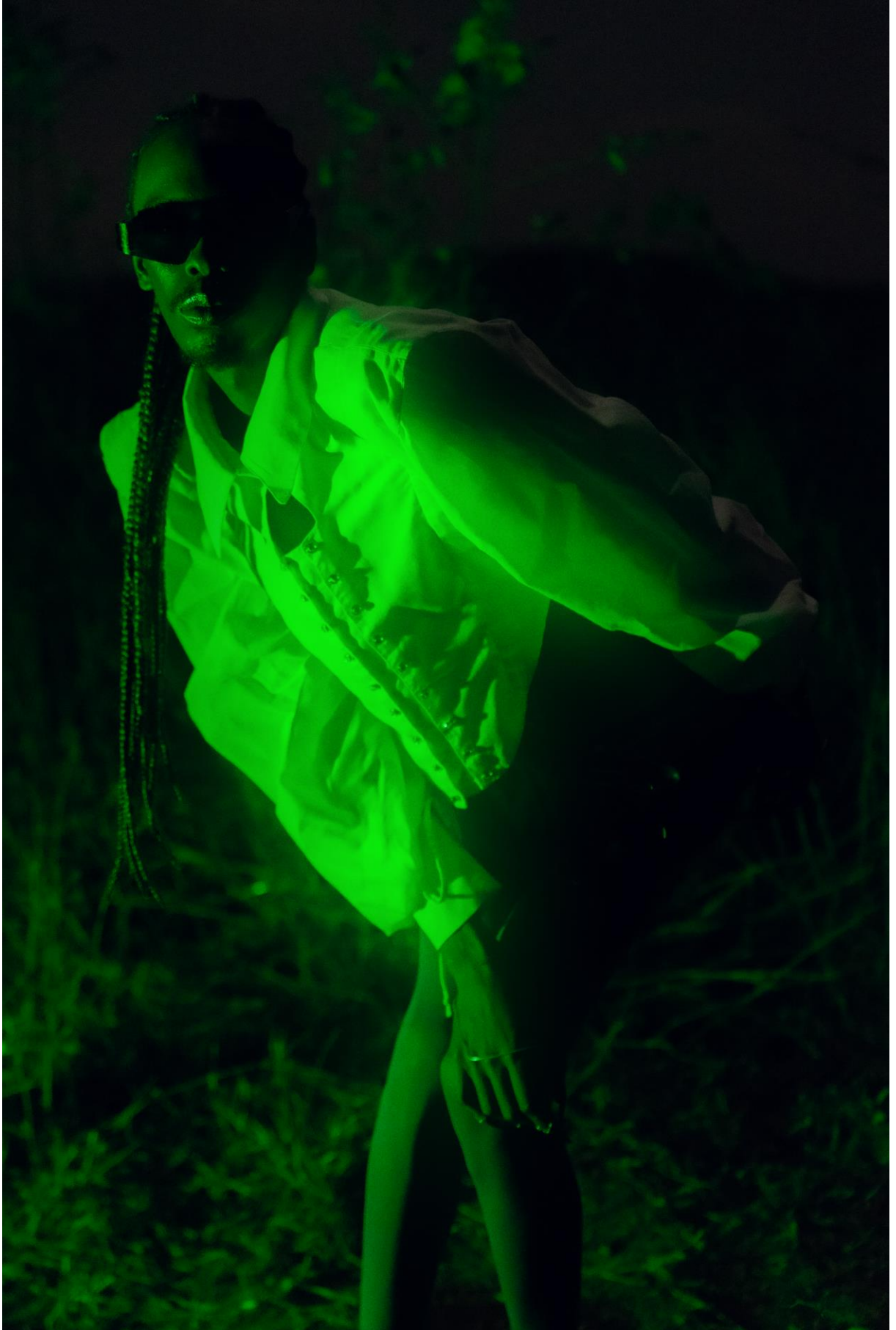




















6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho é fruto de pesquisas teóricas e imagéticas a respeito da moda sem gênero e dos movimentos *Power dressing* e *Ballroom*. A moda sem gênero foi investigada desde suas primeiras manifestações, identificando pontos positivos e pontos a serem aperfeiçoados. Já as pesquisas a respeito do *Power dressing* e do *Ballroom* foram transformadas em um painel de inspiração e tiveram seus signos traduzidos em uma coleção de moda. O trabalho foi finalizado com a criação de um editorial de moda, um importante elemento para comunicar com o consumidor, agregando valor e conceito às roupas.

A partir do processo de construção desse trabalho foi possível aprimorar os conhecimentos adquiridos durante a graduação colocando em prática aprendizados teóricos. A maior dificuldade encontrada foi o período de pandemia que dificultou a utilização do Ateliê do Instituto de Artes e Design, além do suporte das técnicas. Assim, as peças foram produzidas em casa, apenas com máquina reta doméstica, o que acabou prejudicando alguns acabamentos.

Apesar disso, é possível afirmar que o trabalho atingiu seus objetivos, uma vez que foi criada uma coleção de moda cápsula e experimental, que não possui definição de gênero, mas consegue ser ousada e divertida.

REFERÊNCIAS

A FUNDADORA. **Chanel**, [S.l.]. Disponível em: <<https://www.chanel.com/pt/about-chanel/a-fundadora/>>. Acesso em: 30 dez. 2021.

ASSUNÇÃO, Luxas. Homens de saia: o que a moda pode nos dizer sobre gênero e sexualidade?. **FFW**, [S.l.], 29 de março de 2021. Disponível em: <<https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/homens-de-saia-o-que-a-moda-pode-nos-dizer-sobre-genero-e-sexualidade/>>. Acesso em: 6 jan. 2022.

ASSUNÇÃO, Luxas. Ponto de vista: “roupas sem gênero” reforçam o binarismo? **FFW**, [S.l.], 2 de outubro de 2021. Disponível em: <<https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/roupa-sem-genero-pessupoe-a-ideia-de-que-roupas-tem-um-genero-inerente-a-si/>>. Acesso em: 10 jan. 2022.

BANKS, Tom. Selfridges launches “gender neutral” retail concept. **Design Week**, [S.l.], 13 de março de 2015. Disponível em: <<https://www.designweek.co.uk/issues/9-15-march-2015/selfridges-launches-gender-neutral-retail-concept/>>. Acesso em: 5 jan. 2022.

BEULAH. A history of Giorgio Armani in three suits. **Catawiki**, [S.l.], 17 de julho de 2019. Disponível em: <<https://www.catawiki.com/en/stories/5735-a-history-of-giorgio-armani-in-three-suits>>. Acesso em: 10 jan. 2022.

BUTLER, Judith P. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 21. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2021.

CORONATO, Giulia. 9 Celebidades que desafiam a norma de gênero na moda. **Steal the Look**, [S.l.], 9 de junho de 2021. Disponível em: <<https://stealthelook.com.br/9-celebridades-que-desafiam-as-normas-de-genero-na-moda/>>. Acesso em: 6 jan. 2022.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2013.

DAL BOSCO, G. L. S.; TRIDAPALLI, F. C. et al. A importância da modelagem na unificação de gêneros. *In*: COLOQUIO DE MODA, 12.; CONGRESSO BRASILEIRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA, 3., 2016, João Pessoa. **Anais** [...]. João Pessoa: Unipê. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/COMUNICACAO-ORAL/CO-03-Cultura/CO-03-A-Importancia-da-modelagem-na-unificacao-de-generos-5.pdf>>. Acesso em: 7 dez. 2021.

DESFILE Bispo dos Anjos. **SPFW**, [S.l.]. Disponível em: <<https://www.spfw.com.br/experience/post/desfile-bispo-dos-anjos>>. Acesso em: 7 jan. 2022.

DESFILE Lucas Leão. **SPFW**, [S.l.]. <Disponível em: <<https://www.spfw.com.br/experience/post/desfile-lucas-leao>>. Acesso em: 7 jan. 2022.

- DO BEM, N. A.; CALVI, G. C.; LINKE, P. P. Aspectos identitários da relação entre androginia e moda sem gênero. **Plural design**, [S.l.] v. 2, n. 1, p.80-90, Dez. 2019. Disponível em: <<http://186.237.248.25/index.php/PL/article/view/86>>. Acesso em: 15 nov. 2021.
- DUARTE, Sonia. **Modelagem industrial brasileira**: tabela de medidas. 3. ed. Rio de Janeiro: Guarda-Roupa, 2015.
- DUARTE, S; SAGGESE, S. **Modelagem industrial brasileira**. 5. ed. Rio de Janeiro: Guarda-Roupa, 2010.
- EDWARDS, Jess. Zara have released na ‘Ungendered’ clothing line. **Cosmopolitan**, [S.l.], 8 de março de 2016. Disponível em: <<https://www.cosmopolitan.com/uk/fashion/style/news/a41776/zara-ungendered-clothing-line-new-twitter/>>. Acesso em: 4 jan. 2022.
- GUCCI. **Vogue Runway**, [S.l.]. Disponível em: < <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-menswear/gucci/slideshow/collection#60>>. Acesso em: 30 dez. 2021.
- GUEDES, M. E. F. Gênero, o que é isso?. **Psicologia**: ciência e profissão, [S.l.] v. 15, n. 1-3, 1995. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1414-98931995000100002>. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pcp/a/np6zGkghWLVbmLtdj3McywJ/?lang=pt>>. Acesso em: 19 nov. 2021.
- HOOKS, B. **Olhares negros**. Raça e representação. São Paulo: Editora Elefante, 2019.
- LAWRENCE, T. **Voguing and the Ballroom Scene of New York, 1989-92**. Nova York: Soul Jazz Books, 2011.
- LEITE, A. S; VELLOSO, M. D. **Desenho técnico de roupa feminina**. 1. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2017.
- LIMA, B. R. Cinestesia sapatransbicha. **CINABEH: Políticas da vida: coproduções de saberes e resistências**. v.1. Campina Grande: Realize editora, 2021. Disponível em: < <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/75202>>. Acesso em: 13 jan. 2022.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- LUCAS LEÃO. **Lucas Leão**, [S.l.]. Disponível em: <<https://www.lucasleao.co/sobre>>. Acesso em: 3 jan. 2022.
- LUNA, Camilla Pinto. **Análise das práticas representacionais do mercado da moda “sem gênero”**. 2017. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Grande Rio, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: < <https://tede.unigranrio.edu.br/handle/tede/189>>. Acesso em: 15 nov. 2021.

MADONNA: Vogue (videoclipe de 1990). **IMDb**, [S.I.]. Disponível em: <https://m.imdb.com/title/tt6652338/mediaindex/?ref_=tt_mv_close>. Acesso em: 13 jan. 2022.

MALLET, Maria Eduarda. Os looks icônicos de David Bowie. **Claudia**, [S.I.], 11 de janeiro de 2016. Disponível em: <<https://claudia.abril.com.br/moda/os-looks-iconicos-de-david-bowie/>>. Acesso em: 5 jan. 2022.

MATOS, Cátia Pereira. Livro de história: le smoking. **Vogue Portugal**, [S.I.], 1 de agosto de 2019. Disponível em: <<https://www.vogue.pt/historia-le-smoking-yves-saint-laurent>>. Acesso em: 5 jan. 2022.

MONTEIRO, Gabriel; OYAMA, Patricia; MESQUITA, Giuliana. A moda e o metaverso. **ELLE**, [S.I.], 5 de abril de 2022. Disponível em: <<https://elle.com.br/podcast/a-moda-e-o-metaverso>>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MULTIMARCAS Selfridges lança experiência inédita de compras unissex. **FFW**, [S.I.], 10 de mar. de 2015. Disponível em: <<https://ffw.uol.com.br/noticias/comportamento/multimarcas-selfridges-lanca-experiencia-inedita-de-compras-unissex-357/>>. Acesso em: 21 dez. 2021.

NETTO, Antonio Zani. **Moda sem gênero**: um estudo para a busca de quebra de paradigmas relacionados às vestimentas. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2016. Disponível em: <https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5859/1/AP_CODEM_2016_2_18.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2021.

NOSSA, Gustavo Frank. C&A lança coleção sem gênero após BBB “jogar luz sobre o assunto”. **Uol**, [S.I.], 27 de março de 2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/03/27/ca-lanca-colecao-capsula-sem-genero-apos-bbb-jogar-luz-sobre-o-assunto.htm>>. Acesso em: 6 jan. 2022.

PACCE, Lilian. Yves Saint Laurent, a marca está de volta (e em forma de alta costura). **Lilian Pacce**, [S.I.], 28 de setembro de 2015. Disponível em: <<https://www.lilianpacce.com.br/moda/yves-saint-laurent-a-marca-esta-de-volta-e-em-forma-de-alta-costura/>>. Acesso em: 5 jan. 2022.

PALHÃO, Marcela. Grace Jones: 10 curiosidades sobre a trajetória da supermodelo. **Harpers Bazaar**, [S.I.], 19 de maio de 2021. Disponível em: <<https://harpersbazaar.uol.com.br/estilo-de-vida/grace-jones-10-curiosidades-sobre-a-trajetoria-da-supermodelo/>>. Acesso em: 5 jan. 2022.

PARIS is burning. Direção: Jennie Livingston. Produção: Academy Entertainment e Off White Productions. Estados Unidos, 1991. Youtube (71min).

PERLIN, R. L.; KISTMANN, V. N. A percepção da moda sem gênero na visão do público. **Estudos em design**, Rio de Janeiro v. 26, n. 1, p.5-28, 2018. Disponível

em: <<https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/5>>. Acesso em: 11 nov. 2021

PEREZ, L.; CURCINO, L. Construindo ombros fortes: A roupa ressignificando o corpo feminino. **RUA**, Campinas v. 20, n. 1, p.20-34, 2015. DOI: 10.20396/rua.v20i1.8637535. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8637535>>. Acesso em: 10 jan. 2022

PESQUISAS por moda sem gênero estão crescendo. **ELLE**, [S.l.], 9 de jun. de 2021. Disponível em: <<https://elle.com.br/moda/pesquisas-por-moda-sem-genero-estao-crescendo>>. Acesso em: 19 dez. 2021.

REDIVO, Andrei Ceolin. **A moda genderless nas passarelas**: um estudo de caso da Gucci e C&A. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design de Moda) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/20746>> Acesso em :17 dez. 2021

REGNAULT, Chantal. **Voguing and the house Ballroom Scene of New York City 1989-92**. 1. ed. Londres: Soul Jazz Books, 2011.

SANCHEZ, G. ; SCHIMITT, J. et al. Moda sem gênero: conceituação e contextualização da tendências não binárias. *In*: COLOQUIO DE MODA, 12.; CONGRESSO BRASILEIRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA, 3., 2016, João Pessoa. **Anais** [...]. João Pessoa: Unipê. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/COMUNICACAO-ORAL/CO-03-Cultura/CO-03-MODA-SEM-GENERO-Conceituacao-e-contextualizacao-das-tendencias-nao-binarias-FINAL.pdf>>. Acesso em: 3 jan. 2022.

SANTOS, Henrique Cintra. **A transnacionalização da cultura dos Ballrooms**. 2018. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2018.

SANTOS, R. P. T.; JUSTOS, I. T. R. L.. et al. Genderless: moda sem gênero. *In*: COLOQUIO DE MODA, 12.; CONGRESSO BRASILEIRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA, 2., 2016, João Pessoa. **Anais** [...]. João Pessoa: Unipê. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/POSTER/PO-01-Design/PO-01-genderlessmodasemgenero.pdf>>. Acesso em: 3 dez. 2021.

SILVA, I. R. Se chama dip e não death drop: ballroom em performance(s). **CINABEH**: Políticas da vida: coproduções de saberes e resistências. v.1. Campina Grande: Realize editora, 2021. Disponível em: <<https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/75074>>. Acesso em: 13 jan. 2022.

SINGER, Ruth. **Fabric Manipulation**: 150 creative sewing techniques. 1. ed. Exeter: David and Charles, 2013.

SOBRE. **Bispo dos anjos**, [S.I.]. Disponível em:
<<https://www.bispodosanjos.com/sobre-pg-8c3a2>>. Acesso em: 3 jan. 2022.

TEIXEIRA, D. P. ; SILVA, S. R. A.; MATURO, A. F. Sob ombros esplêndidos: um estudo sobre a representação feminina nos anos 1980. **Achiote revista eletrônica de moda**. Belo Horizonte, v. 4, n. 1, p.1-81, 2016. Disponível em:
<<http://revista.fumec.br/index.php/achiote/article/view/3824>>. Acesso em: 7 jan. 2022.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: planejamento de coleção. 4. ed. Brusque: D. Treptow, 2007.

URSPRUNG, S. Voguing: Madonna and Cyclical Reappropriation. [S.I.] 2012. Disponível em :
<<https://sophia.smith.edu/blog/danceglobalization/2012/05/01/voguing-madonna-and-cyclical-reappropriation/>>. Acesso em:13 jan. 2022.

VOGUING and the House Ballroom Scene of New York City 1989-92. **The Guardian**, [S.I.], 15 de dez. de 2011. Disponível em:
<<https://www.theguardian.com/fashion/gallery/2011/dec/15/vogue-ballroom-new-york?page=with%3Aimg-5>>. Acesso em: 13 jan. 2022.

WHAT is Thatcherism? **BBC**, [S.I.], 10 de abr. de 2013. Disponível em:
<<https://www.bbc.com/news/uk-politics-22079683>>. Acesso em: 11 jan. 2022.

ZAMBRINI, L. Olhares sobre moda e design a partir de uma perspectiva de gênero. **dObra[s]** – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S.I.] v. 9, n. 19, p.53-61, 2016. DOI: <https://doi.org/10.26563/dobras.v9i19.452>. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/452>>. Acesso em: 27 nov. 2021.