UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

ARTHUR HOPPEN CANHOLA

APROPRIAÇÃO CULTURAL DA MARCA INTALIANA MOSCHINO EM REFERÊNCIA A COMUNIDADE QUEER

Florianópolis

2019

ARTHUR HOPPEN CANHOLA

APROPRIAÇÃO CULTURAL DA MARCA ITALIANA MOSCHINO EM REFERÊNCIA A COMUNIDADE QUEER

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design de Moda da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda.

Orientador: Prof. Msc. Roberto Forlin Pereira

Florianópolis

2019

ARTHUR HOPPEN CANHOLA

APROPRIAÇÃO CULTURAL DA MARCA ITALIANA MOSCHINO EM REFERÊNCIA A COMUNIDADE QUEER

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda e aprovado em sua forma final pelo Curso de Graduação em Design de Moda da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Florianópolis, 12 de dezembro de 2019.

_____

Prof. Ms. Roberto Forlin Pereira
Universidade do Sul de Santa Catarina

_____

Prof. Ms. Adriana De Luca Sampaio Canto
Universidade do Sul de Santa Catarina

_____

Prof. Priscila Moura Ortiga
Universidade do Sul de Santa Catarina

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Imagens simbólicas sobre a globalização cultura 19
Figura 2- Rua do Bairro da Liberdade em São Paulo 21
Figura 3- Banco do Bradesco no Bairro da Liberdade com signos da arquitetura asiática 21
Figura 4- Club Kids dos anos 80 22
Figura 5- Frequentadores e membros do grupo social Club Kids 23
Figura 6- Promoter Michael Alig, famoso Club Kid dos anos 80 e 90 23
Figura 7- *Clubbers* de São Paulo 24
Figura 8- Membro *Clubber* com roupa vermelha e óculos escuros 24
Figura 9 - Madonna vestida de Marilyn em seu vídeo clip *Material Girl* 26
Figura 10- Ônibus Hippie 31
Figura 11- Mulher em meio ao Festival de Woodstock 32
Figura 12 - Mulheres da década de 60 em suas roupas de dia a dia 33
Figura 13 - Grupo da contracultura Hippie e seus visuais como signo de protesto 33
Figura 14 - Imagem que mostra o ativismo hippie fora do festival, um ato de contracultura dentro da sociedade 34
Figura 15 - Uma pessoa fazendo a referência de combater sem violência, mas sim com amor, paz, que está representada por uma flor em sua mão 34
Figura 16- Público participante do festival em momento de lazer 35
Figura 17 - Soo Catwoman com seu cabelo que imitava orelhas de gato 37
Figura 18 - Vivienne Westwood com look de látex e com sua vendedora que usa maquiagem "*olho de gato*" 38
Figura 19 - Imagem mostrando diferentes estilos Punks e signos 38
Figura 20 - Punks nas ruas das cidades 39
Figura 21- Dia do Orgulho LGBTQIA+ em São Paulo no ano de 2019 43
Figura 22- Drag Queen em meio a Parada LGBTQIA+ de São Paulo, 2018 43
Figura 23- Parada LGBTQIA+ de Belo Horizonte, 2018 44
Figura 24 - Roupas da exposição Camp: Notes of Fashion no Museo Metropolitado de Artes em Nova Iorque 49
Figura 25 - Releitura do estilista Jean-Paul Gaultier 50
Figura 26 - Lady Gaga e seu vestido feito de carne no tapete do VMA em 2010 51
Figura 27 - A cantora Cher e seus extravagantes adereços 51

Figura 28 - Vestidos expostos no Museu Metropolitano de Arte em Nova Iorque 52
Figura 29 - *Drag Queens* na Palladium Party, em 1985 55
Figura 30 - *Drag Queen* Rupaul "montado" 55
Figura 31 - Pôster da primeira temporada de RuPaul's Drag Race 56
32 - *Drag* e ícone camp, Divine 57
Figura 33 - Pessoas com visuais Club Kids em uma revista 58
Figura 34 - Estética Club Kids 59
Figura 35 - Visual exagerado e excêntrico dos Club Kids 59
Figura 36 - Nina Hagen e Bjork junto a *clubbers* 60
Figura 37 - James St. James e Michsael Alig 61
Figura 38 - Pabllo Vittar, *Drag Queen* brasileira 62
Figura 39 - Pop Art de Andy Warhol 67
Figura 40 - Coca-Cola (1963) de Andy Warhol 68
Figura 41 - Logo da Moschino 74
Figura 42 - Franco Moschino 74
Figura 43 - Blazer Waist Money da Moschino 76
Figura 44 - Roupa militar feminina de Franco Moschino 77
Figura 45 - Franco faz referência para Chanel em seu show no ano de 1991 77
Figura 46 - Look marca registrada da Chanel com seu taier 78
Figura 47 - Vestido feito de sacolas plásticas, desfile de 1993 79
Figura 48 - Jeremy Scott, atual criador da Moschino 80
Figura 49 - Um dos visuais Barbie's criados por Jeremy Scott 81
Figura 50 - Primeiro look da coleção Outono 2014 da Moschino com signos do *Junk Food* . 83
Figura 51 - A modelo Gigi Hadid desfilando para a coleção de Primavera 2017 da Moschino 84
Figura 52 - Modelo na passarela para a coleção Outono 2018 Menswear da grife italiana Moschino 85
Figura 53 - Modelo para a Moschino na coleção Outono 2018 Menswaer 86
Figura 54 - Look do desfile Outono 2019 da Moschino 89
Figura 55 - Club Kids dos anos 80 89
Figura 56 - Desfile Primavera Menswear 2019 90
Figura 57 - Visual Deee-Lite 90
Figura 58 - Estética exagerada com mix de cores, estampas e tamanhos 91
Figura 59 - Look Moschino Primavera 2019 Menswear 92

Figura 60 - Club Kid Michael Alig 92
Figura 61 - Violet Chachki para Moschino Primavera 2019 Menswear 93
Figura 62 - Look *Club Kid* com exagero e longa capa vermelha 94
Figura 63 - Modelos para Outono 2018 Menswear da grifa Moschino 95
Figura 64 - Estilo Club Kid que se chama Kabuki Starshine 95
Figura 65 - Exageros na passarela de Outono 2019 da Moschino 96
Figura 66 - Club Kid ao seu excêntrismo máximo 96
Figura 67 - Club Kid com roupa listrada combrindo todo seu corpo 97
Figura 68 - Modelos mostrando a ambiguidade de gênero no desfile de Outono 2013 da Moschino 98
Figura 69 - Rupaul Charles, Drag Queen mais famosa do mundo 98
Figura 70 - Modelo mostrando a fluidez do gênero desfilando com saia e adereços na sua cabeça 99
Figura 71 - Drag Queen Rupaul mostrando a quebra de padrões 99
Figura 72 - Ironia na passarela de 94 da grife Moschino 100
Figura 73 - Look estéticamente inusitado com 4 olhos e pontas saindo da cabeça 100

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 7
2 PROBLEMATICA 8
3 JUSTIFICATIVA 9
4 OBJETIVOS 10
4.1 OBJETIVO GERAL 10
4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS 10
5 METODOLOGIA 11
6 CULTURA E IDENTIDADE 14
6.1 CULTURA HIBRIDA 19
7 INDUSTRIA CULTURAL 28
7.1 CONTRACULTURA 29
8 CULTURA QUEER 41
9 CULTURA POP 64
10 SEMIÓTICA 70
11 MOSCHINO 74
12 COMPARAÇÕES FINAIS 88
13 CONCLUSÃO 101
14 REFERÊNCIAS 103

1 INTRODUÇÃO

O Trabalho de Conclusão de Curso tem como foco principal analisar visualmente a apropriação da cultura *queer* dentro de diferentes desfiles de moda de uma das maiores grifes dos últimos tempos, a Moschino.

Durante o processo do trabalho, história da moda, história da comunidade *queer*, explicações de gênero e identidade, contextualização da marca escolhida e a análise de imagens serão constantes abordadas no decorrer do TCC.

Abordando a moda como uma ferramenta social, abraçando uma comunidade reprimida e excluída da sociedade que, conforme o passar dos anos, ganha mais força e representatividade no mundo, mostrando a infinidade criativa presente no grupo, mostrando infinitas possibilidades de criações, ideias etc. Que com o "poder" da influência de uma empresa como a Moschino, que está no ramo desde 1984 e tem seu espaço conquistado e consolidado, alavanca e da representatividade à esse grupo social acuado trazendo-o para os holofotes do mundo modista e do mundo.

Pesquisas sobre cultura e identidade, cultura híbrida, cultura pop, contra cultura, também sobre Semiótica (pois quando chegarmos ao ponto de realização das análises de imagens, utilizaremos a Semiótica como a nossa ferramenta), serão realizados e então utilizados como a base para o início dos estudos.

Essa pesquisa pretende mostrar e trazer, de qual maneira a moda se apropria de signos culturais, e principalmente, analisar a grife Moschino, e de qual maneira essa grife através de signos se apropria da cultura para as suas criações.

O estudo busca apresentar e mostrar com outros olhos, uma cultura que por anos não teve seu devido espaço na sociedade, mostrar a riqueza e também a vanguarda presente nesses pioneiros do mundo estilístico e também pioneiros em relações a conceitos relacionados a gênero e sexo, fora isso, destacar a grife Moschino, mostrando que essa empresa está sendo um dos maiores porta vozes do mundo da moda nos dias de hoje, utiliza, usufrui e também da voz para um grupo social acuado como o grupo *queer*.

2 PROBLEMATICA

A problematização gerada pela apropriação *queer* dentro da marca Moschino inicia logo no momento em que a palavra diversidade e afins estão em alta na atualidade, junto com a cultura POP, entre outros, onde a potência da novidade aumenta e se torna o centro da indústria. Focando em uma cultura em ascensão, a marca italiana, além de estar alimentando-se de uma das comunidades em que mais se consome moda (LGBTQI+), usufrui desse universo para as criações de seus inúmeros shows, trazendo o *queer,* que é o estranho, o excêntrico, o raro e o diferente, para os desfiles.

Abordando características da influência *queer** em suas peças, representantes da marca, modelos e desfiles, tanto em editoriais como também em shows, a Moschino se tornou uma porta voz dessa cultura que sofre um grande preconceito nos dias de hoje, pleno século XXI, mas que passo a passo mostra ao mundo seu potencial criativo e político de ser.

O uso de uma cultura em ascensão como ‘’matéria-prima’’ de criação tem seus prós e contras. Dar o reconhecimento de uma comunidade extravagante, criativa e fora dos padrões que, sofre preconceitos como a rejeição, por centenas de anos em vários aspectos da sociedade, e é criminalizada em alguns países, é um grande passo para alavancar uma forte onda de representatividade LGBTQI+. Dessa forma o presente estudo tem o seguinte questionamento: como e de que forma a marca Moschino se apropria dos signos da cultura *queer* em suas coleções?

3 JUSTIFICATIVA

O objetivo principal da pesquisa é abordar como foco um grupo social que, por muitos anos sofreu e continua a sofrer preconceito dentro das mais diversas sociedades ao redor de todo o mundo, trazer uma cultura que está ganhando aos poucos um maior espaço global, fortalecendo-se culturalmente e socialmente, fazendo da moda um espaço de cidadania. Como o foco do processo da pesquisa deste trabalho vai muito além de abrir portas ao grupo, mas sim mostrar esse universo criativo que se tem dentro do mesmo e ir além com isso, analisar como o universo da moda pode ser um agente social e diminuir o preconceito através desse portal que é o mundo das passarelas.

Abordando “temáticas” LGBTQI+ nas criações, a renomada marca italiana de roupas, acessórios e perfumes, Moschino, que está no mercado desde 1984 e atua como ativista das causas LGBTQI+ desde sua origem, fazendo dessa causa uma grande parte da sua imagem na indústria, o foco será dado em cima de diferentes show de moda já apresentados pela marca, sendo eles o desfile de Primavera *Menswear*[1] 2019, Moschino Primavera 2019 *Menswear*, Outono 2018 *Menswear*, Outono 2013 e Pronto para uso na primavera de 1994, escolhendo-os para analisar de que maneira esse grupo social tem presença nas suas criações.

Estudar um dos nomes mais conceituados no mundo da moda por muitos anos, que usufrui do conteúdo *queer* para as suas inovações, trazendo novos olhares para a moda, abordando e trazendo um universo a parte, que é a comunidade LGBTQI+ para “estampar” as criações de uma empresa mundialmente conhecida, quebra barreiras, afronta preconceitos e exalta as minorias tanto, dentro de nichos sociais como nichos da moda.

[1] Desfile de “moda masculina”, roupas voltadas mais para o público masculino.

4 OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GERAL

Analisar de qual maneira acontece à apropriação de influências da comunidade *queer* nos desfiles e coleções da marca italiana Moschino.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

a) **Compreender** conceitos de cultura, identidade, cultura híbrida, indústria cultura, cultural *queer*, cultura pop e semiótica.

b) **Pesquisar** grupos de contra cultura, *club kids* e punks, para estudarmos e entendermos mais sobre o contexto abordado, além da pesquisa em foco na Cultura da comunidade *queer*.

c) **Contextualizar e Analisar** a grife Moschino em seus modos de expressão na moda.

d) **Analisar e Identificar** os signos presentes em determinados desfiles e coleções da grife que foram selecionados no decorrer do estudo, fazendo uma análise de estética através da Semiótica.

e) **Relacionar** os signos da cultura *queer* com os desfiles da grife Moschino.

5 METODOLOGIA

A pesquisa desse projeto se baseia em uma Pesquisa Qualitativa, isso quer dizer que, o foco do estudo será em cima da comunidade *queer*, e sobre a grife italiana Moschino, isso nos resume a uma análise de ambos os focos citados.

Para isso, inicialmente, precisamos ter uma certa base em relação à Cultura e Identidade em geral, conceitos, definições e contexto histórico entram para a pesquisa, e para isso, Terry Eagleton e seu livro A ideia de Cultura (2000), A Invenção da Cultura (2010) por Roy Wagner, Theodor Adorno em Indústria Cultural e Sociedade (2009), estudo sobre a Cultura Híbrida, Indústria Cultural e Contracultura também foram realizadas, com isso, fontes como Nestor García Canclini com seu livro Culturas Híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade (1997), o portal Moda de Subculturas (2015), sites como *VICE* (2016) e Veja São Paulo (2012). Para a pesquisa sobre Indústria Cultural tivemos grande participação de Teixeira Coelho, em sua obra O que é Indústria Cultura (1993), e para Contracultura, foram utilizados Carlos Alberto Messeder Pereira em seu livro O que é Contracultura (1992), site do G1 (2019), o blog Colunas Tortas (2014), o site DW *Made for Minds* (2019) e o blog Moda de Subculturas (2016) foram utilizadas para a formulação de toda essa “teia” de estudos.

Faremos uma revisão bibliográfica com o objetivo de compreender a cultura *queer*, utilizando referências que discutam o que é esse termo, sua história, origem e bandeiras erguidas pelo mesmo, nessa fase da pesquisa utilizaremos algumas obras dos autores como Guacira Lopes Louro e seu livro Teoria *Queer* – Uma Política Pós-Identitária para a Educação (2001), artigos como o de Maria Teresa Vargas Chidiac e Leandro Castro Oltrami com Ser e estar *drag queen*: um estudo sobre a configuração da identidade *queer* (2004), também entram no estudo, blogs, sites e portais como SUPER Interessante (2019), BBC News Brasil (2019), portal Stoodi (2019), Medium (2019), FN (2019), *Independet* (2019), *Draglicious* (2018) e o blog Brechando que ajudam a compreender mais sobre essa cultura com uma mescla de conteúdos atuais. Para finalizarmos, Judith Butler e sua obra Problemas de Gênero: Feminismo e subversão da identidade (2003) entra para entendermos um pouco mais sobre essa Teoria Queer que foi iniciada para quebrar com padrões e ideias retrógradas da sociedade desse século, sendo ela uma comunidade extremamente

criativa e visionária quando se trata da saída da “caixa” da normatividade que se tem nos dias de hoje. Fora isso estudos feitos em cima da Cultura POP, para compreendermos referências e determinadas ligações que existe dentro dessa comunidade onde a cultura pop também tinha o seu determinado papel e bandeira, para isso, a tese de Leonam Casagrande Dalla Vecchia Expandindo as Fronteiras do Álbum Visual: O Caso *Lemonade* de Beyoncè Knowles (2017) e o site Toda Matéria (2019) foram requisitados para a conclusão desse capítulo onde procuro mostrar e interligar certas características semelhantes dentro da cultura pop e da cultura *queer* e a silha LGBTQI+ em geral.

Junto a essas bases bibliográficas o segundo estágio da fundamentação da pesquisa analisará fontes visuais como imagens de selecionados desfiles da marca italiana Moschino, para realizar esse estudo, fontes como Mundo das Marcas (2018), Luiza Bomeny Blog (2015), e Vogue foram selecionados para a junção das informações e imagens para analisarmos, estudarmos e entendermos mais sobre a grifa italiana Moschino, visualizar um pouco de sua história, e também, principalmente, analisar suas criações exuberantes e diferentes, fazendo dessa marca uma das mais irreverentes do mundo da moda nos dias de hoje, sendo uma das mais originais e diferenciadas hoje.

Para que as análises das imagens utilizadas nesse trabalho sejam realizadas com sucesso, o uso da Semiótica entra em cena, contribuindo para essa análise de estética que será realizada, o estudo feito em cima de todo esse processo de análise foi realizado com as fontes de Martine Joly com seu livro Introdução a Análise da Imagem (1994), Lúcia Santaella e Winfried Noth com seu estudo Comunicação e Semiótica (2004).

A comunidade *queer* sofre inúmeros tipos de preconceitos a décadas, sendo eles a exclusão social, agressão tanto verbal quando física e entre outros tipos de rejeição em geral. Esse grupo começou a ter mais reconhecimento nas décadas de 1980-1990, sendo nesse período de tempo, um momento crucial para a imagem que foi pintada dos *queers* até a atualidade, sendo uma figura associada ao vírus da AIDS.

E ter uma marca como a Moschino para abraçar a causa desse grupo social que surgiu de uma falta de compatibilidade com os outros gêneros já existentes na época, é extremamente importante, como comenta Butler (2004):

> Em sendo a “identidade” assegurada por conceitos estabilizadores de sexo, gênero e sexualidade, a própria noção de “pessoa” se veria questionada pela emergência cultural daqueles seres cujo gênero é “incoerente” ou “descontínuo”, os quais parecem ser pessoas, mas náo sc conformam às normas de gênero da inteligibilidade cultural pelas quais as pessoas são definidas. (BUTLER, 2003, p.38)

O *queer* é composto de uma comunidade muito artística estéticamente, desde o início da cultura como um todo, o público é criativo em diferentes formas, sendo eles conhecidos fortemente pela desconstrução da “figura humana comum/original”, “desmontando” o rosto natural, colocando-o debaixo de maquiagens e adornos que destorcem a realidade, brincam com o inimaginável, e se divertem com as possibilidades de distorção da realidade e da comodidade humana.

O reconhecimento, o aumento e o empoderamento de uma comunidade que não se encaixa dentro do seu sexo, gênero e também orientação sexual, saindo da curva da heterossexualidade, feminino masculino, homem e mulher – a normatividade -, gera inúmeras controvérsias ao redor do mundo, mostrando as inúmeras divisões do ser humano dentro da orientação do mesmo e entre outros, como diz Butler (2003):

> Ora, do ponto de vista desse campo, certos tipos de “identidade de gênero” parecem ser meras falhas do desenvolvimento ou impossibilidades lógicas, precisamente porque não se conformarem às normas da inteligibilidade cultural. Entretanto, sua percistência e proliferação criam oportunidades críticas de expor os limites e os objetivos reguladores desse campo de inteligibilidade e, consequentemente, de disseminar, nos próprios termos dessa matriz de inteligibilidade, matrizes rivais e subversivas de desordem do gênero. (BUTLER, 2003, p. 39)

6 CULTURA E IDENTIDADE

O conceito de cultura, abordando-a em seu momento de criação, como já dizia em seu livro A ideia de Cultura (2000), Terry Eagleton nos mostra que, as definições de cultura foram dadas através da natureza em que um grupo estava inserido, levando em consideração seu espaço geográfico, derivando então do mesmo.

Como Eagleton (2000, p.13) comenta, os derivados da palavra cultura são ”lavoura” e “cultivo agrícola”, como por exemplo, essas atividades são culturas e fazendo parte de vários pólos ao redor do mundo, fazendo a liga com o que foi comentado anteriormente, explicando que a natureza é a maior criadora do conceito cultura presente, moldando cada povo em seu espaço e tempo e originando seu processo de cultura, costumes etc.

Tendo um significado de grande complexidade, a cultura pode se referir a inúmeras coisas, como por exemplo no livro A Invenção da Cultura (2010) por Roy Wagner, ele acrescenta que “Quando se falam como se houvesse apenas uma cultura, como em cultura humana”, Wagner (2010, p.20), isso se refere muito amplamente ao fenômeno do homem, do ser; por outro, lado quando falam sobre “uma cultura” ou sobre “as culturas da África”, a referência é a tradições geográficas e históricas específicas, casos especiais do fenômeno do homem.” (2010, p.20).

Fazendo com que a cultura se torne uma característica do homem, uma bagagem que vem junto com cada um, mas que ao diferenciarmos uns dos outros, são pequenas as distinções de cada.

E não se pode deixar de lado que, o homem ao crescer em determinada “bolha” da sociedade, faz com que ele se molde para a sua vida e o mundo, sendo essa bolha algo bom ou ruim, com preconceitos, ideias e bandeiras indeterminadas, que ajudam a influenciam na construção do eu de cada um. Falaremos mais disso conforme o capítulo se desenrola.

> Quando falamos de pessoas que pertencem a diferentes culturas, estamos portanto nos referindo a um tipo de diferença muito básico entre elas, sugerindo que a variedades específicas do fenômeno humano. (WAGNER, 2010, p.21).

Abordando cultura como um conceito antropológico, que engloba suas origens e estuda o homem desde o seu início junto à costumes sociais, características tanto físicas como raciais e entre outros critérios.

Existem alguns critérios quando se trata da ‘formulação’ cultural de alguém, desde o início da sua jornada, como uma criança e ao longo da vida, Eagleton (2000, p.39) já aborda em seu livro isto e comenta que “Todas as culturas devem práticas tais como a criação de crianças, educação, assistência social, comunicação e apoio mútuo;”, e complementa que “caso contrário, elas seriam incapazes de se reproduzir e, assim, incapazes, entre outras coisas, de engajar-se em práticas exploradoras.”.

Um grande exemplo de cultura na sociedade, que deu início na época da colonização brasileira, e cresceu um império no qual vivemos até hoje, é a cultura do consumo, dos burgueses, compras e vendas que consomem todos dia após dia, “a cultura européia como um todo tenha degenerado em mera ideologia aquilo que oferece ao consumo”, já dizia Theodor Adorno em Indústria Cultural e Sociedade (2009).

Trazendo essa influência da cultura no consumo para a população desde a sua criação, que predomina até hoje, tanto no Brasil quanto ao redor do mundo. Fazendo o capitalismo e o comportamento do consumo algo que é e faz parte dos costumes de todos.

Fora isso, o meio em que você está inserido, mesmo nos dias de hoje, passaram por uma construção cultural muito grande, recendo muitas vezes influência ou não de algum outro povo, criações, ideias da normatividade e padrões estéticos, arquitetônicos e outros são criados e moldados conforme o passar do tempo, inserindo na sociedade e moldando a mesma para o que a gente conhece por tradicionalismo, que seria um conceito do como é o “início” das coisas, digo que seria por exemplo, a base inicial, o que a sociedade vê e entende como algo comum e cotidiano na sua vida, e isso muitas vezes é posto de frente com aqueles que não se sentem e não compactuam com essa bandeira, fazendo com que o discurso e a identidade dessa pessoa mude, sua visão não é a mesma da maioria, por exemplo, como a cultura foco de todo esse estudo, a comunidade LGBTQI+, é vista ainda nos dias de hoje – século XX - , com muitos tabus que foram criados pela sociedade em geral, e aqueles que sendo gays, lésbicas, transsexuais ou outros na antiguidade, vieram de um mundo onde sua identidade foi formulada através da não “crença” de

que a normatividade apenas existia na heterossexualidade e no homem cis, pois a cultura inserida no povo é essa.

Complementando que a cultura é grande parte formulada através do meio e dos ensinamentos que você está inserido. “A cultura é então simplesmente tudo que não é geneticamente transmissível.” (EAGLETON, 2000, p. 55).

Fazendo assim cada um evoluir diferente do outro, se deu origem de diversas e inúmeras culturas ao redor do mundo inteiro, como por exemplos as diversas subculturas que temos hoje em dia, que por muitas vezes divergem das “culturas pluralistas”, como aborda Eagleton (2000), fazendo-as se sentir desfalcadas e sufocadas, pois as “mãos dadas” da cultura da maioria não abraça essas minorias.

Como aborda o autor Eagleton (2000, p. 66), “E uma vez que as comunidades marginais tentem a considerar a cultura mais ampla sufocante opressiva, com frequência por excelentes razões, elas podem vir a compartilhar aquela aversão pelos hábitos da maioria que é uma característica permanente da cultura “elevada” ou estética”, dando origem a grupos que descordem da maioria, originando as minorias, ou subculturas.

Refletindo sobre o tema, homens que não se “encaixarem na onda” da grandiosidade da população, pensamentos que a “aristocracia” e “dissidentes” junto a pequena burguesia, vieram a crer onde “os subúrbios parecem um lugar extraordinariamente estéril.”, como aborda Eagleton em um trecho de sua escrita, tendem a serem vistos com maus olhares por posicionarem-se a favor de suas próprias vontades e pensamentos, criando desde então, grandes distinções e também, originando inúmeros conflitos.

Originando por todos os continentes, diferentes minimundos de concepções, podendo ser sucedidos ao espalhar suas diferenças, e muitas vezes indignações relacionadas ao antigo conceito de cultura clássica que temos, opondo-se ao por muitas vezes tradicional. “Se essas subculturas protestam contra as alienações da modernidade, também as reproduzem na sua própria fragmentação.” (EAGLETON, 2000, p. 66).

Gerando consigo, os diferentes afrontes e debates dos grupos culturais de hoje, como por exemplo conservadores e liberais, entrando no meio, o público

LGBTQI+ [2]e entre outros que, “iriam contra” a “ideia” e “crença” do tradicionalismo. Abrindo espaço para conflitos, manifestações e desavenças.

Tal como Theodor Adorno comenta em seu livro Indústria Cultural e Sociedade (2009), trazendo a ideia de que “o gesto soberano do crítico encena aos leitores a independência que ele não possui, e presume um papel de comando que é irreconciliável com o seu próprio princípio de liberdade espiritual.” (ADORNO, 2009, p.48), adicionando ao argumento: “o pensamento absoluto” da massa tradicional é muitas vezes paradoxal, mas, sem abordar ‘fraquezas’ para o discurso.

Deixando seus divergentes - as subculturas e minorias que não ‘compactuam’ com perspectivas semelhantes - enfurecidos, que por muitas vezes, atraem outros grupos sociais pelo parecer da ‘fraqueza’ deste, como comenta Adorno (2009, p. 48), e adiciona que é uma “fraqueza, astuciosamente disfarçada de força”.

Ao lado de divergências culturais, que originalmente estavam em conflito a cerda da relação à sua ‘não liberdade’, como complementa Adorno, a liberdade de expressão participa fundamentalmente destes ‘movimentos’, tanto individuais quanto em grupo, trazendo esta licença do pensamento junto a independência do estético e visual.

> Simultaneamente, a aparência de liberdade torna a reflexão sobre a própria não-liberdade incomparavelmente mais difícil do que antes, quando esta estava em contradição com uma não-liberdade manifesta, o que acaba reforçando a dependência (ADORNO, 2009, p. 47).

Quando o homem começa passo a passo desvendar e modelar a sua identidade, ele está criando um discurso dele próprio, tornando então cada pessoa distinta da outra, cada um com sua bandeira e forma.

O conceito de identidade não se resume apenas a processos estéticos feito ao corpo do homem, a identidade de alguém também é formulada por conceitos como “cidadania”, “gênero”, “idade”, e entre outros, o Professor Doutor Kabengele Munanga comenta na sua obra Diversidade, Etnicidade, Identidade e Cidadania (2012, p.4).

Mas muitas das vezes, o indivíduo pode acabar sendo julgado, pode construir sua identidade ao redor, pode usufruir de sua estética e de suas “marcas” corporais,

---

[2] É uma sigla que significa Lésbicas, Gays, Bi, Trans, Queer/Questionando, Intersexo, Assexuais/Arromântiques/Agênero, Pan/Poli, e mais.

para crias sua identidade e colocar para fora o que está dentro de si, Lívia Barbosa e Colin Campbell, comentam em seu livro Cultura e Identidade (2006), fala que “Trata-se do maciço recurso às práticas de modificação corporal.” (2006, p.139), Quando falamos da modificação feita ao corpo, discutimos sobre um “leque” gigantesco do que podem ser procedimentos estéticos, “tatuagens”, “piercings” e entre outros que Barbosa e Campbell (2006) citam em sua obra, mas para termos uma pequena ideia inicial do que podemos chamar de “marcas”, que podem fazer com que um terceiro intérprete e descreva a sua identidade através de características visuais.

Infelizmente nos dias de hoje as ‘marcas’ estéticas de algum indivíduo, pode levar a ser o meio em que sua identidade seja “entendida” pelo próximo, de maneira correta ou não. Guacira Lopes Louro e sua obra Corpo, Escola e Identidade (2000) nos ajuda a complementar um pouco mais sobre esse raciocínio, o autor diz que quando estamos em um “processo” de descobrir ou identificar a identidade de alguém, automaticamente “ao supor” diferentes estilos de “marcas” estéticamente vistas no indivíduo, “diferenças”, como Louro (2000, p. 61) fala, ações de prejulgamento e preconceito – acarretados das “marcas” que se pode ter noção visivelmente – entra junto quando a interação e “aceitação” desse indivíduo “marcado” aconteça.

Mas longe de pre julgamentos e preconceitos – algo que nunca deveria acontecer -, a identidade de alguém está longe de ser apenas resumida a um contexto de “marcas”, como Munanga (2012, p.4) comentou anteriormente, Louro (2000, p.62) também levanta o discurso de que a identidade é muito mais do que podemos ver esteticamente, ela é constituída pela cultura dessa pessoas, pela sua história e entre outros artifícios, Louro diz que alguns “traços ou características” do indivíduo ‘tem importância’, podendo ter influência dentro da contextualização de sua identidade como um todo, mas, o autor deixa claro que se “marcas definidoras” - que é o nome dado por Louro – podem acabar tendo ou em muitos casos, não tendo nenhuma importância, e deixam de ser relevantes em relação a identificação de uma determinada identidade.

Essas observações nos mostram que quando sua história de vida, origens, bandeiras e conhecimentos dizem muito mais do que impressões criadas visualmente, sua etnia, inteligência, gênero e coisas do tipo, são realmente coisas que importam e ‘pesam’ na análise da identidade do sujeito.

Louro (2000, p.62) comenta um importante ponto onde fala que a identidade de alguém está em constante mudança, não são apenas sua aparência – ou suas ‘marcas’ – que estão em processo de mudança, como o “envelhecimento”, “doenças” e “condições da vida”, como o autor coloca, ele também aborda “exigências da moda, pelas invenções médicas, pelas formações e possibilidades tecnológicas” como grandes fatores na interferência da identidade.

Podemos então, através dessa breve explicação e estudo, dizer que o eu identitário está em constante mudança, suas tatuagens e piercings não dizem sobre quem você é, mas seu caráter, sua história de vida, conhecimentos, etnia entre outros, tendo em mente gênero e sexo, são os pontos que realmente contam para descrever sua identidade como um todo, tendo isso em mente, damos início ao subcapítulo onde resumidamente falando, será abordado o conceito da globalização e mescla das culturas nos dias de hoje..

6.1 CULTURA HIBRIDA

Quando se fala sobre cultura híbrida, precisa-se dar um grande espaço para a globalização que ocorre em todo o mundo, onde gostos, ideias, esportes, modas e também culturas, entram em uma mistura gigantesca. Fazendo com que características que por exemplo orientais, apareçam com frequência no ocidente, fazendo com que peculiaridades se misturem ao redor do globo.

Figura 1- Imagens simbólicas sobre a globalização cultura

Fonte: J (2015)

Desencadeado com o avanço das mídias, tecnologia, também ao replanejamento do mercado o autor Nestor García Canclini de Culturas Híbridas –

estratégias para entrar e sair da modernidade (1997), já abordava esse tema em seu livro, falando que “O mercado reorganiza o mundo público como palco do consumo [...].” (CANCLINI, 1997, p.3).

Trazendo isso para dentro das casas, temos o exemplo da vinda de televisivos, que passavam nas horas de lazer para as famílias americanas acontecimentos asiáticos, notícias europeias e vice-versa, ou entre outros conteúdos que te colocam a par de acontecimentos do outro lado do mundo. Fazendo ligações culturais, políticas e econômicas por todos os continentes. Estando em frente a noticiários, propagandas, ondas culturais distintas, protestos etc.

Movimentos que vem ao alcance do homem através das novidades, estão diretamente relacionados com a mídia que aparece na vida de todos rapidamente, Canclini (1997, p4), argumenta que “A mídia se transformou, até certo ponto, na grande mediadora e mediatizadora e, portanto, em substituta de outras interações coletivas.”.

Todos esses acontecimentos refletem tanto nas pessoas quanto também na arquitetura dos grandes centros urbanos, misturas nas ruas, prédios, roupas e mercadorias. Todos e tudo é afetado conforme a interação cultural dos povos.

> A falta de regulamentação urbanística, a hibridez cultural de construtores e usuários, entremesclam em uma mesma rua estilos de várias épocas. (CANCLINI, 1997, p.9)

Essa mescla pode ser feita tanto com a vinda de índios para as metrópoles trazendo na bagagem suas artes e objetos decorativos. Um exemplo disso, seria o famoso Bairro da Liberdade, que se localiza na metrópole de São Paulo, criado a partir da imigração asiática na região.

Figura 2- Rua do Bairro da Liberdade em São Paulo

Fonte: TransPortal (2019)

Figura 3- Banco do Bradesco no Bairro da Liberdade com signos da arquitetura asiática

Fonte: #Vempraliba ([2019])

A cultura híbrida também afeta com grande impacto a área das artes, como pinturas por exemplo, podendo misturar vários tipos e estilos em apenas um quadro, levando então a possibilidade da criação ser “rotulada” de várias maneiras e estilos, “na pintura recente um mesmo quadro pode ser ao mesmo tempo hiper realista, impressionista e pop; um retábulo ou uma máscara combinam ícones tradicionais com o que vemos na televisão.” (CANCLINI, 1997, p.20).

> O pós-modernismo não é um estilo mas a co-presença tumultuada de todos, o lugar onde os capítulos da história da arte e do folclore cruam entre si e com as novas tecnologias culturais. (CANCLINI, 1997, p.20).

Um exemplo que pode ser citado de uma cultura híbrida relacionada a subculturas que se interligaram ao longo do tempo, é a do grupo social brasileiro *Clubber*, e *Club Kids* originalmente de Nova Iorque, Estados Unidos.

Brevemente, os *Club Kids* tiveram início na década de 80, e tiveram seu “fim” nos anos 90, suas principais características eram as roupas extravagantes, cores chamativas e todas as características exageradas que se pode imaginar, desde seus sapatos com plataformas de 30 centímetros a perucas coloridas, plumas e paetês.

Confoeme as figuras 4, 5 e 6, “Muitas cores, texturas, glitter, maquiagens, estampas.”, segundo as colunistas Sana, Lauren Scheffel e Helena Machado (2015) podem ser observadas a seguir.

Figura 4- Club Kids dos anos 80

Fonte: SCHEFEL (2015)

Figura 5- Frequentadores e membros do grupo social Club Kids

Fonte: MCCORD (2018)

Figura 6- Promoter Michael Alig, famoso Club Kid dos anos 80 e 90

Fonte: SCHEFEL (2015)

Eram adoradores das baladas e clubes, trocavam seus dias pelas noites e se divertiam todos os dias em festas de músicas eletrônicas e bons clubes com música disco. Infelizmente seu fim foi rápido, levando ao fechamento das boates e muitas

vezes a prisão dos frequentadores das mesmas, que envolvia inúmera quantidade de drogas etc.

Já os *Clubbers* brasileiros, tiveram o seu auge na década de 90, sua estética tinha sim suas grandes semelhanças ao universo dos *Club Kids*, a matéria feita pelo autor Eduardo Ribeiro (2016), comenta que a estética do grupo era basicamente composta pelo diferente e exagerado, “a tendência da chamada "montação".”.

Figura 7- *Clubbers* de São Paulo

Fonte: RIBEIRO (2016)

Figura 8- Membro *Clubber* com roupa vermelha e óculos escuros

Fonte: RIBEIRO (2016)

As noites de São Paulo sempre foram locais onde muitas tendências e culturas aparecem, dito isso, “marco na história da noite paulistana, o Madame Satã foi um dos pontos mais agitados da cidade durante a década de 80. Fundada em 1983 e fechada em 2007 já em decadência”, e no ano de 2012, o mesmo volta a ativa, segundo a matéria escrita por Catarina Cicarelli (2012).

“Se montar — que para os travestis de rua significava vestir-se de mulher — no meio *Clubber* passou a significar extravagância, vanguarda fashion e originalidade. [...] No *Nation*, a galera trucava com peças da Vinte e Cinco de Março, compondo looks com pelúcia, paetê, plataformas e boás de pena. No Massivo, as perucas viraram o estilo.”, adiciona Ribeiro a matéria do VICE ao caracterizar esta subcultura.

Voltando para tecnologias que surgem a todo o momento, e que, globalizam e disseminam toda a cultura do mundo, passando comercias asiáticos nas televisões dos Estados Unidos, ou também músicas espanholas em rádios ocidentais, temos também os “dispositivos de produção”, como traz Canclini (1997), o autor fala sobre os principais pontos de “disseminação” cultural no seu início, “não podemos definir como cultos ou populares. Neles se perdem as coleções, desestruturam-se as imagens e os contextos”, comenta Canclini (1997, p. 291), não se tem uma regra sequencial, e muito menos ordem, quando se fala sobre o conteúdo que está inserido nesses “dispositivos de produção”, apenas uma grande “salada” de conteúdo.

Fotocopiadoras, videocassetes, vídeo clips e vídeo games, algumas das inúmeras vertentes utilizadas para a proliferação cultural em massa, Canclini aborda separadamente cada um destes “dispositivos de produção” citados acima e comenta sobre o seu “papel” e importância a disseminação da cultura, tornando o acesso as coisas de uma maneira mais fácil, e também, a viabilização de muitas.

Quando o autor fala sobre videocassetes, o mesmo comenta que “Cada um forma sua coleção pessoal misturando partidas de futebol e filmes de Fassbinder, séries norte-americanas, telenovelas brasileiras [...]” Canclini (1997, p. 291), e o autor continua a citar seus exemplo quando fala de vídeo clips, comenta sobre o grande ‘leque’ de informações que se tem em um curto tempo, Canclini (1997, p.292) “É o gênero mais intrinsecamente pós-moderno. Intergênero: mescla de música, imagem e texto”, além disso, ele traz exemplos de vídeo clips como o da cantora Madonna, “Madonna se trasveste de Marilyn copiando a coreografia de Os

Homens Preferem as Loiras e os trejeitos de Betty Boop”, ele também fala que “Para ser um bom espectador, é necessário abandonar se ao ritmo, gozar as visões efêmeras.” Canclini (1997, p.292), deixando claro que não se deve levar com extrema seriedade um videoclipe com todas estas referências visuais e textuais, mas sim ouvir a música no momento.

Figura 9 - Madonna vestida de Marilyn em seu vídeo clip *Material Girl*

Fonte: BATTLE (2018)

Canclini (1997, p. 292) também comenta em seu livro sobre o universo dos vídeo games, falando que “São como uma variante participativa do videoclipe.”, pois também envolve o apelo visual, textual e musical, muitas vezes salas de cinemas e sessões de filmes são trocadas por momentos de jogos, “Do cinema contemporâneo tomam as vertentes mais violentas: cenas bélicas, corridas de carro e moto lutas de caratê e boxe.”, o público ficou fascinado com a “sensualidade e a eficácia da tecnologia”, e apaixonados pela “tela-espelho”, que lhes da coragem para confrontas inimigos e forças inimagináveis que estão presentes no jogo, “[...] tela-espelho, em que se encena o próprio poder, a fascinação de lutar com as grandes forças do mundo [...]”, sem falar que mesmo com a possibilidade de uma derrota, isso “não irá refletir” na sua vida real, apenas se resumirá na perda de algumas moedas.

> Há tecnologias de diferentes signos, cada uma com várias possibilidades de desenvolvimento e articulação com as outras. Há setores sociais com

> capitais culturais e disposições de diversas de apropriais se delas, com sentidos diferentes: a descoleção e a hibridação não são iguais para os adolescentes populares que vão as casas públicas de *vídeo games* e para os de classe média e alta que os tem em suas casas. (CANCLINI, 1997, p. 293)

Com toda essa modernização que foi citada acima, não se pode esquecer que, respingos dessa globalização de estilos e culturas que também chegaram na área das artes, como por exemplo as pinturas, que passaram a abranger diversos estilos, conceitos e tópicos em uma mesma arte, Canclini (1997, p.302) diz que “na pintura recente um mesmo quadro pode ser ao mesmo tempo hiper-realista, impressionista e pop; [...]”, traçando o “pós-modernismo” como um nova categoria da arte, não apenas com um estilo, mas sim “ a copresença tumultuada de todos, o lugar onde os capítulos da história da arte e do folclore se cruzam entre si e com as novas tecnologias culturais.”

Podemos concluir que nos dias de hoje, após todos os avanços tecnológicos, globalizações culturais, e entre outros critérios que foram mudando conforme os anos, hoje o mundo está muito mais conectado do que nunca. Você pode ir a um restaurante japonês na beira da praia no litoral brasileiro, escutar um samba pelas ruas de Los Angeles, sem falar nas hibridações artísticas que temos nos tempos de hoje, “Todas as artes se desenvolvem em relação com outras artes: o artesanato migra do campo para a cidade; os filmes, os vídeos e canções que narram acontecimentos de um povo são intercambiados com outros.” conclui Canclini (1997, p.311).

7 INDUSTRIA CULTURAL

Ao falarmos de Indústria Cultural, falamos de um acontecimento pós Revolução Industrial, sendo preciso “acrescentar a esse quadro a existência de uma economia de mercado, isto é, de uma economia baseada no consumo de bens; é necessário, enfim, a concorrência de uma sociedade de consumo“, sendo ela ocorrida no século XIX, desenvolvendo o autor Teixeira Coelho, em sua obra O que é Indústria Cultura (1993).

Quando abordamos esse assunto, não podemos fugir de outros dois conceitos que caminham lado a lado com a pauta, sendo eles os “meios de comunicação de massa” e “cultura de massa”.

No momento em que paramos para analisar a cultura de massa em si, temos referências como “operetas”, “cartazes” e “o teatro de revista”, fora outros que Teixeira comenta em seu livro, sendo estes meios, exemplares de ‘produtos’ do século XIX europeu utilizados para a emancipação cultural, mais brevemente conhecido como cultura de massa. No qual surgem como “um meio de espalhar a industrialização”, pois estavam inseridos em um momento histórico onde, o foco social era na industrialização do todo, tecnologias, máquinas e entre outros.

Segundo MacDonald (1953 *apud* COELHO 1993, p.8), existem “três formas de manifestação cultural: superior, média e de massa (subentendendo-se por cultura de massa uma cultura "inferior"). A cultura média, do meio, é designada também pela expressão midcult, que remete ao universo dos valores pequeno-burgueses; [...]uma vez que, para ele, não se trataria nem de uma cultura, nem de massa.” Dividindo então, este conceito em 3 vertentes, que trabalham e desempenham suas funções nos diferentes “patamares” que estão inseridos na sociedade.

Por exemplo, quando se trata de cultura superior, “[...] são todos os produtos canonizados pela crítica erudita, como as pinturas do Renascimento, as composições de Beethoven, [...] e todos os seus congêneres”, agora quando falamos sobre o midcult,(cultura do meio), estamos falando “[...] dos Mozarts executados em ritmos de discoteca; as pinturas de queimadas na serva que se pode comprar todos os domingos nas praças públicas; [...]”, como refere-se Coelho (1993, p.8).

E os exemplos podem continuar extensamente, mas o autor mostra que existem diferentes níveis de ‘proliferação’ de cultura, sendo elas ‘mescladas’ ou não.

Quando *masscult* entra em cena, a gente está falando de um meio de proliferação de mensagens que abrange uma porcentagem maior da população, podendo ser televisões, rádios, e esses outros meios que conseguem ter um acesso a maior massa da sociedade, espalhando mais rápido o seu contexto.

Resumindo e concluindo brevemente, indústria cultural é as vertentes e os meios utilizados para que alguma cultura, contexto, ideia, bandeira, seja espalhada para a massa, vendida e consolidada, essa maneira de proliferar cultura pode ser feita de indeterminadas maneiras, dos meios onde o acesso é feito pela maioria da população, ou canais onde uma menor quantia da sociedade tem acesso, espalhando para mais ou para menos pessoas não deixa de ser um meio de indústria cultural, jornais, revistas, folhetos, televisões e filmes, outdoors e cartazes, todos são meio de uma indústria cultural.

7.1 CONTRACULTURA

Quando se fala sobre contracultura, estamos falando de atos políticos, manifestações pela falta de contentamento e insatisfação, “da busca de uma outra realidade” como traz o autor Carlos Alberto Messeder Pereira (1992, p.20) em seu livro O que é Contracultura. Pereira acrescenta também que “o termo contracultura pode se referir ao conjunto de movimentos de rebelião da juventude”, também cita os grupos sociais que na década de 60 fizeram história como os “hippies”, “a música rock” e entre outros, como movimentos de contracultura.

Como diz Pereira (1992, p.20), que ao analisar o movimento de contracultura com olhos diferentes, de maneira ‘abstrata’, o movimento toma um ‘espírito’, ‘modo de contestação’ e “[...] de caráter profundamente radical e bastante estranho as formas mais tradicionais de oposição a esta mesma ordem dominante.”. Resumindo a um tipo de “crítica anárquica”, finalizando o argumento do autor.

“Embora a contracultura não seja uma invenção exclusiva da juventude, [...], ela encontra no jovem o seu intérprete principal e o seu motivo mais forte” Pereira (1992, p.24), junto a este trecho de Pereira, entendemos então que, o espírito juvenil da nova geração tomou as frentes para esses novas mudanças culturais, trazendo o “não tradicional”, uma geração que veio para mudar, e quebrar com o tradicionalismo e normatividades.

Podemos então inicialmente concluir que a contracultura é uma ação, de determinados grupos sociais que, de alguma maneira, querem quebrar com ‘paradigmas’ ou ‘conceitos’ já estabelecidos em uma sociedade ‘tradicional’. Muitas vezes formulados por pessoas jovens, estes grupos lutam e marcham pela mudança da sociedade em geral, usando a sua fala e o seu corpo como suas principais armas para que a transformação do coletivo seja efetuada com sucesso. Passeatas e manifestações, protestos, anúncios e divulgações fazem parte do meio de ação para a mudança de todos.

> Era exatamente a juventude das camadas altas e médias dos grandes centros urbanos que, tendo pleno acesso aos privilégios da cultura dominante, por suas grandes possibilidades de entrada no sistema de ensino e no mercado de trabalho, rejeitava esta cultura de dentro (PEREIRA, 1992, p.23).

Durante momentos de ‘tumúlto’ cultural, junto aos diferentes procedimentos de protesto, com o objetivo de se “desconectar” e sair para fora das ‘muralhas da realidade’, o grupo do movimento contracultura deu início a um ‘mundo alternativo’, o famoso ‘*underground*[3]’, como coloca Pereira.

Como falado anteriormente, essas manifestações ocorrem de te todos os tipos, e por todos os cantos. O Woodstock é um exemplo de peso para se trazer à tona, o evento ocorreu em 1969, em uma pequena fazenda na cidade de Bethel, próxima de Nova Iorque, acabou recebendo cerca de 400 mil pessoas para o evento, segundo o site da revista Super Interessante. Mas isso tudo foi além de apenas uma concentração de pessoas assistindo shows, como aborda Presse (2019), “O festival tem um peso cultural significativo [...]”, o mesmo portal adiciona que “Em 1969, a sociedade americana estava se recuperando de vários acontecimentos, entre eles os protestos contra a guerra do Vietnã, os distúrbios raciais e os assassinatos de figuras como Martin Luther King e Robert Kennedy, o que implicitamente colocou a paz e o amor de Woodstock como antídoto contra a raiva.”. O autor Vinicius Siqueira (2014), comenta rapidamente que o grupo social que formava a grande multidão eram “os jovens da contracultura americana”, e que o astral estabelecido no ocorrido tinha ênfase na “era de não-violência. Paz e amor. Vida hippie. O nu era algo normal e o consumo de drogas lisérgicas não precisa nem mesmo ser lembrado.”.

---

[3] *Underground*: o que está abaixo do chão; profundezas.

Foi um evento com uma grande mensagem, que também “protesta” contra a política da época em que estava inserido, comentando sobre, o autor Jens Thurau (2019) escreve que no momento, “Na Casa Branca, estava instalado Richard Nixon, que incorporava os clichês do governante reacionário em velhos moldes.”, ideia que Woodstock não compactuava, “E o que Woodstock significou, no fundo, foi a rejeição dos Estados Unidos a tudo o que Nixon representava. Nada expressou tão bem essa rejeição quanto a guitarra de Jimi Hendrix, entoando o hino nacional entrecortado pelos sons de bombas.”, fora isso, segundo o autor Thurau (2019), finaliza com “É necessário entender que ela foi uma barreira contra a hierarquia de valores que se estabeleciam.”, batendo de frente e utilizando desse festival como a “arma” e o meio de protestar desse grupo social, “Ela simbolizou a despreocupação num mundo de pessoas ultrapreocupadas, num momento de guerra-fria, em que as tensões se acumulavam para ambos os lados dos grandes blocos econômicos capitalista e comunista.”.

Figura 10- Ônibus Hippie

Fonte: SIQUEIRA (2014)

Figura 11- Mulher em meio ao Festival de Woodstock

Fonte: SIQUEIRA (2014)

Desta forma podemos perceber que o festival foi de extremamente requisitado, e as pessoas estavam ali para se divertir, viver o momento e deixar de lado tudo o que se estava passando na época, não se importando com o que está ao seu redor, extremamente despreocupadas.

Através das roupas utilizadas, do nu e do jeans das pessoas que estavam presentes no acontecido, e junto a sua forma de manifestação e estilo de vida, concluímos que foi um ato de contracultura também.

Figura 12 - Mulheres da década de 60 em suas roupas de dia a dia

Fonte: GALEGARI (2017)

Figura 13 - Grupo da contracultura Hippie e seus visuais como signo de protesto

Fonte: GALEGARI (2017)

As duas imagens acima, mostram o contraste da contracultura hippie e do movimento paz e amor, em relação a pessoas de fora do movimento, utilizando

roupas que eram ditas como “normais” na época, mostrando ainda mais as diferenças e a mensagem dessa contracultura.

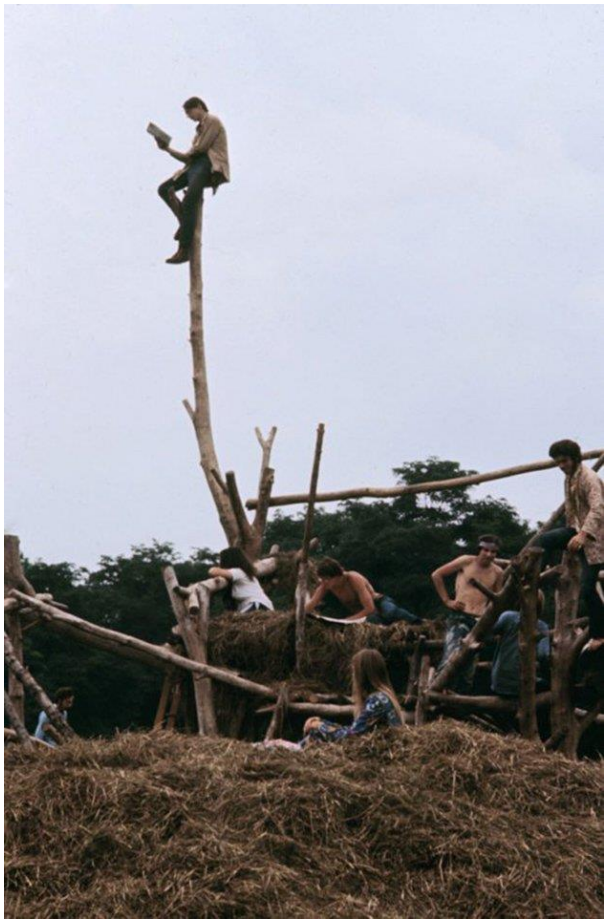
Figura 14 - Imagem que mostra o ativismo hippie fora do festival, um ato de contracultura dentro da sociedade

Fonte: BEZERRA (2018)

Figura 15 - Uma pessoa fazendo a referência de combater sem violência, mas sim com amor, paz, que está representada por uma flor em sua mão

Fonte: GRUPO RBS (2017)

Figura 16- Público participante do festival em momento de lazer



Fonte: SIQUEIRA (2014)

Concluímos que esse movimento de contracultura teve um grande reflexo em toda a sociedade estadunidense e, também, ao redor de todo o globo. Onde a mensagem de paz e amor era espalhada por todos como a solução dos problemas, signos de não guerra, simplicidade e descaso com todas as “normas” de vestimentas estavam presentes no contexto deste grande protesto.

Um outro exemplo de contracultura que não podemos deixar de lado e apareceu logo após o movimento Hippie, é o Punk que teve seu início tanto na américa como também na Inglaterra no ano de 1976, esse grupo social, logo no seu começo, não tinha um nome específico e eram reconhecidos apenas por “bandas do underground”, conforme Sana (2016).

O nome desse grupo pegou mesmo após o lançamento da revista Punk Magazine, que na terceira edição traria a banda Ramones na capa.

Em ambos os países onde o movimento se deu origem, estavam passando por momento crítico politicamente e também “à crise do colapso do modernismo

sessentista” comenta Sana (2016), os Punk vieram logo após a onda Hippie, que por sinal, já havia ido embora, sendo os punk ‘filhos’ ou ‘irmãos’ dos Hippies, como coloca a autora, esse movimento veio como uma contracultura do movimento anterior a eles, caracterizando o passado como um mundo “careta”, aponta a autora.

Os Punks iniciaram a sua jornada britânica em um número reduzido, sendo vistos em grupos pequenos que frequentavam clubes e boates onde se sentiam mais à vontade, sendo eles, lugares abertos ao público “lésbico/bi” assinala a Sana (2016).

Seu visual é extremamente característico, tendo inúmeros signos e contextos, podemos observar roupas destruídas (onde as roupas podem apresentar rasgos e manchas, sinais de deterioramento), roupas “desconstruídas” como aborda Sana (2016), querendo dizer que as peças de roupas passavam por um tipo de mudança, alterando sua estética, deixando-as estilizadas. Junto a isso, acessórios “fetichistas”, “*harness*[4]”, e “*bondage*[5]” entravam para a lista dos Punks, misturando couro com *spikes*[6], tecidos com brilho como o vinil e o látex, no pescoço gargantilhas com aplicações eram clássicos dessa subcultura, mas esses colares eram de fato “coleiras para cachorro”.

“As meninas eram duronas e trazem cabelos curtos de volta, já que ter cabelos longos era associado ao período escolar e a regra era não parecer *Hippy*: sem cabelo colorido, sem pecas *boho*, sem calça boca de sino.” A autora Sana (2016) deixa claro que os Punks realmente não queriam nenhum tipo de conexão com os Hippies, desprendendo-se completamente da bandeira *Hippy* erguida a momentos antes.

---

[4] Harness é o estilo que se baseia em uma estética ficada em cintos, tiras e amarrações, utilizadas inicialmente para imobilizar animais e pessoas, mas que acabou indo para o mundo dos acessórios e vestuário.

[5] Bondage é uma prática que consiste em prender, amarrar ou restringir consensualmente um parceiro para fins estéticos, eróticos ou sensoriais.

[6] Pequenos detalhes de metal com o formato de cone, ou coisas com ponta.

Figura 17 - Soo Catwoman com seu cabelo que imitava orelhas de gato

Fonte: SANA (2016)

Podemos ver na imagem acima as famosas gargantilhas Punk feitas de couro com suas aplicações em metal, maquiagens pesadas com delineados por todo o rosto, e para complemento, os cabelos coloridos com penteados variados.

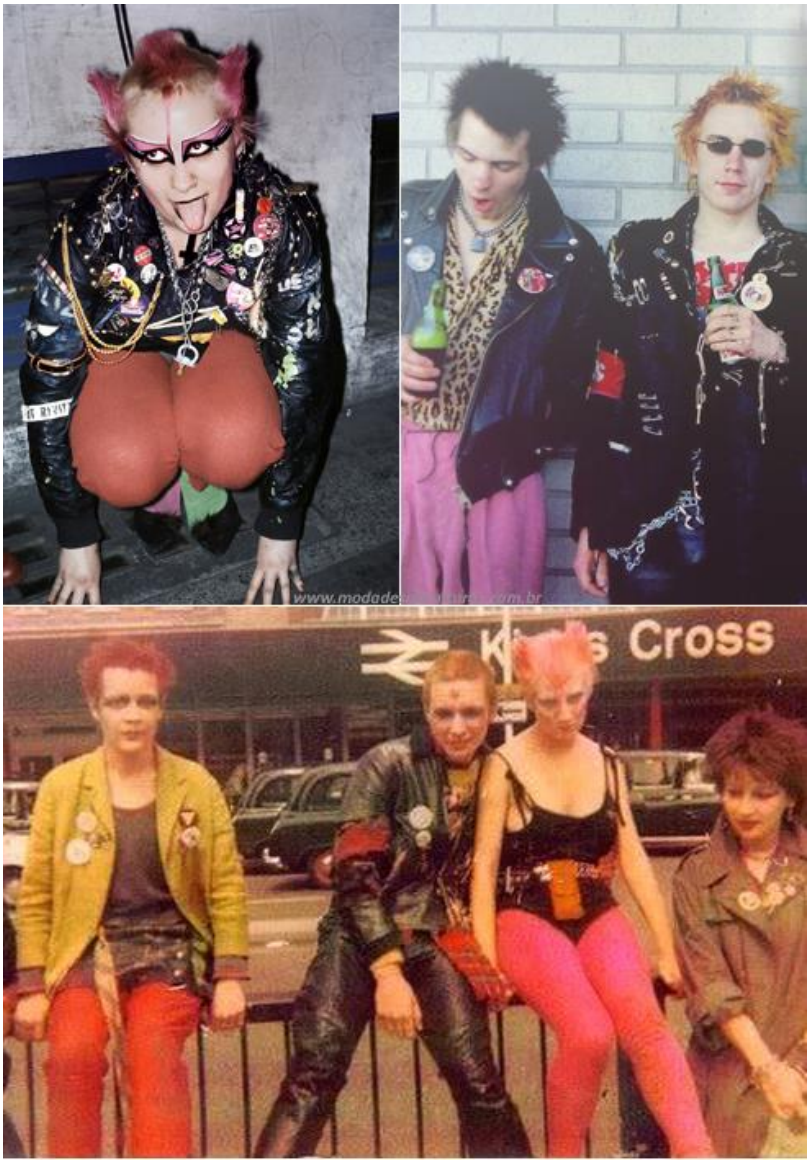
Figura 18 - Vivienne Westwood com look de látex e com sua vendedora que usa maquiagem "*olho de gato*"

Fonte: SANA (2016)

Figura 19 - Imagem mostrando diferentes estilos Punks e signos

Fonte: SANA (2016)

Figura 20 - Punks nas ruas das cidades



Fonte: SANA (2016)

Podemos sinalizar também na imagem 21 signos estéticos muito visíveis nas roupas dessa subcultura, sendo eles o couro, misturadas com cores em neon, cabelos inusitados e coloridos, uma ‘overdose’ de acessórios, correntes e maquiagem.

Algumas das bandeiras que o movimento punk levanta é o anti autoritarismo, a liberdade anárquica, e segundo o site Significados, eles defendiam a oposição do consumismo e entre outros pensamentos revolucionários. Sem falar que esse grupo social agia de modo oposto ao discurso e estilo dito anteriormente pelos hippies, como coloca a matéria Significado de Punk (2017), além disso, “sentimentos como o pessimismo, a revolta, a ira e a rebeldia faziam parte do processo de reforma

político-social.”, mostrando que esse grupo queria mesmo se distanciar nas noções que a sociedade já tinha da contra cultura comentada anteriormente nesse capítulo (Hippies), criando nitidamente um paradoxo estético entre esses dois grupos que fizeram história.

Para concluirmos esse capítulo, podemos dizer que a contracultura nada mais é que um movimento que luta contra o sistema que está inserido, sendo uma luta política que se ramifica em diferentes pontos, sendo esteticamente, luta resumida em protesto e manifestações, eventos específicos para se erguer a bandeira (Woodstock), a contracultura pode estar instalada em qualquer tipo de movimento da população, e vivemos isso há anos, e com certeza, viveremos para o resto de nossas vidas.

8 CULTURA QUEER [7]

Por volta da década de 70, momento em que minorias ainda “caminham pelas sombras”, época em que “o movimento dos grupos homossexuais é, ainda, tímido; suas associações e reuniões suportam, quase sempre, a clandestinidade”, comenta Guacira Lopes Louro no seu livro Teoria *Queer* – Uma Política Pós-Identitária para a Educação (2001), é a fase da história onde aparecem, aos poucos, principalmente em países como Estados Unidos e Inglaterra, instrumentos culturais como “[...] revistas, artigos isolados em jornais, panfletos, teatro, arte.”, já no Brasil, a homossexualidade “[...] começa a aparecer nas artes, na publicidade e no teatro.”, Louro (2001, p.543).

É uma fase delicada, passo a passo, essa comunidade aparece aos olhos do público, “artistas apostam na ambiguidade sexual, [...], perturbando, com suas performances, não apenas as platéias, mas toda a sociedade.” Louro (2001, p.543), a sociedade tradicional se depara com o que na época foi uma “estranheza” e um “choque” para muitos, outras amostras destes acontecimentos que Louro comenta em seu discurso é, o “Movimento de Libertação Homossexual no Brasil”, “inquietações políticas feministas, sexuais, ecológicas” etc.

> A homossexualidade deixa de ser vista (pelo menos por alguns setores) como uma condição uniforme e universal e passa ser compreendida como atravessada por dimensões de classe, etnicidade, raça, nacionalidade etc.” (LOURO, 2001 p. 543).

Ao falarmos do dia do Orgulho LGBTQI+, dia de felicidade e comemoração, estamos também falando do ocorrido no ano de 1969, em Nova Iorque no bar *Stonewall Inn*. O estabelecimento “era ponto de encontro dos marginalizados da sociedade - em sua maioria, gays.”, assim segundo a matéria 50 Anos de Stonewall: saiba o que foi a revolta que deu origem ao dia do orgulho LGBT (2019), sendo este público, travestis, *drag queens*, gays e entre outros que fazem parte da comunidade.

A polícia sempre fez “vista grossa” no local, conforme Maria Clara Rossini (2019), complementa que os proprietários do bar faziam parte da máfia italiana da

---

[7] Durante muito tempo a palavra queer foi utilizada para discriminar aqueles que estavam fora do padrão “normal” da sociedade heterossexual; apontavam para gays, lésbicas, bissexuais, transexuais e transgêneros de maneira marginal, seguindo à risca a tradução da palavra de origem inglesa, que significa "estranho, ridículo, excêntrico, raro".

metrópole novaiorquina, e os mesmos também pagavam propina para que o local ficasse em atividade, fora isso, “O local não tinha licença para a venda de bebida alcoólica e não respondia a uma série de outras regulamentações como ter saída de emergência.”, fazendo com que o bar se tornasse um ponto de extrema “irregularidade” diz Maria Clara Rossini, – e um prato cheio para os policiais é claro. Conforme50 Anos de Stonewall: saiba o que foi a revolta que deu origem ao dia do orgulho LGBT (2019), policiais já estavam fazendo batidas em bares da região, e principalmente, levando em conta os locais que podiam e não podiam vender bebidas alcoólicas. No dia 28 de junho de 1969, durante buscas atrás de estabelecimentos onde a venda de bebidas com álcool era impropria, *Stonewall Inn* foi abordado pelos mesmos, que invadiram o recinto, “entraram no local e, sob a alegação de que a venda de bebida alcoólica era proibída ali, prenderam funcionários e começaram a agredir e a levar sob custódia alguns frequentadores travestis e ou *drag queens*”, fora isso, os policiais também levaram pessoas que não estavam usando ao menos três peças de roupa "adequadas" a seu gênero, como mandava a lei.”.

Para finalizar e constatar a importância de ressaltar este ocorrido, “A revolta ou rebelião de *Stonewall* foi um momento decisivo para o movimento de liberação gay.’, e após esse ocorrido, “Seis meses após ela ocorrer, surgiriam as primeiras organizações nos EUA, como a Frente de Liberação Gay.”, e estas manifestações acontecem com força até os dias de hoje. Segundo a autora Renata Celi (2019), complementa que “Movimento LGBT ainda encontra muitos obstáculos frente aos governos e à sociedade civil para conseguir garantir os direitos mais básicos para as Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transgêneros.”, dentro estes direitos básicos citados na observação feita acima, a autora faz uma breve lista onde pontua, brevemente, as reivindicações por traz do Dia do Orgulho LGBTQI+, sendo elas a “criminalização da LGBTfobia;”, “Fim do tratamento das identidades trans como patologias;”, “Fim dos tratamentos de “cura gay”;”, “Casamento civil igualitário;”, e entre outros pontos importantes. Fazendo o Dia do Orgulho LGBTQ sim um dia de movimento de contracultura onde este grupo social vai para as ruas lutar pelos seus direitos básicos.

Figura 21- Dia do Orgulho LGBTQIA+ em São Paulo no ano de 2019

Fonte: RODRIGUES (2019)

Figura 22- Drag Queen em meio a Parada LGBTQIA+ de São Paulo, 2018

Fonte: RENNE.RAMOS (2018)

Como podemos ver nas imagens apresentadas acima, é um evento com grande número de participantes, que estão ali se posicionando diante da reivindicação de direitos, onde as todos abraçam qualquer tipo de diversidade, momento onde todo o tipo de preconceito é deixado de lado.

Figura 23- Parada LGBTQIA+ de Belo Horizonte, 2018

Fonte: PREFEITURA BELO HORIZONTE (2018)

Agora voltando um pouco no tempo, século XIX, época em que o termo gay foi cunhado, junto com o ser homossexual, vindo para a sociedade com o propósito final de um tipo de reconhecimento (uma ‘organização’), a partir deste momento se existe um rótulo para quem as praticava, “a prática passava a definir um tipo especial de sujeito que viria a ser assim marcado e reconhecido.”, Louro (2001, p.542).

A homossexualidade é então um paradoxo da sociedade, onde uma porcentagem a vê como um “caráter desviante”, e a outra parcela “proclamam sua normalidade e naturalidade”, mas como um todo, “parecem estar de acordo de que se trata de um “tipo” humano distintivo” Louro (2001, p.542), criando desde então, essa visão de um corpo estranho, que sai da normatividade de uma sociedade que “desde então”, não teria tido nada parecido, que segundo Louro (2001), esse discurso percorre até o início do ano de 1970.

No final da década de 70, pouco a pouco, se é construída uma comunidade homossexual, Spargo (1999, apud Louro 2001, p.543) “a política gay e lésbica abandonava o modelo que pretendia a libertação através da transformação dos sistema e se encaminhava para um modelo que poderia ser chamado de ‘étnico’. Além disso, lésbicas e gays ainda era minorias, mas que estava atrás de seus

direitos, como comentado por Louro (2001) “Gays e lésbicas eram vistos como “um grupo minoritário, igual mas diferente”; um grupo que buscava alcançar igualdade de direitos no interior da ordem social existente.”

A partir dos anos 80, com o surgimento da Aids, ou conhecido como ‘câncer gay’, os homossexuais passam a estar novamente nos holofotes da sociedade, e não de uma maneira boa, “a doença teve o efeito imediato de renovar a homofobia latente da sociedade, intensificando a discriminação já demonstrada por certos setores sociais.” Louro (2001, p.545), fazendo com que a “intolerância, o desprezo e a exclusão” ficassem ainda mais nítidos socialmente em relação a comunidade de gays, lésbicas e transexuais, como traz Louro (2001) “[...] mostravam-se mais uma ver intensos e exacerbados.”.

Mas ao mesmo tempo que a chegada da Aids teve um impacto ruim para este grupo social, por outro lado, uma certa porcentagem aponta que teve seus pontos positivos também, Louro (2001) comenta que as pessoas que estavam ao redor (familiares, amigos, trabalhadores e trabalhadores) destes afetados pelo preconceito, e afetados pela doença, criaram um laço mais forte com seus entes LGBTQI+, onde os aproximaram para lutarem juntos contra o que se estava ocorrendo no momento.

> O resultado são alianças não necessariamente baseadas na identidade, mas sim num sentimento de afinidade que une tanto os sujeitos atingidos (muitos, certamente, não-homossexuais) quanto seus familiares, amigos, trabalhadores e trabalhadoras da área da saúde etc. (LOURO, 2001, p.545)

Com a chegada da Aids no dia a dia da “comunidade homossexual, tal como era definida até então” Louro (2001), o discurso desse grupo social passa a mudar, o foco passa a ser sobre as maneiras de prevenção da doença, como se cuidar após ser infectado e entre outros tópicos, “ agora os discursos se dirigem menos às identidades e se concentram mais nas práticas sexuais (ao enfatizar, por exemplo, a prática do sexo seguro).” Louro (2001, p.545).

Movimentos de grupos homossexuais acontecem ao redor de todo o mundo, cada um reivindicando tópicos diferentes, trazendo conhecimento para as ruas em relação a sua saúde como vimos acima, grupos que abordam o gênero em seu discurso, comentando sobre o “paradoxo” da mulher masculina e o homem feminino, o hetero e o homossexual, e fora isso, tem uma outra porcentagem que busca por

mais ‘ambiguidades de gênero’, onde não estão contentes com o que se tem, mas sim, querem aumentar o ‘leque’ de opções.

> Em termos globais, multiplicam-se os movimentos e os seus propósitos: alguns grupos homossexuais permanecem lutando por reconhecimento e por legitimação, buscando sua inclusão, em termos igualitários, ao conjunto da sociedade; outros estão preocupados em desafiar as fronteiras tradicionais de gênero e sexuais, pondo em xeque as dicotomias masculino/feminino, homem/mulher, heterossexual/homossexual; e ainda outros não se contentam em atravessar as divisões mas decidem viver a ambigüidade da própria fronteira. A nova dinâmica dos movimentos sexuais e de gênero provoca mudanças nas teorias e, ao mesmo tempo, é alimentada por elas. (LOURO, 2001, p. 545, 546)

Após falarmos desse momento em que inúmeras manifestações estavam ocorrendo, Louro (2001) adiciona que, “A política de identidade homossexual estava em crise e revelava suas fraturas e insuficiências.”, além disso, “preposições e formulações teóricas pós-identitárias.” Começaram a aparecer na sociedade, trazendo então, a necessidade da compreensão da Teoria *Queer*.

Quando o assunto é *queer*, falamos do estranho, o muitas vezes bizarro - ou aquilo que a sociedade estereotipa como bizarro -, são os inusitados, as pessoas que não se encaixam em nenhum tipo de caixa, são aqueles que causam confusão na sua cabeça.

> Queer é tudo isso: é estranho, raro, esquisito. Queer é, também, o sujeito da sexualidade desviante- homossexuais, bissexuais, transexuais, travestis, drags. É o excêntrico que não deseja ser integrado e muito menos tolerado. Queer é um jeito de pensar e de ser que não aspira ao centro e nem o quer como referências; um jeito de pensar que desafia as normas regulatórias da sociedade, que assume o desconforto da ambiguidade, do entre lugares, do indecidível. Queer é um corpo estranho que incomoda perturba, provoca e fascina. (LOURO, 2001, p. 30)

O termo queer ele se refere a pessoas “diferentes”, como os homens afeminados, mulheres masculinas e outros, *Nobody is Home* (pseudônimo, 2017, tradução nossa) cita que “São os gays afeminados, as lésbicas masculinizadas, as pessoas trans e travestis, as pessoas intersexo, e todos que estão na margem social.”, isto é, algo que a sociedade acostumada com apenas homens masculinos e mulheres afeminadas não estava preparada, delimitando esse grupo social a essa palavra, que não tinha uma boa referência. Queer foi usado como xingamento por

muito tempo, e seu início veio de uma maneira de ultrajar a pessoa que se estava sendo referido, *Is Homoe* explica que “Ele é originalmente um palavrão de teor extremamente pejorativo. Não há tradução em português que consiga provocar tanta repulsa que o termo originalmente provoca”, e quando se tenta traduzir para o linguajar brasileiro, *Is Home* cita “[...] “estranho”, “bicha”, “viado”, “traveco” e “sapatão.””, sendo esses muitos dos “títulos” utilizados para ofender alguém, e que se “encaixariam” mais possivelmente de um ‘significado’ para a palavra *queer*.

A partir do momento em que se teve um “rótulo” em cima desse público, esse grupo social então decidiu pegar todo esse ‘peso’ social que a palavra contém, todo esse insulto que ela ‘carrega’, e tornar esse nome o título que ‘representasse’ esse grupo dali em diante.

> Simples: o Queer Nation acreditava, naquela época, que o termo poderia ser usado como uma forma de apoderar-se de uma arma LGBTfóbica e utilizar contra os próprios LGBTfóbicos. “Sim, nós somos viados”, diziam e ainda dizem. (IS HOME, 2007).

Louro fala que quando se teve o início dessa nova ‘política de identidade’, e que ela “pode se tornar cúmplice de um sistema contra o qual ela pretende se insurgir”, veio à tona a necessidade da criação dessa “nova teoria e política pós-identitária”.

Quando essa Teoria *Queer* originou, ela vinha basicamente com o discurso de contrariar toda a fala homossexual e heterossexual do sistema e também, de encontrar ou de se encontrar em algum “rótulo” ainda não existente para determinados indivíduos que não se identificassem com os já presentes no seu contexto social, isso quer dizer que, ela não quer se ‘limitar’ a esses dois designados tipos de relações sociais já ditas antigamente e/ou recentemente em relação ao sujeito. É uma nova visão em cima do ser humano, Seidman (1995, apud LOURO 2001) comenta que “trata-se de outra perspectiva epistemológica que está voltada, [...], para a cultura, para as “estruturas linguísticas ou discursivas” e para seus “contextos institucionais.”.

> A teoria queer constitui-se menos numa questão de explicar a repressão ou a expressão de uma minoria homossexual do que numa análise da figura heterossexual/homossexual como um regime de poder/saber que molda a ordenação dos desejos, dos comportamentos e das instituições sociais, das relações sociais – numa palavra, a constituição do *self* e da sociedade. (SEIDMAN, 1995, p.128)

Deixar em evidência as diferenças de quem está para lá e de quem está para cá do muro é um dos pontos fortes do discurso da Teoria *Queer*, Louro diz que "Quem subverte e desafia a fronteira apela, por vezes, para o exagero e para a ironia, a fim de tornar evidente a ambiguidade das divisões, dos limites e das separações.", confirmando que o *queer* e seus princípios estão longes da 'normalidade' de uma sociedade, mas mais perto do inusitado e mais conhecido como "diferente".

Quando buscamos a explicação para a excentricidade desse público que atravessa as 'linhas limites', ou 'fronteiras' do comum e do 'normal', é exatamente o objetivo deste grupo causar esse impacto, criar essa distinção 'gritante' dos dois lados da 'fronteira' como trás Louro.

Fazendo assim com que o paradoxo de quem esteja do lado de cá ou do lado de lá do limite seja cada vez mais notável e evidente as diferenças.

> Por isso a paródia que arremeda os "nativos" do "outro" lado, que embaralha seus códigos com os "desse lado", que mistura e confunde as regras, que combina e distorce as linguagens é tão perturbadora. (LOURO, 2001, p.20)

Como descreve o autor, é um grupo social que está aqui para ser o estranho e a mistura, nas palavras de Louro (2001), é um público que "se compraz da ambiguidade, da confusão, da mixagem.".

A estética desse grupo onde se vive sem barreiras, e com fluidez de vestimentas, é muito variável, conforme Louro (2001) gira em torno de "paródia e *camp*[8]", contando com essa breve definição, Louro ressalta a contracultura que é essa escolha estética do *queer* que "[...] expressões de ironia e de uma estética distintas, podem representar, na pós-modernidade, um modo de resistir;", trazendo além do discurso que "sai" da boca, uma "fala" estética muito importante como um ato de ficar de pé e representar o seu movimento.

Logo abaixo, algumas imagens de visuais camp, que mesclam todo o exagero, o cômico, muitas vezes ilusório e divertido desse mundo.

---

[8] Um tipo de esteticismo que privilegia o artificial e o exagero, algo que não é sério, deboches, uma arte "ruim", que pode ser aplicada e vista na arquitetura, designes em geral e principalmente, na estética visual de alguma pessoa.

Figura 24 - Roupas da exposição Camp: Notes of Fashion no Museu Metropolitado de Artes em Nova Iorque

Fonte: MICHALLON (2019)

Jean-Paul Gaultier fez esta releitura no ano de 1997, do que seria um uniforme de marinheiro com algumas pitadas da era disco, calça de extravagantes paetês, para a parte de cima uma regata levemente mais custa também feita a partir de paetês, segue a imagem abaixo.

Figura 25 - Releitura do estilista Jean-Paul Gaultier

Fonte: MICHALON (2019)

Na imagem 27, temos lady gaga vestida de carne para o *Video Music Awards* que aconteceu em 2010, o exagero e o fantasioso estão presentes em “peso” nessa sua aparição, Shannon Adducci (2019, tradução nossa) para a sua matéria O que é *Camp*? O tema do Met Gala 2019 é explicado em 10 imagens da cultura POP, para o site FN (2019) adiciona: “O vestido foi instantaneamente icônico e cumpriu as definições do artifício” (*camp*), Adducci (2019) completa falando que o “exagero” e a “falta de naturalidade” do visual foram características notáveis.

Figura 26 - Lady Gaga e seu vestido feito de carne no tapete do VMA em 2010

Fonte: ADDUCCI (2019)

Figura 27 - A cantora Cher e seus extravagantes adereços

Fonte: ADDUCCI (2019)

Ao falarmos de personagens da indústria musical com características do mundo *camp*, não se deixa de lado Cher, que foi sempre reconhecida pelos seus figurinos exagerados e muito bem elaborados como podemos ver seu visual para o Oscar no ano de 1986 na imagem acima, Adducci (2019, tradução nossa) fala que a cantora e atriz é conhecida como a “Rainha do *Camp*”, pois seu visual “dramático e riscos da moda” fazem com que a mesma seja esse ícone *fashion*.

Figura 28 - Vestidos expostos no Museu Metropolitano de Arte em Nova Iorque

Fonte: MICHALON (2019)

Na figura 25 (imagem acima) conforme Clémence Michallon do site Independet (2019), representa um tributo feito à Fanny e Stella, que foram dois *crossdressers* vitorianos, cujo os “itens *drags*” foram confiscados de seus guarda-roupas.

E quando tratamos de toda essa desconstrução do gênero, a ambiguidade do homem, e de uma “fronteira”, que à todo momento está sendo vigiada constantemente, Louro comenta que, o ‘afronte’ feito por esse público é basicamente uma ‘crítica paródia’, que profundamente prega atos que tem como finalidade a

transformação, e/ou também, acabar com todo esse conceito e ordem dos gêneros e opções sexuais que já estava e está inserida dentro da sociedade.

Ao falar sobre quebrar ordem, e de ser revolucionário, as *drag queens* entram em cena. “A *drag* escancara a construtividade dos gêneros.” (LOURO, 2004, p. 20)

Com a figura de uma *drag queen* sendo inserida na sociedade, causa um grande questionamento a população ao redor, um ser “enigmático” que vaga entre dois gêneros, “[...] sua figura passa a indicar que a fronteira está muito perto e que pode ser visitada a qualquer momento” Louro (2004, p. 20), o autor quer dizer que essa imagem onde a ambiguidade do homem e da mulher se cruzam está mais visível nas ruas, e também, faz com que todo essa figura problemática para o povo “normal” está mais vista e é mais real do que nunca.

> Ela assume a transitoriedade, ela se satisfaz com as justaposições inesperadas e com as misturas. A drag é mais de um. Mais de uma identidade, mais de um gênero, propositalmente ambígua em sua sexualidade em seus afetos. Feita deliberadamente de extremos, ela encarna a proliferação e vive à deriva, como um viajante pós-moderno. (LOURO, 2004, p.20)

Segundo o autor Nada Errado (pseudônimo, 2019, tradução nossa) comenta que a origem da nomenclatura *Drag*, veio no século XVIII, “[...] *drag* designava homens que se vestiam como mulheres não necessariamente para fins teatrais. “*Drag*”, que em inglês significa “arrastar”, era uma alusão às longas saias usadas na época, que se arrastavam pelo chão.”, além disso, Nada Errado coloca que “Popularmente, “*drag*” se tornou ainda um acrônimo para “*DRessed As Girl*”, ou seja, “vestido como garota”.”, o colunista também fala sobre uma outra talvez origem do nome, que teve início nos teatros elisabetanos, “[...] para “*queen*”: a gíria “*quean*” — pronunciada como “*queen*”, mas de forma mais “afetada” — era usada para se referir a prostitutas.”.

O colunista aborda também importante fato que, “*crossdressers*”, como conhecemos hoje na atualidade, em seu passado eram rotulados como “transvestites”, esse nome era designado para as pessoas que se transvestiam, no caso de homens vestidos de mulheres ou vice e versa, Nada Errado (2019), também complementa que a palavra “Travestismo” ou “transvestismo” foi uma palavra cunhada pelo terapeuta e sexólogo alemão Magnus Hirschfeld em 1910.”, e a

explicação da nomenclatura é: “Derivada do latim, a palavra resulta de uma junção de “*trans*“ — “através de” (ou “além de”) — e “*vestismus”* – “vestir”.”

Quando Errado (2019) volta a falar sobre “vestir-se do sexo oposto”, ele deixa claro que *crossdresser* não são obrigatoriamente pessoas fetichistas nem muito menos homossexuais, mas “[...] quando um *crossdresser* se veste de forma exagerada para desfilar ou se apresentar, aí sim, chamamos de *drag queen* (no caso dos homens) ou *drag king* (no caso das mulheres).”.

Para deixar mais claro*, drag queens/drag kings* são homens ou mulheres que se vestem do “gênero oposto”, isso significa que não entram no transformismo durante a luz do dia, os mesmos possuem suas profissões cotidianas e entram no universo *drag* em shows, eventos ou entre outras ocasiões.

Ao entrarmos no assunto da estética de uma *drag queen*, entramos em um *closet* de muita informação, acessório e apetrechos, junto a muito brilho, cores e plumas, Maria Teresa Vargas Chidiac e Leandro Castro Oltrami, complementam esse pensamento com o artigo Ser e estar *drag queen*: um estudo sobre a configuração da identidade *queer* (2004), os autores apontam que ”As *drags* ressaltam suas características caricatas que lhes permitem a utilização dos mais diversos e variados acessórios na constituição de suas personagens feminino-masculinas.”, além disso, Louro (2004) apud Chidiac e Oltramari (2004) explica que a beleza estética sempre teve ligações com o sujeito *drag queen*, características de “vaidade” e “sensualidade” também eram ligados aos transformistas, homens *drags* ao se vestirem de montarem, estão “[...] buscando um “outro” não acessível, [...]”, através de toda essa “montação” (significa construir todo uma estética, um novo “eu” através dos artifícios mais femininos por assim dizer).

Figura 29 - *Drag Queens* na Palladium Party, em 1985

Fonte: ADDUCCI (2019)

Figura 30 - *Drag Queen* Rupaul "montado"

Fonte: NICHOLS (2015)

RuPaul Charles é uma das mais famosas *Drag Queens* da história, segundo Saulo Delino (2018), a *drag* já está no mercado desde 1980, Rupaul também é conhecida pelo seu famoso reality show *RuPaul's Drag Race* (2009), onde as participantes do reality são convocadas pela própria RuPaul e então competem pelo título da próxima *Drag* Superstar da América. RuPaul Charles também tem carreira musical, carreira como ator, produtor, autor e entre outros, além disso, é ganhadora de 2 *Emmy Awards* por conta de seu reality show segundo Adelino.

Figura 31 - Pôster da primeira temporada de RuPaul's Drag Race

Fonte: ADELINO (2018)

Não podemos negar que RuPaul e seu reality show já fizeram muito por toda a comunidade LGBTQI+ dos dias de hoje, mas antes disso, não podemos deixar de citar suas antecessoras, entre elas, temos a *drag queen* Divine (imagem 32).

32 - *Drag* e ícone camp, Divine

Fonte: ADDUCCI (2019)

Na imagem 29, temos uma importante figura da comunidade *queer* e LGBTQI+,Divine, Adducci (2019, tradução nossa) fala que Divine teve seu maior reconhecimento quando estrelou no filme *Pink Flamingos* de John Waters em 1972, o colunista também completa dizendo que quando se trata dos filmes de Waters, suas obras estão “na linha de frente” dos filmes transgressivos do século XX.

Exagero, estranho, excêntrico, maluco, engraçado, irônico, e entre outros artifícios que se pode ser usado para caracterizar todo esse movimento *queer*, não se pode deixar de lado essa subcultura chamada *Club Kids*, que como as *drag queens*, é uma ramificação de todo esse conceito e discurso da Teoria *Queer* que vem sendo abordado durante todo o capítulo.

O Bo que é o movimento *Club Kid*? ([2016]) faz uma descrição breve desse grupo social falando que: “Foi um grupo da cidade americana de Nova Iorque que influenciou a moda, linguagem, a música e, principalmente, a vida urbana.”, esse grupo fez grande sucesso nas redes sociais como o blog comenta, “No final dos anos 80 e início dos 90, eles chamaram muita atenção dos americanos,

principalmente da mídia, fazendo com que eles ganhassem dinheiro para aparecer nos clubes.”. Os *Club Kids* foram na sua maioria, como trás o O que é o movimento *Club Kid*? ([2016]), *Drag Queens* e góticos, o portal brevemente define o estético desse grupo como: “[...] visual andrógeno, extravagante e criativo influência, até hoje, vários estilistas.”.

Figura 33 - Pessoas com visuais Club Kids em uma revista

Fonte: O que é o movimento Club Kids? ([2016])

Figura 34 - Estética Club Kids

Fonte: SCHEFEL (2015)

Figura 35 - Visual exagerado e excêntrico dos Club Kids

Fonte: O que é o movimento Club Kids? ([2016])

“Quanto mais glitter, cores, maquiagens, piercings e estampas, mais estiloso era o *clubber*. Também podia ser bizarro e irreverente ao mesmo tempo.” Segundo a matéria O que é *Club Kid*? ([2016]) ao concluir sua descrição estética desse grupo de subcultura dos anos 80.

Além disso, os *Club Kids* eles eram um público que trocava a noite pelo dia, saindo para as ruas quando o sol saia de cena, então, essas figuras exageradas davam as caras nas boates e clubes de música eletrônica, sua repercussão foi tão forte na época que muitos famosos foram visitar esses locais para conhecer um pouco mais do que se estava acontecendo, segue logo abaixo uma imagem onde Nina Hagen e a cantora norueguesa Bjork fazem presença nas festas dos *Club Kids*.

Figura 36 - Nina Hagen e Bjork junto a *clubbers*

Fonte: SCHEFEL (2015)

Figura 37 - James St. James e Michsael Alig

Fonte: SCHEFEL (2015)

Quando transexuais, *drag queens* e entre outros vieram à tona na sociedade, chegaram com o propósito de que a o sexo e o gênero não são limitados, e não estão “concretos”, como comenta Louro (2004), mas essas pessoas vieram para mostrar que existe um plural dentro do ser humano e que eles estão ali para “dar a cara a tapa”, “São significativas, [...] possibilidades de proliferação e multiplicação das formas de gênero e de sexualidade.”., pondo fim no nosso estudo mostrando algumas das facetas do gênero e orientação sexual junto com ramificações do que temos como uma Teoria *Queer* hoje, que existem na nossa sociedade, quebrando com tabus e normatividades, aflorando o fluido e o novo. Vimos todo esse “arsenal” de individualidade que permuta desde seu aparecimento até os dias em que vivemos, hoje em dia conforme a evolução das mídias sociais e tecnologia em si, temos um maior número de público representante dessa e da bandeira LGBTQI+ nas nossas vidas, como por exemplo, a cantora Pabllo Vittar (25 anos), que é uma das maiores representantes da bandeira LGBTQI+ do Brasil no momento, a *Drag Queen* canta, atua, dupla e compõe (segue imagem da mesma logo abaixo).

Figura 38 - Pabllo Vittar, *Drag Queen* brasileira

Fonte: TORTATO e KLOCKER (2019)

Após todo o estudo feito neste capítulo, com a ajuda de Judith Butler e sua obra Problemas de Gênero – Feminismo e Subversão da Identidade (2003), nos ajuda a concluir esse capítulo com o pensamento primordial que não existe apenas a "estabilidade do sexo binário", como aborda Butler (2003, p. 24), isso quer dizer que, não se existe apenas o "termo homem", e que seja referenciado apenas a pessoas com "corpos masculinos" e vice versa para as mulheres, que o gênero e a fluidez permeia entre ambos.

> Quando o status construído do gênero é teorizado como radicalmente independente do sexo, o próprio gênero se torna um artifício flutuante, com a consequência de que homem e masculino podem, com igual facilidade, significar tanto um corpo feminino como um masculino, e mulher e feminino tanto um corpo masculino como um feminino. (BUTLER, 2003, p. 25)

E quando é falado sobres a questão gênero e identidade, a gente necessitada citar que o corpo entra como um "instrumento", Butler (2003, p. 27) acrescenta que o corpo é "meio com o qual um conjunto de significados culturais é apenas externamente relacionado", nos fazendo pensar que a construção da identidade do

corpo é como se fosse um quadro com pinturas feitas em relação a sua bolha de vivencia, com seus ideais etc.

E sabendo disso, conforme dito dentro do estudo feito em cima de *queer* e do que se sabe sobre gênero até esse ponto, podemos sintetizar que a Teoria *Queer* se encaixa para um nicho populacional onde o gênero e seu sexo são de certa maneira ‘volúveis’ e ‘instáveis’, podendo ser muitas vezes performativo.

Conforme o tempo passa, mais e mais representantes dessa comunidade vem à tona, fazendo com que esse ‘estranho’ caia na normatividade e seja visto com olhares diferentes do público que muitas vezes é preconceituoso e não aceita as diferenças de cada um.

9 CULTURA POP

Cultura pop é um ponto muito importante a ser estudado e comentado dentro dessa pesquisa, o contexto pop inicialmente está ligado diretamente há uma grande gama de acontecimentos que se deram ao longo de muitos anos, é “resultado direto de uma complexa rede de relações sociais e econômicas”, comenta Leonam Casagrande Dalla Vecchia em sua tese Expandindo as Fronteiras do Álbum Visual: O Caso *Lemonade* de Beyoncè Knowles (2017), o autor ainda complementa que essas relações envolvem todos os “níveis e esferas” de uma comunidade, isso abrange a sociedade como um todo para a formulação da cultura pop.

“Pensar na história do nosso próprio corpo social, sobretudo sobre os caminhos que levaram a humanidade a chegar aonde chegou” comenta Vecchia (2017), e isso quer dizer que, o que somos nos dias de hoje, nada mais é que do que uma constante “metamorfose” dos processos que passados, construir esse “corpo social” através de uma população unida, através de conceitos e ideias originadas da massa, nossas ideias são ‘consequências’ das ‘transformações históricas’ que passamos, com isso, Vecchia (2017, p.16) complementa que o que sabemos de arte, estética e entre outros artifícios, vieram de uma parte da sociedade que o autor chama de “massa mais marginalizada”, isso ressalta que pop, é uma pequena abreviação da palavra popular, da maioria da população, que também envolve majoritariamente o público mais marginalizado.

O público marginalizado que inserido estava nesses processos, não foi de início aceito dentro dessas mudanças, a elite era quem regia e tomava a frente (liderava), Vecchia (2017, p.16) explica que essa porcentagem marginalizada que englobou a construção de todo esse conceito é um grupo “multiforme das sociedades marginais em ascensão”, vieram e cresceram aos poucos dentro desse nicho tomando seu espaço.

Conforme comentado anteriormente, a cultura pop veio das vertentes de inúmeras “transformações sociais”, tendo isso em mente, o “movimento modernista” como trás o autor, é o alvo de todas essas mudanças - agindo de certa forma como uma contracultura que visa a quebra do movimento anterior -, que ocorre “através de teorizações e experiências empíricas” comenta Vecchia (2017, p.16).

Featherstone (1995, apud VECCHIA 2017, p.16) aborda um trecho muito importante e indispensável para o raciocínio, onde o autor citado fala que:

> O pós-modernismo é relevante para um leque amplo de práticas artísticas e disciplinas nas humanidades e ciências sociais porque dirige nossa atenção para mudanças que vêm ocorrendo na cultura contemporânea. Essas mudanças podem ser compreendidas em termos de mudanças na esfera cultural mais ampla, envolvendo os modos de produção, consumo e circulação de bens simbólicos, que podem ser relacionadas com as mudanças de caráter mais abrangente nas balanças de poder e nas interdependências entre grupos e frações de classe nos níveis intra-social e intersocial. (FEATHERSTONE, 1995, p. 29-30).

Conforme falado logo acima, esse movimento – falando pelo lado artístico da coisa - originalmente tem um início onde as artes eram feitas em cima do mundo capitalista do momento, “modos de produção” e “consumo” e “circulação de bens simbólicos” resume basicamente as estéticas abordadas durante. Produtos eletrônicos, comida, roupas e tudo que envolve essa bolha do mercado capitalista.

Featherstone (1995, apud VACHIA 2017, p. 16):

> Essas teorias enfatizam a ausência de mediações, as intensidades, a sobrecarga sensorial, a desorientação, a liquefação de signos e imagens, a mistura de códigos (hibridismos), os significantes desconexos ou flutuantes da cultura de consumo pós-moderna "sem profundidade", na qual a arte e a realidade trocaram de lugar numa "alucinação estética do real". (FEATHERSTONE, 1995, p. 44)

Constatamos que o pós-modernismo é um momento um tanto quanto abstrato, contém inúmeras ramificações, Vecchia (2017) coloca como um tanto “confuso”.

Quando se cita as principais características de um movimento como a cultura pop – visando o lado artístico do acontecimento -, tendo em mente comentários feitos anteriormente como estética dos “bens simbólicos” que circulavam na época, e, vindo de uma porcentagem da massa marginalizada da população, a compilação de símbolos, a famosa “hibridização das artes” como Featherstone (1995, apud VECCHIA 2017, p. 17) retoma, além disso, pontos como a “ausência de profundidade” e também “ecletismo” das artes (como citado anteriormente), são os alicerces estéticos do movimento pós-modernista.

Em outras palavras, uma remodelação do sentido artístico, digamos uma “salada mista” e quebra de padrões artísticos foi feita.

Lippard (1998, apud VECCHIA 2017, p. 17):

> A defesa do popular traduz uma atitude artística adversa ao hermetismo da arte moderna. Nesse sentido, a “pop art” operava com signos estéticos de

> cores massificados pela publicidade e pelo consumo, usando tinta acrílica, poliéster, látex, produtos com cores intensas, fluorescentes, brilhantes e vibrantes, reproduzindo objetos do cotidiano em tamanho consideravelmente grande fazendo referência a uma estética da sociedade de consumo. (LIPPARD, 1998, p. 16)

Continuando no tópico do *pop art*, o autor diz que esse movimento veio a ser as “primeiras sementes de um sistema pós-industrial de consumo cultural” (VECCHIA, 2017, p. 18), resumindo brevemente em uma contracultura que se posiciona diante de uma nova sociedade e questiona o capitalismo junto a vida cotidiana da população;

> A cultura pop nada mais é, portanto, do que uma série de mecanismos sociais que afetam diretamente a lógica da produção industrial capitalista - mecanismos estes que perpassam esferas artísticas, mercadológicas e culturais - e que produzem, em consequência, um capital simbólico sobre os produtos culturais que carregam em si signos e estéticas de consumo. (VECCHIA, 2017, p. 20)

Como falado acima, e em outras palavras, o universo capitalista é visto de maneira artística onde os produtos mais vendidos no mercado, viram quadros, sem falarmos também que, atores, figuras emblemáticas e “bombásticas” da época também não escapam, Laura Aidar comenta para o site Toda Matéria (2019) algumas das principais e mais conhecidas artes feitas de *pop art*, e entre elas, da criação de Andy Warhol, sua versão *pop art* de Marilyn Monroe (1962), a imagem segue logo abaixo:

Figura 39 - Pop Art de Andy Warhol

Fonte: AIDAR (2019)

Aidar (2019) explica a estética da arte acima como “A primeira série de imagens mostra a diva colorida, e a segunda em preto e branco é como se sugerisse a morte da celebridade.”

Fora essa obra, segue abaixo, outra imagem onde o produto Coca-Cola é utilizado como o foco artístico, sendo o refrigerante mais famoso do mundo com uma conotação consumista muito forte, a criação também é de Andy Warhol.

Figura 40 - Coca-Cola (1963) de Andy Warhol

Fonte: AIDAR (2019)

Vecchia (2017) também fala sobre a cultura pop nos dias atuais, onde essa fluidez e mixagem de temas, que após o “pandemônio tecnológico” que foi a era dos computadores, Kamis (2011, apud VECCHIA 2017, p.22) diz que “De 2000 a 2009, o número de usuários da rede mundial de computadores no mundo subiu de 394 para 1.858 bilhão.”, levando isso em consideração, podemos imaginar o aumento de conteúdo que foi inserido ao mundo da cultura pop e *pop art*.

Depois de todos esses anos de turbilhões de conteúdo, temos um momento onde após “tudo” já ter sido inserido em inúmeras partes da cultura, cultura pop da nossa atualidade estaria passando por uma época de “esgotamento criativo” (VECCHIA, 2017, p. 22).

Retomando o que foi comentado anteriormente, falamos de um movimento de contracultura criado com a finalidade de falar, “atacar” o capitalismo e essa sociedade do consumo e, junto a isso, dar um fim nos resquícios do pós-modernismo. O novo sentido dessa relação de consumo, onde o consumidor se torna o “guia”, o foco, da “produção artística” (VECCHIA, 2017, p. 23) que está por vir, pois os consumidores que irão preencher esse universo artístico como um termômetro das novas criações, sendo estes consumidores os “co-criadores” como o autor rotula.

Conforme o tempo foi passando, o público quis se alimentar mais e mais de toda essa “fruição estética”, não apenas em “salas de cinema”, “casa”, “televisão”, diz VECCHIA (2017), isso significa que a absorção passa a ser feita por todas as metrópoles e cidades pequenas, para que o pública possa imergir nesse conteúdo.

Um ponto crítico a ser comentado agora, é o mais novo estágio de cultura pop que entramos, que é o “hibridismo” dos conteúdos, após a fase do boom tecnológico entrado pela sociedade. Sousa (2012, apud VECCHIA 2017, p. 26) aborda que é um dos “aspectos mais emblemáticos” (se não o mais) já passado por toda essa linha do tempo cultural, e isso nos leva ao citado anteriormente, o “hibridismo”.

> Portanto o hibridismo - trazendo para o campo dos produtos culturais - é solutar e libertador na medida em que possibilita relações simbióticas entre produtos de natureza diferentes que residem na mesma esfera cultural. (VECCHIA, 2017, p. 27)

Podemos concluir então que a cultura pop é uma cultura da massa, uma cultura que nasceu do seio da grande maioria da população, dos subúrbios e quebradas das metrópoles, veio à tona como um meio de protesto e contracultura, uma manifestação, que através da arte, explorou os signos mais conhecidos do capitalismo, viralizou ao redor do mundo, misturou temas e conceitos, evoluiu e como visto anteriormente, pode ter atingido um momento de “esgotamento criativo”, mas a cultura pop nunca deixou e não deixará de estar presente no nosso dia a dia com seus signos chamativos, políticos e inteligentes.

10 SEMIÓTICA

Neste capitulo, brevemente descrevendo, procuro explicar o que é Semiótica, seu estudo e criação, tendo isso em mente, a autora Martine Joly com seu livro Introdução a Análise da Imagem (2007 comenta que a semiótica superficialmente falando, é o momento em que você faz a análise de uma imagem, consiga detectar “significados”, trazendo ao espectador “interpretações”, como fala Joly (2007, p.30). Quando você enxerga signos e consegue “exprimir ideias” destes signos, é uma análise de semiótica.

Joly (2007, p.30) nos conta que a ideia e o conceito dos signos é quando “designa algo que é percebido”, isso quer dizer que, como falado anteriormente, são características que o espectador consegue identificar ao olhar para determinada imagem, a autora cita alguns exemplos, eles são: “cores”, “formas”, “sons” e entre outros, por exemplo, um signo, é signo de alguma outra coisa, sempre que algo te remeter a outro, é visto como um signo.

Lúcia Santaella e Winfried Noth com seu estudo Comunicação e Semiótica (2004) também trazem pontos importantes de estudo que chamamos de Semiótica, os autores dizem que a ideia de signo está presente em quase tudo na nossa vida, e também, presente em muitas áreas do mercado e do estudo dos dias de hoje, “biologia”, “medicina”, “psicologia”, “ciências sociais”, “direito” e “musicologia” (2004, p. 75), esses são algumas das áreas citadas no livro, e não podemos deixar de lado que muitas outras também utilizam desse meio.

Santaella e Noth (2004, p. 75) nos explicam também que através dessa utilização generalizada dos signos, novos estilos de signos e da própria Semiótica foram criados, “Semiótica do circo, da ópera, do teatro, do jornalismo [...]”, e entre outros, isso quer dizer que, cada meio do mercado tem sua determinada analise de Semiótica, cada uma das vertentes tem seus próprios signos correspondentes.

Conforme todas essas divisões de Semiótica começaram a ser feitas, um novo estudo foi realizado fazendo com que então as análises de Semiótica tomassem um tipo de proporção mais extensa, isso quer dizer que, as análises começaram a ser delimitadas, o que isso nos diz, nos diz que foram divididas em “Semiótica da imagem”, “Semiótica visual”, “Semiótica do espaço”, “Semiótica da comunicação não-verbal” e entre outros meios, Santaella e Noth (2004, p.75) após citar algumas dessas análises mais generalizadas de Semiótica, nomeiam

de “tendência unificadora”, significando a unificação de diferentes estudos em apenas um.

Joly (2007, p.33) nos mostra que quando se deu o início da semiótica, isso veio a partir da observação feita em cima do fato de que nós não nos comunicamos apenas com a fala, mas sim com signos e características que aprendemos ao longo da nossa criação, sejam elas gestos, imagens e outras ramificações dos meios de comunicação que possuímos hoje.

Para entendermos melhor todo esse estudo comentado acima, PEIRCE (1978 apud JOLY 2007, p. 35) explica o significado dos signos, e rapidamente descreve que “Um signo possui uma materialidade da qual no apercebemos com um ou vários dos nossos sentidos.”, isso nos diz que através dos sentidos, nossas habilidades de percepção, conseguimos distinguir e notar signos através do nosso corpo e conhecimento de assimilação.

Alguns dos exemplos abordados por Pierce (1978) nos faz entender melhor a ideia dos signos e percepções comentadas anteriormente, o autor coloca que:

> Estar cocado ou pálido podem ser sinais de doença ou emoção; os sons da língua que ouço são signos de conceitos que aprendi a associar-lhes; o fumo que eu cheiro é sinal de fogo; o cheiro do pão quente, sinal de uma padaria próxima; a cor cinzenta das nuvens sinal de chuva;[...] (PEIRCE, 1978 apud JOLY, 2007, p.35)

Então, podemos dizer e concluir que quando nós, ao ver, sentir e perceber algo a partir de pequenas assimilações, estas assimilações independentes do que for, podem ser sim chamadas de signos, pois causa associações.

> Vemos portanto que tudo pode ser signo a partir do momento em que daí se deduza uma significação que depende da minha cultura, assim como do contexto de aparição do signo. (JOLY, 2007, p.35)

Quando se fala sobre a análise de uma imagem em si, Joly (2007, p.46) nos explica que ao observar determinada imagem, podem-se causar diferentes ‘efeitos’ e interpretações da mesma, ela pode ser vista e ligada a diferentes ‘contextos’ , isso quer dizer que, pode estar conectada ao ‘contexto interno como ao do seu aparecimento’, ou também ‘conhecimentos do receptor’, isso varia muito pois quando você observa a imagem, pode vir a sua cabeça algo que você inicialmente já saiba, captando a ideia do momento e do conhecimento que possuir, ou é

necessário ser feito um breve estudo em cima da imagem, para entender sua criação, seu início, propósito e signos.

> [...] analisar uma mensagem, não consiste certamente em tentar encontrar uma mensagem pré-existente, mas em compreender que significações determinada mensagem, me determinadas circunstancias, provoca aqui e agora, sempre tentando destrinçar o que é pessoal do que é coletivo. (JOLY, 2007, p.48)

Isso quer dizer que, quando você está a admirar e interpretar alguma mensagem, seja ela imagem ou não, o objetivo é apontar significados que ela lhe representa com o espaço e tempo que você esteja inserido, e não pensar qual pode ser seu significado dentro do momento de criação da mesma. Para que possamos analisar uma mensagem, Joly (2007, p.49) explica que é necessário “nos colocarmos” e visualizar do ponto de vista que estamos inseridos.

> Não fica difícil perceber que, dentre todas as ciências ou campos de conhecimento, aquele que mais perto está da Semiótica é, sem dúvida, a comunicação. Não pode haver comunicação sem ação de signos e vice-versa. (SANTAELLA e NOTH, 2004, p.77)

Qual quer tipo de transmissão de conteúdo, ou comunicação como Santaella e Noth (2004) falam, os signos são necessários dentro desse tipo de troca de informações, e essa troca de mensagens (comunicação), pode ser feita tanta com linguagem corporal, fala, imagens, e entre outros meios.

Como comentado anteriormente no capítulo de Cultura *Queer*, observamos principalmente sua estética, e tendo isso estudado, podemos ver que signos como glitter, roupas exageradas, principalmente o discurso da não limitação de gêneros e orientações sexuais, isso quer dizer que o vestuário dos membros da comunidade vagam dentro das regras e caixas da sociedade, não querem se delimitar a nenhum tipo de restrição, e o seu visual é nítido em relação a isso, um homem de saia, nitidamente está desconstruindo todo um estereótipo masculino que a sociedade montou desde o início do que se entende como homem masculino. E signos como homem de unha pintada, maquiagem, saias e entre outros artigos que ditos femininos, nos deixa claro a ideia da fluidez do gênero que o homem nos passa, isso nos faz perceber através de signos e características desse tipo, a mensagem e a bandeira que a pessoa quer passar, isso serve como uma análise de Semiótica, independente do meio em que esse estudo estiver inserido.

Ao estudarmos signos em si, como Santaella e Noth (2004, p. 77), “[...] não se reduz a um mero formalismo descritivos propriedades internas dos signos [,,,]”, isso nos diz que o signo pode ter um significado, mas se ele nos transmitir algum tipo de relação e associação há algo que sabemos, está exercendo o seu trabalho de signo, os autores citam que “relações de referência”, “ligações contextuais”, “processos de emissão”, “os efeitos que estão aptos a produzir nos receptores” e “se levarmos em conta que signo é mediação entre algo a que ele se refere ou aplica-se e os efeitos que serão produzidos no receptor”, então são muitas vertentes que o significado de um signo pode levar o receptor a ter, e isso é uma análise de Semiótica.

11 MOSCHINO

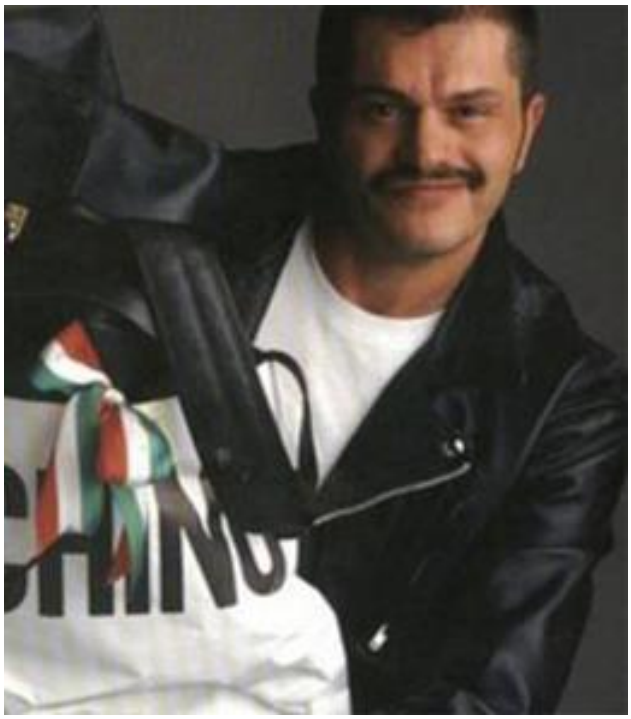
Figura 41 - Logo da Moschino

MOSCHINO

Fonte: DIAS (2018)

No ano de 1950, nascia o criador de uma das maiores marcas dos anos atuais, Franco Moschino nasceu próximo ao “berço da moda”, também conhecido como Milão. Franco já começou a traçar a sua carreira no mundo da moda muito jovem, com seus apenas vinte anos de idade, fazia cursos de desenho e já em 1971 (vinte e um anos), Moschino foi contratado por Gianni Versace (Fundador e dono na época da grife Versace), trabalhou na marca durante seis anos, passou a trabalhar em outras grifes após isso como Max Mara e Davidoff, como traz Kadu Dias (2018).

Figura 42 - Franco Moschino



Fonte: DIAS (2018)

A grife Moschino teve o seu lançamento oficial no ano de 1983, e no ano seguinte já dá início a sua carreira com a primeira coleção feminina da marca, junto a isso, DIAS comenta que “Suas coleções eram explosões de cores, exagero e excentricidade, com referências que nitidamente, ou propositalmente, esculhambavam com o “fashion *establishment*”, sendo uma marca que tem a sua estética já consolidada desde o começo, trazendo para a passarela esse novo olhar fashion que Franco tinha, além disso, o colunista Dias (2018) adiciona que “[...] marcas registradas do estilista Franco Moschino. Inovadora, irreverente, irônica e autoindulgente.”.

A grife, graças a sua distinta e irregular visão do mundo da moda, junto a sua irreverência e lado cômico, trouxa para seus braços muitos artistas e celebridades da época que se identificaram com a “aura” da Moschino, Luiza Bomeny (2015), acrescenta isso quando fala que “Tanta ousadia acabou por chamar a atenção de muita gente famosa fazendo a grife cair no gosto de celebridades polêmicas como a Madonna.”

A primeira loja da marca foi aberta em 1989, e logo após a segundo já foi inaugurada, a demanda pela marca foi grande que a necessidade de ter mais um local físico para a grife foi necessária, “[...] Moschino abriu a sua primeira loja em Milão e experimentou um sucesso tão imediato que levou a inauguração de uma segunda loja em seguida, também em Milão.” conclui Bomeny (2015).

Além disso, na matéria também cita e comenta alguns outros momentos onde a marca satiriza e critica o mundo fashion, como por exemplo, o blazer que deu o que falar na época, “As roupas eram seus cartazes de piquetes: tudo, de ternos a camisetas, era estampado com slogans que o *bom gosto não existe* ; ele bordou as palavras *cintura de dinheiro* em uma jaqueta no lugar de um cinto.”, mostrando que no mundo, as modelos que tiverem a cintura mais fina – a modelo mais magra-faturaria mais, pois “entraria nos padrões de beleza” exigidos pelo mundo da moda (MOSCHINO, [2019]).

Figura 43 - Blazer Waist Money da Moschino

Fonte: Nina’s World (2013)

Laird Borrelli-Persson (2015, tradução nossa), comenta sobre o desfile feito por Franco Moschino no ano de 1991, onde mais algumas “alfinetadas” ao mundo da moda, política, sociedade e entre outros, são postas em suas criações, um desses exemplos, é a criação de Franco em cima da farda militar feminina, Borrelli-Persson comenta que “Havia também uma roupa militar cáqui remodelada com bolsos personalizados para guardar a tinta de guerra de uma mulher - um compacto, rímel, batom etc. - em vez de munição.”.

Figura 44 - Roupa militar feminina de Franco Moschino

Fonte: BORRELLI-PERSSON (2019)

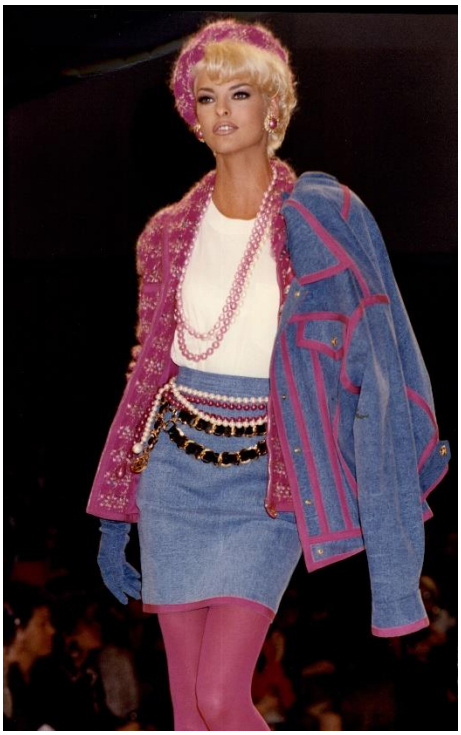
Figura 45 - Franco faz referência para Chanel em seu show no ano de 1991

Fonte: BORRELLI-PERSSON (2019)

A colunista Borrelli-Persson adiciona em sua postagem um comentário feito por Franco onde ele especificamente deixa claro a sua “mira nas costas” da Maison italiana Chanel, brincando e satirizando a mesma em seus shows, como por exemplo no do ano de 1991 (figura 46), “[...] não se esquivou de enviar trabalhos de outros estilistas. (Chanel era o alvo favorito.) "Conheço a história, e é por isso que posso brincar", ele disse ao *The New York Times.*”.

Segue logo abaixo imagem que relaciona o estilo Chanel com a sátira feita por Franco Moschino em seu show na imagem anterior.

Figura 46 - Look marca registrada da Chanel com seu taier



Fonte: The Telegraph (2016)

No ano de 1993, Franco Mosquino realizou um evento especial onde celebrava os dez anos da marca, reuniu inúmeros looks e modelos para o espetáculo e também abordou diversos temas na passarela, Borrelli-Persson para o site da VOGUE assinala que “Sustentabilidade e direitos dos animais estavam entre os assuntos que Moschino falou.”.

Figura 47 - Vestido feito de sacolas plásticas, desfile de 1993

Fonte: BORRELLI-PERSSON (2019)

Pode-se dizer que a ironia de Franco Moschino estava sempre presente em todos os detalhes de suas coleções, desde sátiras feitas para outras grifes, como também em suas mensagens desde ecológicas até políticas que o designer passava.

Como traz Moschino (2019, tradução nossa), mesmo sendo alvo de críticas constantes ao longo de sua jornada com a grife, “[...] usou seus anúncios para fazer campanha contra drogas, violência e crueldade com animais; ele chamou atenção precoce ao ambientalismo na produção de moda.”, como mostrado anteriormente nas imagens acima. Franco sempre estava erguendo diversas bandeiras da maneira que ele conseguia.

Infelizmente, no ano de 1994, o mesmo onde o criador comemora seus dez anos de grife, falece Franco Moschino devido a agravante piora da HIV que ele portava, o mesmo, que fez seu último ato de exibição no ano de 1993, para comemorar dez anos da empresa, doou todo o dinheiro arrecadado para uma instituição que cuidava de crianças e jovens que eram portadores do vírus HIV, completa a matéria moschino.

Um criador que fez história, quebrou barreiras e ultrapassou as fronteiras do mundo modista, atacou rindo, levantou bandeira com diversão, e deixou o mundo da moda cedo demais, Franco Moschino, segundo a matéria Moschino ([2019], tradução nossa), após o breve falecimento de Franco, o posto do mesmo foi passado para a sua melhor amiga e colega Rossella Jardini, “[...] manteve o legado de diversão de Moschino por quase 20 anos.”, complementa a revista, e por fim, o americano Jeremy Scott assume no ano de 2013 este posto e começa a sua jornada nessa marca irreverente e continua até os dias atuais atuando na grife, Moschino ([2019], tradução nossa) também coloca que Jeremy “revigorou” a imagem da empresa com “[...] palhaçadas exageradas, colaborações com personalidades como Barbie, riffs em logotipos icônicos do McDonald's e Marlboro e uma sensação geral ótima.”.

Figura 48 - Jeremy Scott, atual criador da Moschino

Fonte: DOROSHENKO (2019)

Jeremy Scott foi um estilista que sempre manteve as ironias, o cômico e o fashion unidos desde sua entrada para a Moschino, tentando manter sempre a estética da marca deixada por Franco, em 2014, Scott encheu as passarelas de muito “humor e a ousadia”, segundo Luiza Bomeny (2015, tradução nossa)), a autora Bomeny também adiciona que o os look foram tão “peculiares” que “roubaram a cena em um desfile inconfundível que virou febre”, nesse show, as roupas inspiradas em Barbies e *Junk food*[9] tiraram os suspiros de todos e foi um incrível momento para a merda.

Segue logo abaixo os looks do desfile onde *Barbie* e *Junk Food* como o Mc Donald’s foram a “base” para as criações e referências:

Figura 49 - Um dos visuais Barbie's criados por Jeremy Scott

[9] Refere-se a comidas do estilo comidas gordurosas, como hambúrgueres, coisas fritas, e principalmente, referência ao McDonald.

Fonte: PHELPS (2014)

Segundo a autora Nicole Phelps (2014, tradução nossa) puxa um pequeno trecho de uma entrevista feita nos bastidores do fashion show de Primavera 2015, onde Jeremy Scott fala que "Como todas as garotas e garotos gays, eu amei Barbie".

A seguir, imagem de um dos looks onde a referência do estilista era *Junk Food*, e não nada mais nada menos que signos “escrachados” do Junk Food mais conhecido no mundo, o Mc Donald’s, no desfile. Conforme Tim Blanks (2014, tradução nossa), artistas do POP como Katy Perry e amigas, estavam na primeira fila comentando tudo sobre o show, “O abraço de Scott à cultura do consumidor em nome da Moschino foi brilhante, impetuoso e engenhoso.” falou Blanks (2014, tradução nossa), pois Franco sempre “satirizou” todo esse capitalismo do mundo da moda desde o início da marca como comentamos anteriormente, e além disso, Scott não deixou de lado a “pegação no pé” que Franco fazia em cima da grife Chanel, e nada mais nada menos, o atual estilista da Moschino não deixou escapar essas referências, “Qualquer peça única da iconografia da Chanel que você pudesse imaginar era distorcida de qualquer maneira [...].”, comenta Blanks..

Figura 50 - Primeiro look da coleção Outono 2014 da Moschino com signos do *Junk Food*

Fonte: BLANKS (2014)

Jeremy trazendo esses signos, anos depois do falecimento do grande Moschino, foi um ato muito importante, não foi à toa que esses desfiles entraram para a história do mundo da moda, também para a história da própria marca, que voltou com tudo para os holofotes do público.

Phelps (2016, tradução nossa) também comenta o desfile de Primavera 2017 da grife, onde as modelos andaram pela passarela com roupas no estilo 2-D, onde a crítica do estilista (Jeremy Scott) foi principalmente questionar essa era tecnológica que estamos vivendo, “crítica ao nosso mundo louco pelas mídias sociais foi pelo menos em parte o que Scott estava procurando com a coleção de roupas de boneca de papel em tamanho real” comenta Phelps, além disso, sacolas foram distribuídas pelos acentos do desfile com capinhas da Moschino para o Iphone 6, até nos míseros detalhes as críticas de Scott estão presentes. Imagens seguem logo abaixo.

Figura 51 - A modelo Gigi Hadid desfilando para a coleção de Primavera 2017 da Moschino

Fonte: PHELPS (2016)

Phelps não poupa elogios em relação a esse desfile que foi um acontecimento para o mundo das marcas e da moda, a mesma fala que “Pensar nesse fato deu a Scott o conceito do que acabou sendo o seu show mais inteligente de Moschino.”.

Jeremy Scott nunca deixou de fazer desfiles controversos e que deram o que falar, e quando o assunto é esse, o desfile de Outono 2018 Menswear entra para a lista, o estilista brinca com gêneros e também com a estética “dominatrix” e “dama”, como aborda Amy Verner (2018, tradução nossa), “As pessoas estão no controle de sua sexualidade e da maneira como elas querem parecer; você possui seu próprio poder. ” fala o estilista da grife (Moschino), Verner complementa que o modelo masculino não deixa de ser “menos masculino” por estar usando “roupão com babados” ou uma “capa de tule em camadas”, nem menos femininas as mulheres que “balançavam suspensórios com suas botas”, esse desfile foi um forte

posicionamento em relação ao vestuário conservador da sociedade onde o guarda-roupa do homem e da mulher são restritos a determinadas peças e vestimentas. Logo abaixo algumas imagens desse desfile.

Figura 52 - Modelo na passarela para a coleção Outono 2018 Menswear da grife italiana Moschino

Fonte: VERNER (2018)

Figura 53 - Modelo para a Moschino na coleção Outono 2018 Menswaer

Fonte: VERNER (2018)

Para então finalizarmos esse estudo realizado em cima da marca italiana Moschino, Kadu Dias (2018), fez uma breve linha do tempo dessa empresa onde, linhas de roupas, lançamento de perfumes, linha infantil e entre outros acontecimentos são citados no compilado de episódios que a marca passou para construir o império da grife que se tem nos dias de hoje.

Segundo DIAS (2018) escreveu uma pequena linha do tempo com alguns dos maiores lançamentos e acontecimentos da marca, e estes são: “1988 teve Lançamento da MOSCHINO CHEAP AND CHIC”, “1989 contamos com Lançamento da primeira coleção de calçados infantis da marca italiana.”, “1990 veio o primeiro perfume masculino da marca (POUR HOMME).”, “1994 veio o Lançamento da ECOUTURE, primeira coleção ecologicamente correta que utilizava tecidos que não agrediam o meio ambiente durante o processo de fabricação.”, “1995 Lançamento de sua primeira coleção de óculos para homens e mulheres.”, “1996 Lançamento dos perfumes CHEAP AND CHIC by MOSCHINO e Oh! De Moschino.”, “Inauguração de uma moderna loja na *Madison*

Avenue, em Nova York.", além disso, em "1997 Lançamento do perfume masculino *UOMO*?.", lodo após, em "1999

Lançamento da MOSCHINO LIFE, uma linha de roupas esportivas.", e não parou por aí, teve também em "2001 Lançamento de sua linha de produtos voltada para crianças e adolescentes.", "2003 Lançamento do perfume feminino *COUTURE*!, em comemoração aos 20 anos da marca italiana.", " 2007 Lançamento do perfume FUNNY.", " 2008 A MOSCHINO JEANS passou a se chamar LOVE MOSCHINO.", "2011 Lançamento do perfume masculino MOSCHINO *FOREVER*,", "2012 Lançamento do perfume PINK BOUQUET.", "2014 Lançamento do perfume unissex MOSCHINO *TOY*, apresentado em um frasco escondido dentro de um urso de pelúcia, que vestia uma camiseta com o slogan *"Isso não é um brinquedo Moschino"* , "2017 Lançamento, em parceria com a Sephora, de sua primeira linha de maquiagem, composta por pincéis, sombras e batons com embalagens com uma pegada fun (até em formato de urso, uma das mascotes da marca)," e muitos outros lançamentos e acontecimentos tem rolado no decorrer da trajetória dessa grife que vem fazendo história desde o momento de sua criação na direção de seu criador Franco Moschino.

12 COMPARAÇÕES FINAIS

Este capítulo é o ponto focal de toda essa pesquisa, onde, através do estudo feito em cima de cultura, culturas hibridas, a cultura *queer* em geral, e para complementar essa pesquisa, o estudo feito em cima da marca italiana Moschino e Semiótica, chegamos ao ponto onde as comparações finais desse trabalho serão realizadas.

Isso quer dizer que, através do que sabemos de cultura *queer*, e através do que sabemos sobre a marca que foi estudada durante todo esse processo, realizaremos as comparações de ambas, quer dizer que apontaremos sinais e signos nas criações da grife italiana Moschino, e através da análise das imagens, identificar signos pertencentes tanto na empresa, quando na comunidade *queer*.

Comparações através de imagens e do estudo já feito serão realizadas para que as semelhanças sejam apontadas e analisadas no decorrer desse capítulo.

Sabendo que a cultura *queer* é extremamente rica e peculiar, conforme vimos nas imagens e conteúdo estudados anteriormente (página 37 em diante), podemos nitidamente ver na imagem abaixo, da coleção Outono 2019 da marca italiana Moschino, que o exagero está presente, volumes e tecidos acetinados, mistura de cores e texturas, podemos perceber que essa excentricidade da roupa não está apenas presente no vestuário, mas também nos acessórios e na peruca, que não poupa volume e presença, deixando o contexto do visual ainda mais exagerado, como a cultura *queer* e sua estética tem de melhor. Uma roupa e um peteado irreverente, onde o objetivo é deixar em foco o estranho e o exagero, a coleção assinada por Jeremy Scott não poupou cautela, refletindo diretamente em todo o contexto e estudo realizado em cima da comunidade *queer*, que como Scott, não tem “papas na língua” quando o assunto é estética e vestuário em geral.

Signos como tecidos acetinados, perucas volumosas e “estranhas”, volumes para todos os lados, um visual que sai da normatividade e não se assimila à simplicidade de roupas discretas e conceito “modesto” da maioria dos desfiles no mundo da moda. Podemos dizer que essa coleção de Jeremy Scott é um grande ‘mix’ de informações, cores, e detalhes, e tudo isso, foi feito propositalmente, onde o exagero e a irreverência da estética são signos notáveis.

Em seguidas serão postas imagens onde poderemos ver as semelhanças comentadas anteriormente, ao lado esquerdo temos uma roupa do desfile da marca,

e ao lado direito, teremos *club kids* em seu “habitat natural”, em seus looks pra lá de estranhos, onde o critério era esse, o mais diferente melhor.

Figura 54 - Look do desfile Outono 2019 da Moschino

Fonte: REMSEN (2019)

Figura 55 - Club Kids dos anos 80

Fonte: SCHEFFEL (2015)

Jeremy Scott também não poupou exorbitância no seu desfile de Primavera *Menswear* 2019, onde o tema circense foi o foco da coleção, Scott descreveu "Vejo meu papel na moda como diversão" para o site da Vogue, e com isso em mente, trazer o conceito circo como a fonte das criações para essa coleção, ele deixa mais visível a sua ideia de que a moda deveria ser vista de um lado mais cômico e “divertido” como ele mesmo fala.

Na Figura 56, podemos entender completamente aonde Scott estava querendo chegar com todo esse conceito, o modelo utiliza uma gravata extremamente fora dos padrões, chegando a um tamanho irreal para o guarda roupa

‘comum’ da sociedade, a overdose e composição de estampas estão comandando o visual, listras laranjas e verde limão, bolas brancas com fundos vermelho e preto, xadrez em tons berrantes como amarelo e laranja competem pela atenção junto com adornos aplicados no cabelo do modelo e também no blazer extra grande que o mesmo usa ao desfilar pela passarela.

Fora isso, maquiagem andrógina, carregada com batom rosa avermelhado que ultrapassa os limites do lábio do modelo, e delineados irregulares desenham-se ao redor do olho do mesmo.

Figura 56 - Desfile Primavera Menswear 2019

Fonte: MARLOWE (2018)

Figura 57 - Visual Deee-Lite

Fonte: SCHEFFEL (2015)

Figura 58 - Estética exagerada com mix de cores, estampas e tamanhos

Fonte: PINTEREST ([2019])

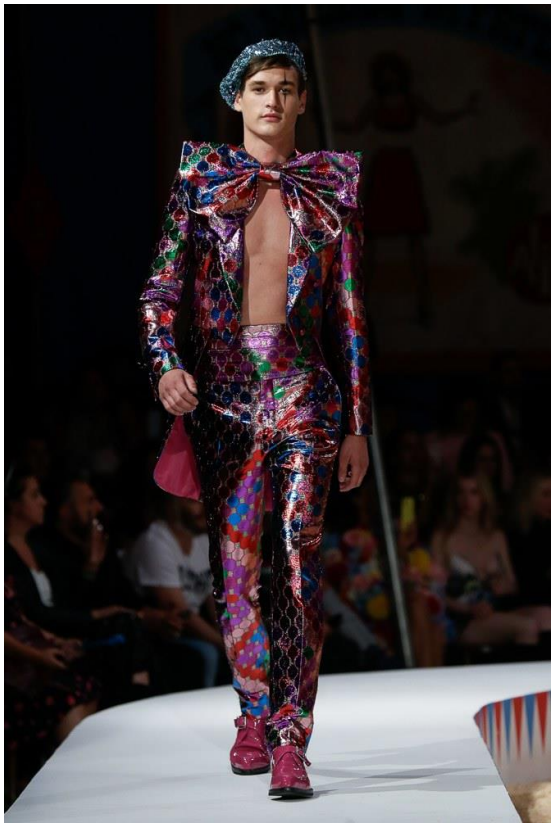
Com a descrição e análise do look Moschino Primavera 2019 *Menswear* que foi feita logo acima, podemos nitidamente ver aspectos correspondes em comparação com os *Deee-Lite*, que são uma ramificação estética da subcultura dos *Club Kids*, com suas cores vibrantes, contrastes notórios compostos por peças sociais como camisas e calças de alfaiataria, temos também a salada mista de estampas que podem ser obviamente visualizadas ao batermos o olho neles, estampa exagerada, cores vibrantes e composições, são os pontos cruciais para essa comparação e associação com o desfile de 2019 de Scott.

No mesmo desfile falado acima (Primavera 2019 Menswear), outra criação do estilista foi ressaltada e traga para as análises dessa pesquisa. Abaixo podemos perceber notas nitidamente a grande semelhança do brilho de ambos os tecidos nas fotos selecionadas, o público queer é um grupo social que teve seu início através da não identificação e não compactuação com as divisões de gêneros e sexualidades da época, fazendo com que esse grupo flua entre seus gêneros e orientações, tendo isso em mente, sua bandeira reflete drasticamente em sua estética e guarda roupa,

deixando seu visual mais andrógeno e ‘flutuante’ possível, mesclando roupas ditas femininas e masculinas pela sociedade.

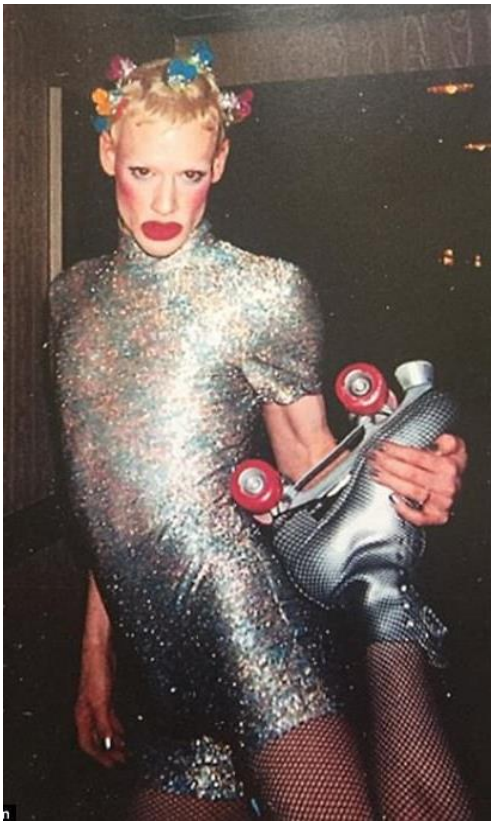
Nas Figuras 59 e 60 podemos ver relação estética quando falamos de brilho e adereços chamativos, cores vivas e notórias, o look todo em alfaiataria com tecido extremamente acetinado e estampado (Figura 59), também composto com maquiagem exagerada, junto a uma boina de glitter azul e sapatos rosa, vimos uma quebra de padrões estéticos conservadores com esse visual, além do brilho e cores pre determinadas feministas, a modelagem da roupa como o blazer curto e um laço extravagante ornam com o contexto. Na imagem a direita (figura 60), temos Richie Rich, que foi um membro da comunidade *queer* muito importante para a época, veste um colâ de malha exageradamente brilhoso e maquiagem carregada, características semelhantes que podemos encontrar nessa comparação.

Figura 59 - Look Moschino Primavera 2019 Menswear



Fonte: MARLOWE (2018)

Figura 60 - Club Kid Michael Alig



Fonte: FLYNN (2017)

Jeremy Scott junto a esse conceito e criações vistas acima, finalizou o seu show com nada mais e nada menos que Violet Chachki (na imagem abaixo, participante do reality *show Rupaul's Drag Race* temporada 7 onde terminou com o prêmio de primeira colocada), que é uma das *Drag Queens* mais conhecidas da atualidade, Violet trabalha também como cantora, compositora e modelo, ela finalizou o show desfilando para a coleção de Primavera 2019 Menswear de Jeremy Scott, Violet é uma enorme representante da comunidade *queer* que foi convocada pelo estilista, ela representa nitidamente o conceito onde um homem cis veste-se "femininamente" e anda pela passarela, de salto alto, peruca elaborada e exagerada, com maquiagem em peso junto a uma capa volumosa e um corpete cravejado num tom de laranja, Scott não poupa reconhecimento da comunidade e isso reflete tanto em suas criações como também nas pessoas que ajudam todo esse conceito ganha vida e notoriedade.

Figura 61 - Violet Chachki para Moschino Primavera 2019 Menswear

Fonte: MARLOWE (2018)

Figura 62 - Look *Club Kid* com exagero e longa capa vermelha

Fonte: HAHN (2018)

Queer é um ser sem rótulos e preconceitos, sem explicação e definição, com isso em mente, com o flutuar entre os gêneros da comunidade, signos femininos sempre fizeram parte dos guarda roupas e da vida dos homens *queer*, e vice-versa quando também falamos das vestimentas das mulheres, sem falar da porcentagem a-gênero que compõe a comunidade, vemos notoriamente isso no desfile Outono 2018 *Menswear* de Scott para a Moschino essa fluidez percorre por todas as criações do estilista, o mesmo ainda comenta “As pessoas estão no controle de sua sexualidade e da maneira como elas querem parecer; você possui seu próprio poder. ” para o site da Vogue (2018), justificando a abordagem da bandeira levantada em seu show.

Na comparação posta logo abaixo, vemos dois homens que andam lado a lado (figura 63), vestindo paletós que estão conectados pela “calda” da peça, como trás Amy Verner (2018), o casal utiliza sapatos de salto alto, maquiagem, um tipo de facha que se enrola ao redor da cintura dos dois dando silhueta e ar de feminilidade, ambos também não utilizam nenhum tipo de blusa ou camisa por baixo do paletó, deixando seus mamilos propositalmente a mostra mostrando que são “irrelevantes” como comenta VERNER.

Está nítida a fluidez do gênero quando os modelos passam pela passarela desse desfile, e ficou mais visível ainda quando os dois modelos passam com seus paletós e saltos altos. Scott chamou também, mais uma vez para o seu desfile, a modelo que foi citada anteriormente, Violet Chachki (modelo do lado direito da figura 63) é amada pelo estilista e aparentemente muito bem-vinda pela grife, essa normatividade e já dito pelo homem que existe apenas a existência de feminino e masculino e homem e mulher, é quebrada e combatida todo o momento que signos como a fluidez do vestuário são vistos, como citado anteriormente no capítulo sobre a Cultura Queer, SEIDMAN (1995) explica que a Teoria Queer consiste em “explicar a repressão ou a expressão de uma minoria homossexual”, e isso reflete na sua figura quando homens andam de salto, usam maquiagem e acentuam as curvas de sua cintura como vemos abaixo.

Figura 63 - Modelos para Outono 2018 Menswear da grife Moschino

Fonte: VERNER (2018)

Figura 64 - Estilo Club Kid que se chama Kabuki Starshine

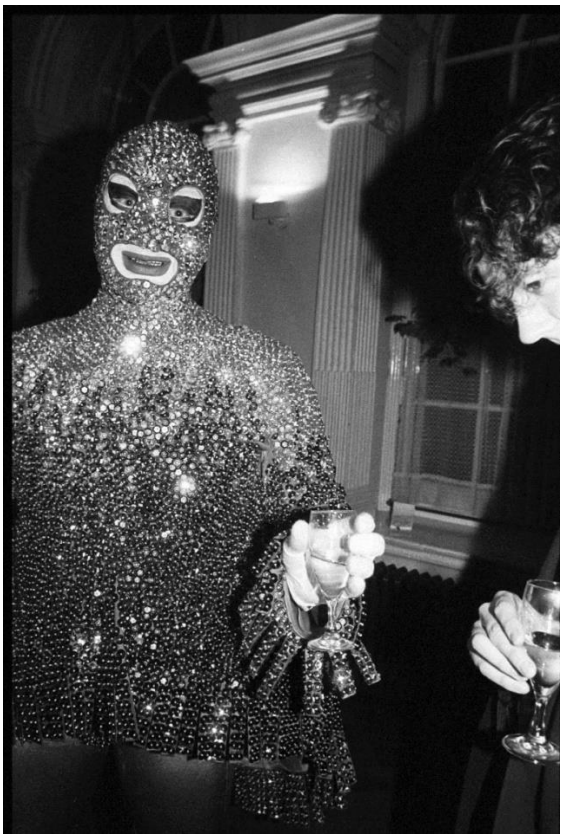
Fonte: SCHEFFEL (2015)

Esses tipos de signos podem estar presentes apenas em adereços corporais, algo a mais ou a menos na maneira que você se veste, mas também está presente no exagero, signos visuais que englobam a extravagância sempre fizeram parte da comunidade LGBTQI+, e não pode ser deixado de lado não é mesmo, uma das vertentes vistas são os *Club Kids*, e esse grupo social tem grande compatibilidade com o desfile Outono 2019 feito por Jeremy Scott para a grife italiana Moschino (segue imagem da comparação logo abaixo), “podia ser bizarro e irreverente ao mesmo tempo” comenta o portal Brechando quando descreve brevemente as características da moda dessa subcultura riquíssima, a grande quantidade de informações, exageros, plumas, babados e quanto mais ‘fru-fru’ você colocar, e mais excêntrico você ficar, será a estética *Club Kid* perfeita, como comentamos nos capítulos anteriores. Podemos ver com clareza uma mescla da estética Club Kid dentro do desfile de Scott.

Figura 65 - Exageros na passarela de Outono 2019 da Moschino

Fonte: REMSEN (2019)

Figura 66 - Club Kid ao seu excêntrismo máximo



Fonte: KNAPP (2018)

Figura 67 - Club Kid com roupa listrada combrindo todo seu corpo

Fonte: CLUB KID PHOTO ALBUM ([2019])

A grande mescla de roupas – ditas pela sociedade – masculinas e femininas no vestuário do público *queer* sempre foi um grande signo da estética desse grupo social, e como comentado já por Louro (2004), o autor em suas palavras cita que essa maneira de se vestir pode ser vista como uma ‘crítica paródia’, isso quer dizer que, eles estão falando um certo discurso e levantando uma determinada bandeira, mas isso não precisa estar sendo realizado de uma maneira sério, muito pelo contrário, é feita muitas fezes através do humos e sarcasmo, e que no fundo de todo esse ato estético, tem na sua finalidade, realmente terminar com todo esse conceito da existência apenas de homem e mulher, feminino e masculino, mostrando as ramificações do ser humano e deixando claro que ele pode ser o que ele bem entender.

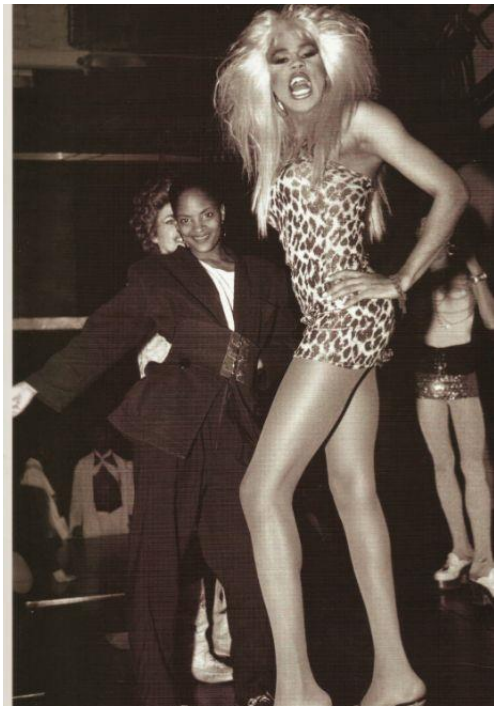
Quebrar a barreira do gênero é um discurso primordial que a Teoria Queer aborda, fluir como uma *Drag Queen* e uma *Drag King*, e na coleção Outono 2013 e Outono 2019 Menswear, assinadas por Scott nos faz ter total compreensão da androginia do gênero e de seu binarismo quando uma modelo anda pela passarela vestindo um traje que, originalmente foi deliberado e visto apenas como algo ‘aceitável’ quando está ao uso de um homem, no caso, um conjunto de roupa social (blazer, colete, gravata borboleta, camisa e calça social), e quando um homem de saia de tutu, onde o mesmo também veste uma camisa, gravata borboleta e colete

social, brincando com o paradoxo dos gêneros e trazendo um pouco de cada para um mesmo look criado pelo estilista.

Figura 68 - Modelos mostrando a ambiguidade de gênero no desfile de Outono 2013 da Moschino

Fonte: BORRELLI-PERSSON (2019)

Figura 69 - Rupaul Charles, Drag Queen mais famosa do mundo



Fonte: PINTEREST ([2019])

Na imagem acima temos uma comparação realizada entre modelos da Moschino para o fashion show de Outono 2013, e a famosa *drag queen* Rupaul, e ao trazer essas duas imagens, o objetivo é mostrar a ambiguidade do gênero onde mulheres vestem roupas ‘masculinas’, e homens vestem roupas ‘femininas’, tornando nítido um ser transvestido, com objetivo de atravessar a fronteira da normatividade dos gêneros.

Figura 70 - Modelo mostrando a fluidez do gênero desfilando com saia e adereços na sua cabeça

Fonte: REMSEN (2019)

Figura 71 - Drag Queen Rupaul mostrando a quebra de padrões

Fonte: JUDY (2019)

Louro diz que “Quem subverte e desafia a fronteira apela, por vezes, para o exagero e para a ironia, a fim de tornar evidente a ambiguidade das divisões, dos limites e das separações.”,

Exagero, e ironia, importantes signos da cultura queer (mais especificamente do nicho voltado para os Club Kids), e que também fazem parte das criações da Moschino, em desfile Pronto para Uso Primavera de 1994, podemos ver com nitidez ambas das duas características citadas logo acima.

Figura 72 - Ironia na passarela de 94 da grife Moschino

Fonte: BORRELLI-PERSSON (2019)

Figura 73 - Look estéticamente inusitado com 4 olhos e pontas saindo da cabeça

Fonte: KNAPP (2018)

Como podemos reparar nas imagens acima, temos um look do desfile Pronto para Uso Primavera 1994 a esquerda, e uma imagem de um *Club Kid* a direita, a visualização de signos como exagero e ironia estão evidentes, uma modelo que caminha pela passarela utilizando nariz e orelhas de porco, vestido de babados com tecido exageradamente brilhoso e luvas rosadas, não está a procura do discreto, mas sim, do extravagante, e muitas vezes, como comentado no estudo da Cultura *Queer*, o autor Louro (2004) comenta que “expressões de ironia e de uma estética distintas, podem representar, na pós-modernidade, um modo de resistir;”, como por exemplo o a imagem à direita, onde podemos notar , visual com bastante informações, caricato e por um lado, também cômico de um *Club Kid*.

13 CONCLUSÃO

Para as considerações finais de todo esse estudo feito, podemos destacar que através de pesquisas como identidade, cultura e seus derivados, conseguimos ter como base sólida em relação à, noção de indivíduo, critérios realmente relevantes para sabermos por onde começar uma análise e também, entender mais profundamente noções culturais e históricas de cada um, tendo isso em mente, entender a identidade do ser humano, e especialmente, dos membros da comunidade *queer* em si.

E embarcando nessa luta junto com essa comunidade, Moschino, uma das grifes italianas mais “badaladas” do momento, não poupa de abraçar de todas as formas esse grupo. Vimos anteriormente que modelos, bandeiras e apoio a causas sociais que envolvem a sigla LGBTQ+, sempre esteve dentro da história e da bandeira que essa marca levanta com orgulho, a grife apoia de todas as formas esse nicho e os apresenta para os olhos do público com orgulho e também com referências notáveis como vimos anteriormente. Fora isso, para o mundo da moda, que mesmo nos dias de hoje ainda é um nicho extremamente problemático e cheio de preconceitos e entre outros fatores, tendo a Moschino como uma das porta vozes dessa bandeira, faz com que a comunidade seja vista por outros olhos, colocando-a nos holofotes, e abordando esse grupo da melhor forma possível, isso é extremamente importante.

Observa-se que o estudo feito sobre Semiótica que proporcionou o entendimento do que significa a análise de imagem em si, nos “abrindo” os olhos e visualizando signos, significados, contextos históricos e discursos políticos, e que também estão presentes na moda.

E através de todo esse processo, podemos ver que a comunidade LGBTQ+ e a Teoria Queer é uma comunidade que precisa ser notada e entendida mais pela massa da sociedade, estereótipos, suposições e prejulgamentos não devem ser feitos antes de serem estudos e entendidos, esse nicho social é extremamente importante para todos, e nesse estudo mostro com sucesso a riqueza desse grupo, suas bandeiras e ideias, fora isso, a grandiosidade que é ter marcas apoiadores desse nicho, tendo isso em mente, consegui mostrar coerentemente a trajetória dessa marca, seu apoio a essa comunidade, e também, falar e utilizar dessa cultura

queer como a bandeira principal do meu trabalho, estudando e dando voz e notabilidade para esse nicho.

A temática do presente estudo é rica, o objetivo do estudo foi atingido, que era mostrar assimilação nos signos da cultura queer dentro da grife italiana Moschino, e que ele serve de referência para futuros estudos sobre o tema

14 REFERÊNCIAS

EAGLETON, Terry. **A Ideia de Cultura**. 1 ed. Editora Unesp, 2000.

WAGNER, Roy. **A Invenção da Cultura**. Ubu Editora LTDA - ME. 2010.

ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. 5 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

MUNANGA, Kabengele. **Diversidade, Etnicidade, Identidade e Cidadania**. [S.l.; s.n.], :2012. Disponível em: http://www.acaoeducativa.org.br/fdh/wp-content/uploads/2012/09/Palestra-Kabengele-DIVERSIDADEEtnicidade-Identidade-e-Cidadania.pdf. Acesso em: 27 nov. 2019.

BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, Consumo e Indentidade**. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1997.

CLUB KIDS: MONEY, SUCESS, FAME AND GLAMOU. *In*: SANA; SCHEFFEL, Lauren; MACHADO, Helena. **Moda de Subculturas**, 2 set. 2015. Disponível em: http://www.modadesubculturas.com.br/search?q=club+kids. Acesso em: 5 de set. de 2019.

COMO OS CLUBBERS REINVENTARAM A NOITE E A MODA JOVEM DE SÃO PAULO. *In*: RIBEIRO, Eduardo. **VICE**, 12 maio. 2016. Disponível em: https://www.vice.com/pt_br/article/qk9jnp/moda-clubber-noite-sao-paulo. Acesso em: 12 de set. de 2019.

MADAME SATÃ RETORNA A NOITE PAULISTA. *In*: CICARELLI, Catarina. **VEJA São Paulo**, 5 dez. 2016. Disponível em: https://vejasp.abril.com.br/cidades/madame-sata-volta/. Acesso em: 19 de set. de 2019.

COELHO, Teixeira. **O que é Industria Cutural**. 35 ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1993.

PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **O que é Contracultura**. 8 ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1992.

50 ANOS DEPOIS DE WOODSTOCK, AINDA É DIFÍCIL SEPARAR O MITO DA REALIDADE. *In*: PRESSE, France. **G1**, 16 ago. 2019. Disponível em: https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2019/08/16/50-anos-depois-de-woodstock-ainda-e-dificil-separar-o-mito-da-realidade.ghtml. Acesso em: 5 de set. de 2019.

FESTIVAL DE WOODSTOCK (1969) – O FESTIVAL DA CONTRACULTURA. *In*: SIQUEIRA, Vinicius. **Colunas Tortas**, 15 abri. 2014. Disponível em: https://colunastortas.com.br/festival-de-woodstock-1969-o-festival-da-contracultura/. Acesso em: 24 de set. de 2019.

1969: FESTIVAL DE WOODSTOCK. *In*: THURAU, Jens. **DW Made for Minds**, 2019. Disponível em: https://www.dw.com/pt-br/1969-festival-de-woodstock/a-609975. Acesso em: 25 de set. de 2019.

PUNK INGLÊS 1976 – 1979 A HISTÓRIA E ESTÉTICA DA PRIMEIRA GERAÇÃO PUNK. *In*: SANA. **Moda de Subcultura**, 30 set. 2016. Disponível em: http://www.modadesubculturas.com.br/2016/09/punk-ingles-1976-1979-moda-punk.html. Acesso em: 23 de out. de 2019.

SIGNIFICADO DE PUNK. **Significados**, 6 fev. 2017. Disponível em: https://www.significados.com.br/punk/#targetText=Punk%20é%20um%20movimento%20artístico,consumismo%2C%20entre%20outros%20pensamentos%20revolucionários.. Acesso em: 24 de out. de 2019.

LOURO, Guacira Lopes. Teoria Queer – Uma Política Pós-Identitária para a Educação. Estudos Feministas, ano 9, 2, semestre, p. 541-553. 2001. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/ref/v9n2/8639.pdf. Acesso em: 18 de set. 2019.

50 ANOS DE STONEWALL: SAIBA O QUE FOI A REVOLTA QUE DEU ORIGEM AO DIA DO ORGULHO LGBT. **BBC News**, 1 jun. 2019. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/geral-48432563. Acesso em: 19 de set. de 2010.

O QUE FOI A REBELIÃO DE STONEWALL? *In*: ROSSINI, Maria Clara. **Superinteressante**, 28 jun 2019. Disponível em: https://super.abril.com.br/historia/o-que-foi-a-rebeliao-de-stonewall/. Acesso em: 19 de set. de 2019.

MOVIMENTO LGBT: O QUE É, HISTÓRIA E MUITO MAIS! *In*: CELI, Renata. **Stoodi**, 7 fev. 2019. Disponível em: https://www.stoodi.com.br/blog/2019/02/07/movimento-lgbt-o-que-e/. Acesso em: 25 de setembro de 2019.

O QUE É A TEORIA QUEER? *In*: IS HOME, Nobody. **Medium**, 2 fev. 2017. Disponivel em: https://medium.com/@lucas.germano/o-que-é-a-teoria-queer-5c084c0b6cfd. Acesso em: 29 de out. de 2019.

O QUE É CAMP? O TEMA DO MET GALA 2019 É EXPLICADO EM 10 IMAGENS DA CULTURA POP. *In*: ADDUCCI, Shannon. **FN**, 3 mai. 2019. Disponível em: https://footwearnews.com/2019/fashion/celebrity-style/met-gala-2019-theme-camp-fashion-meaning-1202777265/. Acesso em: 30 de out. de 2019.

CAMP: NOTES ON FASHION REVIEW – UMA CELEBRAÇÃO MUITO NECESSÁRIA DE UMA ESTÉTICA PROFUNDAMENTE ESTRANHA, POLÍTICA. *In*: MICHALLON, Clémence. **Independent**, 8 mai. 2019. Disponível em: https://www.independent.co.uk/life-style/fashion/camp-notes-on-fashion-met-gala-review-theme-new-york-when-a8903641.html. Acesso em: 31 de out. de 2019.

UMA CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DAS DRAGS. *In*: ERRADO, Nada. **Medium**, 10 out. 2015. Disponível em: https://medium.com/nada-errado/uma-contextualização-histórica-das-drags-22520b5e93f2. Acesso em: 30 de out. de 2019.

CHIDIAC, Maria Teresa Vargas; OLTRAMARI, Leandro Castro. **Ser e estar drag queen: um estudo sobre a configuração da indentidade queer.** Estudos de

Psicologia, v.9, n.3, p. 471-478. 2004. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/epsic/v9n3/a09v09n3.pdf. Acesso em: 27 nov. 2019.

RUPAUL BIOGRAFIA. *In*: ADELINO, Saulo. **Draglicious**, 17 nov. 2018. Disponível em: https://draglicious.com.br/2018/11/17/rupaul-biografia/. Acesso em: 31 de outubro de 2019.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: feminismo e subversão da identidade**; Tradução Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2004.

VECCHIA, Leonam Casagrande Dalla. *Expandindo as fronteiras do álbum visual: O caso Lemonade de Beyoncé Knowles*. 2017. 117f. Trabalho de Conclusão de Curso. – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

Pop art. *In*: AIDAR, Laura. **Toda Matéria**, 14 ago. 2019. Disponível em: https://www.todamateria.com.br/pop-art/. Acesso em: 6 de novembro de 2019.

JOLY, Martine**. Introdução à análise de imagem**. 70 ed. Lisboa: Arte e Comunicação, 2007.

SANTAELLA, Lucia; NOTH, Winfried. **Comunicação e Semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

MOSCHINO. In: DIAS, Kadu. **Mundo das Marcas**, 30 abr. 2018. Disponível em: http://mundodasmarcas.blogspot.com/2007/04/moschino-irreverncia-na-moda.html. Acesso em: 17 de outubro de 2019.

CONHEÇA A HISTÓRIA DE SUCESSO DE FRANCO MOSCHINO, EX ALUNO DO INSTITUTO MARANGONI. *In*: BOMENY, Luiza. **Luiza Bomeny Blog**, 23 mai. 2015. Disponível em: http://www.luizabomeny.com.br/site/istitutomarangoni/Blog/conheca-a-historia-de-sucesso-de-franco-moschino-ex-aluno-do-istituto-marangoni/. Acesso em: 24 de outubro de 2019.

MOSCHINO, PRONTO PARA USO PRIMAVERA DE 1991. *In*: BORRELLI-PERSSON, Laird. **Vogue**, 29 abri. 2019. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1991-ready-to-wear/moschino. Acesso em: 24 de outubro de 2019.

MOSCHINO, PRONTO PARA USO PRIMAVERA DE 2015. *In*: PHELPS, Nicole. **Vogue**, 19 set. 2014. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/moschino. Acesso em: 2 de novembro de 2019.

MOSCHINO, OUTONO DE 2014. *In*: BLANKS, Tim. **Vogue**: 19 fev. 2014. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-ready-to-wear/moschino. Acesso em: 2 de novembro de 2019.

MOSCHINO, PRONTO PARA USO PRIMAVERA DE 2017. *In*: PHELPS, Nicole. **Vogue**: 22 set. 2016. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/moschino. Acesso em: 2 de novembro de 2019.

MOSCHINO, OUTONO 2018 Menswear. *In*: VERNER, Amy. **Vogue**, 13 jan. 2018. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-menswear/moschino. Acesso em: 2 de novembro de 2019.

J, Luis Eduardo. Cultura Híbrida. **Cultura Pública**, 16 nov. *2015*. Disponível em: http://l-eduardoj.blogspot.com/2015/11/cultura-hibrida.html . Acesso em: 27 de nov. de 2019.

O QUE FAZER NO BAIRRO DA LIBERDADE? O JAPÃO BEM NO CENTRO DE SP!. **TransPortal**, 8 jan. *2019*. Disponível em: https://www.transportal.com.br/noticias/rodoviaria-tiete/o-que-fazer-no-bairro-da-liberdade-sp/. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

HISTÓRIA DO BAIRRO DA LIBERDADE. #vempraliba. Disponível em: https://www.vempraliba.com.br/sobre-o-bairro-liberdade/historia-do-bairro-liberdade/. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

SCHEFEL, Lauren. Club Kids: Money, Sucess, Fame and Glamour. **Moda de Subculturas**, 2 set. *2015*. Disponível em: http://www.modadesubculturas.com.br/search?q=club+kids. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

MCCORD, Brooke. We don't do, we just are: the IG chronicling the era of the club kid. **Dazed**, 17 set. *2018*. Disponível em: https://www.dazeddigital.com/fashion/article/41353/1/club-kids-new-york-80s-90s-james-st-james-amanda-lepore-limelight-rupaul. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

RIBEIRO, Eduardo. Como os clubbers reinventaram a noite e a moda jovem de São Paulo. **Vice**, 12 mai. *2016*. Disponível em: https://www.vice.com/pt_br/article/qk9jnp/moda-clubber-noite-sao-paulo. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

BATTLE, Marquaysa. 18 times celebs channeled Marilyn Monroe with their beauty look. **Revelist**, 30 abr. *2018*. Disponível em: https://www.revelist.com/marilyn-monroe-beauty/marilyn-monroe-beauty/12597/kim-kardashian-slayed-her-marilyn-monroe-look-for-vogue-brazils-june-2015-issue/1. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

SIQUEIRA, Vinicius. Festival de Woodstock (1969) – O festival da contracultura. **Colunas Tortas**, 15 abr. *2014*. Disponível em: https://colunastortas.com.br/festival-de-woodstock-1969-o-festival-da-contracultura/. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

GALEGARI, Maricélia. História da Moda – de 1970 a 1980. **Blog da Mari Galegari**, 10 set. *2017*. Disponível em: https://blogdamaricalegari.com.br/2017/09/10/historia-da-moda-de-1970-a-1980/. Acesso em: 27 de nov. e 2019.

BEZERRA, Juliana. Movimento Hippie. **Toda Matéria**, 31 dez. *2018*. Disponível em: https://www.todamateria.com.br/movimento-hippie/. Acesso em 27 de nov. de 2019.

OS 50 ANOS DO "VERÃO DO AMOR", QUE ESPALHOU PELO MUNDO O IDEÁRIO HIPPIE. **Gauchazh**, 11 fev. *2017*. Disponível em: https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2017/02/os-50-anos-do-

verao-do-amor-que-espalhou-pelo-mundo-o-ideario-hippie-9718308.html. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

SANA. Punk Inglês 1976 – 1979 | A história e estética da primeira geração Punk. **Moda de Subculturas**, 30 set. *2016*. Disponível em: http://www.modadesubculturas.com.br/2016/09/punk-ingles-1976-1979-moda-punk.html. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

PARADA DO ORGULHO LGBT DE BELO HORIZONTE TEM OPERAÇÃO DE TRÂNSITO NO DIA 14/7. **Prefeitura Belo Horizonte**, 10 jul. *2019*. Disponível em: https://prefeitura.pbh.gov.br/noticias/parada-do-orgulho-lgbt-de-belo-horizonte-tem-operacao-de-transito-no-dia-147. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

RENNE.RAMOS. Parada LGBT São Paulo 2018. **Flickr**, 3 jun. *2018*. Disponível em: https://www.flickr.com/photos/renneramos/28672214368. Acesso em: 27 e nov. de 2019.

RODRIGUES, Letícia. Mês da Diversidade finalizada com Parada LGBT em Jundiaí. **Tribuna de Jundiaí**, 10 set. *2019*. Disponível em: https://tribunadejundiai.com.br/entretenimento/acontece-entretenimento/mes-da-diversidade-finaliza-com-parada-lgbt-em-jundiai/. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

MICHALLON, Clémence. Camps: Notes on Fashion review – A much-needed celebration of a profoundly queer, profoundly political aesthetic. **Independent**, 8 mai. *2019*. Disponível em: https://www.independent.co.uk/life-style/fashion/camp-notes-on-fashion-met-gala-review-theme-new-york-when-a8903641.html. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

ADDUCCI, Shannon. O que é Camp? O tema do Met Gala 2019 é explicado em 10 imagens da cultura POP. **FN**, 3 mai. *2019*. Disponível em: https://footwearnews.com/2019/fashion/celebrity-style/met-gala-2019-theme-camp-fashion-meaning-1202777265/. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

NICHOLS, JamesMichael. ‘Rupaul’s DragCon’ Coming To Los Angeles Convention Center. **Huffpost**, 23 jan. *2015*. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/2015/02/23/rupauls-dragcon_n_6738254.html?ri18n=true. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

ADELINO, Saulo. Rupaul | Biografia. **Draglicious**, 17 nov. *2018*. Disponível em: https://draglicious.com.br/2018/11/17/rupaul-biografia/. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

O QUE É O MOVIMENTO CLUB KIDS?. **Brechando**, ([*2016*]). Disponível em: https://www.brechando.com/2016/07/o-que-e-o-movimento-club-kids-abia-que-vai-haver-uma-homenagem-em-natal/. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

TORTATO, Augusto; *KLOCKER*, Matheus. Pabllo Vittar traz show inédito a Curitiba, últimos ingressos a venda. **Bem Paraná**, 19 set. *2019*. Disponível em: https://www.bemparana.com.br/noticia/pabllo-vittar-traz-show-inedito-a-curitiba-ultimos-ingressos-a-venda#.Xd85y0ZKjIU. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

AIDAR, Laura. Pop Art. **Toda Matéria**, 14 ago. *2019*. Disponível em: https://www.todamateria.com.br/pop-art/. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

DIAS, Kadu. Moschino. **Mundo das Marcas**, 6 dez. *2018*. Disponível em: http://mundodasmarcas.blogspot.com/2007/04/moschino-irreverncia-na-moda.html. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

TAG ARCHIVES: MOSCHINO. **Nina's World**, 12 ago. *2013*. Disponível em: https://ninaandsimone.wordpress.com/tag/moschino/ . Acesso em: 27 de nov. de 2019.

BORRELLI-PERSSON, Laird. Moschino Spring 1991 Ready-To-Wear. **Vogue**, 29 abr. *2019*. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1991-ready-to-wear/moschino. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

Fashion flashback: 90s catwalk moments. **The Telegraph**, 11 fev. *2016*. Disponível em: https://www.telegraph.co.uk/fashion/events/fashion-flashback-90s-catwalk-moments/linda-evangelista-chanel-1991/. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

DOROSHENKO, Peter. Jeremy Scott Viva Avant Garde: a Jeremy Scott retrospective. **Dallas Contemporary**, 17 marc. *2019*. Disponível em: http://www.dallascontemporary.org/jeremy-scott.html. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

PHELPS, Nicole. Moschino Spring 2015 Ready-To-Wear. **Vogue**, 28 set. *2014*. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/moschino. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

BLANKS, Tim. Moschino Fall 2014 Ready-To-Wear. **Vogue**, 19 fev. *2019*. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-ready-to-wear/moschino. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

PHELPS, Nicole. Moschino Spring 2017 Ready-To-Wear. **Vogue**, 22 set. *2016*. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/moschino. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

VERNER, Amy. Moschino Fall 2018 Menswear. **Vogue**, 13 jan. *2018*. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-menswear/moschino. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

REMSEN, Nick. Moschino Pre-Fall 2019. **Vogue**, 8 jan. *2019*. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/pre-fall-2019/moschino. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

MARLOWE, Rachel. Moschino Spring 2019 Menswear. **Vogue**, 9 jun. *2018*. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-menswear/moschino. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

VERNER, Amy. Moschino Fall 2018 Menswear. **Vogue**, 13 jan. *2018*. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-menswear/moschino. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

BLANKS, Tim. Moschino Outono 2013. **Vogue**, 21 fev. *2013*. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2013-ready-to-wear/moschino. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

KANPP, Francky. The Kids Who Burned New York. **Messy Nessy: Cabinet of Chic Curiosities**, 20 jun. *2018*. Disponível em: https://www.messynessychic.com/2018/06/20/the-kids-who-burned-new-york/. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

CLUB KID PHOTO ALBUM: EXCLUSIVE CLUB KID PHOTOS. **The Fabulous Club Kids**. Disponível em: http://club.kids.tripod.com/fbck/photos.html. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

BORRELLI-PERSSON, Laird. Moschino Spring 1994 Ready-To-wear. **Vogue**, 3 mai. *2019*. Disponível em: https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1994-ready-to-wear/moschino. Acesso em: 27 de nov. de 2019.

JUSTICE IS SURVED: A CONVERSATION BETWEEN RUPAUL AND JUDGE JUDY. *In*: JUDY, Judge. **Intervew**, 19 aug. 2019. Disponível em: https://www.interviewmagazine.com/culture/justice-is-served-a-conversation-between-rupaul-and-judge-judy. Acesso em: 17 nov. 2019.

PINTEREDT. Disponível em: https://br.pinterest.com/pin/16677461093103486/?lp=true. Acesso: 29 de nov. 2019.

PINTEREST. Disponível em: https://br.pinterest.com/pin/233272455669265567/?lp=true. Acesso em: 29 nov. 2019.

HAHN, Rachel. Club Kid and Ballroom Style Collide in Bold Fashion al ATL Is Burning. **Yahoo! Lifestyle**. 19 nov. *2018*. Disponível em: https://www.yahoo.com/lifestyle/club-kid-ballroom-style-collide-170430579.html. Acesso em: 27 nov. 2019.