

CELEBRAÇÃO QUEER: QUESTIONANDO A DIVISÃO DE GÊNERO NA MODA FESTA

Queer celebration: questioning the gender division in formal wear

Freitas, Isabela Suzuki de; Bacharel; Universidade Estadual de Londrina,
isabelasuzukifreitag@gmail.com
Emídio, Lucimar de Fátima Bilmaia; Doutora; Universidade Estadual de Londrina,
lucimar@uel.com.br

Resumo: Esta pesquisa de natureza aplicada, objetivos exploratórios e abordagem qualitativa, busca contextualizar o movimento *queer* e compreender as relações entre a binaridade de gênero e vestuário contemporâneo dentro do segmento de moda festa. Do mesmo modo, visa mapear as necessidades e comportamentos do público por meio de pesquisas qualitativas e ferramentas de design e propor uma nova abordagem para esse segmento, por meio de produtos não centrados no binarismo de gênero, que rompem com a uniformidade estético-simbólica.

Palavras chave: Design de moda; moda festa; público *queer*.

Abstract: *The research seeks to contextualize the queer movement and understand the relationship between gender binarity and contemporary clothing within the formal wear segment. Likewise, it aims to map the needs and behaviors of the public through qualitative research and design tools and propose a new approach for this segment, through products not centered on gender binarism, which break with aesthetic-symbolic uniformity.*

Keywords: *Fashion design; formal attire; queer fashion.*

Introdução

O crescente destaque da moda de gênero neutro na contemporaneidade reflete as atuais mudanças sociais e políticas, a maior visibilidade de corpos e temáticas que abordam a não hétero-cisnormatividade e consequentemente uma expansão de debates sobre a relevância de expressão de gênero por meio da moda. Essa demanda dá-se principalmente pela geração Z: de acordo com um relatório realizado em 2022 pela *UNiDAYS*, a partir de dados coletados de estudantes do EUA, Reino Unido e Austrália, aproximadamente dois terços (65%) da Geração Z acham que as marcas deveriam ter mais opções de busca *online* por peças de gênero neutro. Segundo relatório desenvolvido pela *Industry Growth Insights* em 2022, o mercado global de roupas unissex deve atingir US\$ 3,2 bilhões até 2030.



elucidar que o termo *queer* é compreendido popularmente como um termo “guarda-chuva” que engloba todos aqueles que desviam da binaridade de gênero e da heteronormatividade. De acordo com Spargo (2017) em inglês, o termo “*queer*” pode ter a função de substantivo, adjetivo ou verbo, mas em todos os casos se define em oposição ao “normal” ou à normalização. Considerando que o termo não é amplamente difundido no Brasil, o presente trabalho se apoiará em dados que se referem ao público LGBTQIA.

Estima-se que aproximadamente 1.1 milhões de brasileiros se identificam como transgênero e 1.8 milhões se identificam como não binários de acordo com pesquisa realizada pela Faculdade de Medicina de Botucatu da Universidade Estadual Paulista¹ publicada em 2021. Em um panorama mais amplo, o instituto Datafolha, contratado pela Havaianas para sua campanha do mês do orgulho de 2022, apontou que 15,5 milhões de pessoas são LGBTQIAPN+ no Brasil, contendo o potencial financeiro equivalente a mais de US\$ 100 bilhões, segundo a Out Leadership.

Nesse contexto, diversas marcas estão criando coleções e se posicionando como marcas de gênero neutro, fluido ou sem gênero, entretanto, são majoritariamente focadas em moda casual, verificando uma carência de peças voltada à eventos formais. O cenário atual da moda festa brasileira é padronizado e excludente, apresentando repetição de formas, modelagens, tecidos, aplicações e abrange basicamente dois gêneros e duas silhuetas: a masculina, longilínea, de triângulo invertido com destaque aos ombros, transmitindo virilidade e elegância e a feminina, em forma de ampulheta, destacando os seios e marcando a cintura, transitando entre o romantismo e a sensualidade. Com características tão bem estabelecidas, a moda festa na atualidade menospreza a expressão da individualidade e exclui corpos *queer* que não se identificam com a binaridade do ser e do vestir.

Sendo assim, a presente pesquisa, de natureza aplicada, objetivos exploratórios e abordagem qualitativa, a qual é resultado de um Trabalho de Conclusão de Curso – TCC,

¹ SPIZZIRRI, G. *et al.* Proportion of people identified as transgender and non-binary gender in Brazil. **Scientific Reports**, [S.l.], v. 11, n. 2240, 2021. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41598-021-81411-4>. Acesso em: 24 nov. 2022

novas possibilidades e configurações de moda festa que transgrida e confronte o que conhecemos hoje dentro deste segmento, acolhendo corpos desviantes do padrão de gênero. Para tanto, o trabalho teve como o bjetivo analisar os signos, divisão binária e imposição de gênero na trajetória da moda, pesquisar sobre expressão de gênero no vestuário formal contemporâneo e suas características estético-simbólicas, investigar e contextualizar o movimento *queer* e suas manifestações e por fim desenvolver uma coleção de moda festa de estética transgressora para o público *queer*, explorando novos materiais e formas.

A Divisão de Gênero na Moda

É fundamental destacar que a concepção de masculino e feminino é variável, pois gênero é uma construção cultural e social que pode se alterar dependendo da época, civilização e contexto inserido, sobre isso James Laver em seu livro de A Roupas e a Moda (1989) afirma:

A linha divisória mais óbvia aos olhos modernos está entre a vestimenta masculina e a feminina: calças e saias. Mas não é absolutamente verdadeiro que os homens tenham sempre usado roupas bifurcadas e as mulheres não. Os gregos e romanos usavam túnicas, o que quer dizer, saias. Povos de regiões montanhosas como escoceses e os gregos modernos usam o que são na verdade, saias. Mulheres do Extremo Oriente e do Oriente Próximo usavam calças e muitas ainda o fazem. A divisão por sexo acaba não sendo verdadeira. (LAVÉ, 1989, p. 7)

Gilles Lipovetsky (1987) declara que a moda surge na metade do século XIV, ocasionando o distanciamento entre o vestuário feminino e masculino. Segundo Hollander (1996) no início da idade média até 1100, as vestimentas pareciam unir os sexos e não separá-los, entretanto, no fim do século XIV as pinturas retratavam o vestuário com diferenciações entre os gêneros. A autora afirma que mesmo com o afastamento da aparência do vestuário das damas e cavalheiros no século XVII ainda existiam semelhanças nos ornamentos.

A autora afirma que o traje formal moderno, formado pelo esquema calça-casaco-camisa-gravata-colete surgiu no final do século XVII, e assegura que o



ola@arandesite.com.br

primordial para a crescente autonomia da moda feminina principalmente entre 1675 e 1775, em suma, essa reconstrução conceituou o homem e a mulher como pertencentes à sexos distintos, substituindo o conceito anterior que a mulher seria um estágio menos desenvolvido do homem, que teria uma maior quantidade de calor essencial e uma imaginação mais ativa. Após essa desvinculação, as mulheres se libertaram para exercer a sua criatividade de forma autônoma, assim se desvinculando das preferências e expressões masculinas.

Segundo Lipovetsky (1987) o *prêt-à-porter* ganha espaço e visibilidade a partir dos anos 1960, fruto da elevação do mesmo ao patamar de produto de moda, produzindo peças joviais e audaciosas, Nesse cenário, a Alta Costura deixa de ser sinônimo de moda, abrindo espaço para a moda pronta e as expressões das ruas, em consequência, a moda se torna mais democrática e acessível.

A popularização das discussões sobre gênero na moda inicia-se no fim do século XX e início do século XXI, cujos resultados mais significativos foram possíveis de serem observados a partir da primeira década do milênio. A temática de gênero foi abordada não só no desenvolvimento de peças e coleções, mas também na representatividade nas passarelas e campanhas. Gradativamente foram surgindo marcas e coleções para o público *queer*, como a marca Ca.ce.te que produz *underwear* e acessórios para o público LGBTQ+ desde 2015 e a LED, marca de moda agênero que desfila no SPFW desde 2017.

Moda Festa Contemporânea

O presente trabalho tem enfoque no desenvolvimento de peças para eventos sociais de maior formalidade, isto é, eventos com o intuito de comemoração e sem fins lucrativos, visando reunir colegas, amigos e família, alguns exemplos são: casamentos, aniversários,

Tradicionalmente, as vestes para eventos sociais formais são divididos em: esporte fino, passeio completo e gala. O traje é definido conforme o grau de formalidade do evento, mas independentemente da formalidade o esperado é que as mulheres utilizem vestidos ou saias e homens ternos ou *smokings*, sendo assim, a diferenciação sexual é a característica primária na moda festa contemporânea. Ademais, a forma e a divisão das vestes para eventos sociais formais se mantêm praticamente inalteradas ao longo da história.

Na moda festa contemporânea é possível identificar uma uniformidade de modelagem e uso de materiais, a busca por “moda festa” em grandes buscadores como *Google e Pinterest* reforça a afirmação anterior, pode-se observar peças similares, as quais correspondem à vestidos longos, em sua grande maioria com a parte superior justa e saia godê ou evasê, presença de decotes em “V” e fenda assimétrica. Outro modelo muito usado é o vestido com modelo “sereia”, ajustado até o meio das coxas e godê na parte inferior. Os materiais utilizados não sofrem grandes alterações, sendo utilizados tecidos como cetim, seda, tule, renda, voal, musseline e tafetá, eventualmente são adicionados bordados, aplicações de renda e pedrarias.

O traje masculino para eventos formais ganha maior complexidade conforme o grau de formalidade do evento, possuindo como base, para eventos com menor grau de formalidade a camisa social de manga longa e calça, enriquecendo até o traje mais formal, o *smoking*, que consiste em calça, paletó, camisa social branca, colete e gravata borboleta. De modo geral, as variações nas vestes formais masculinas se dão pelo formato da lapela, abotoamentos e cores que se limitam ao branco, preto, cinza e azul marinho.

Deste modo, podemos afirmar que a moda festa contemporânea segue padrões bem definidos, contemplando apenas corpos e identidades binárias e cisgêneros e com variações estéticas e formais limitadas.

² Associação Brasileira de Eventos Sociais. Pesquisa disponível em: <https://abeoc.org.br/2015/05/pesquisa-da-associacao-brasileira-de-eventos-sociais-abrafesta-mostra-que-o-mercado-de-festas-e-cerimonias-a-tingiu-r-168-bi-no-ano-passado/>

³ A casamentos.com.br é o maior portal internacional de festas que conecta noivos a fornecedores, também realiza pesquisas sobre o setor de casamentos. Os dados citados anteriormente são do Livro Imprescindível dos Casamentos divulgado pela plataforma. Disponível em: <https://www.casamentos.com.br/artigos/o-livro-imprescindivel-dos-casamentos--c9996>

por análises imagéticas. Ademais, para investigar e contextualizar o movimento *queer* juntamente com a verificação do vestuário utilizado pelo público foram realizadas pesquisas bibliográficas, pesquisa *desk* e a utilização de *hashtags* e análises imagéticas da rede social TikTok como ferramenta de pesquisa para mapear o comportamento do público.

O estudo do público-alvo e suas particularidades em relação à moda festa foi realizado através de procedimentos netnográficos, dentre eles questionário virtual que foi aplicado no período de 28/09/2022 à 28/10/2022 pela plataforma *Google Forms* para o público *queer*, auxiliado por ferramentas visuais como painéis imagéticos, para melhor compreensão de suas características e pela ferramenta *Persona* (PAZMINO, 2015).

Por fim, para o desenvolvimento do projeto e dos produtos utilizou-se das ferramentas Fluxograma de Requisitos Ativo e Mapa das Características Expressivas - MCE (SANCHES, 2017), também efetuou-se uma análise de marcas, materiais e produtos similares, por meio de recursos imagéticos, como painéis e *moodboards*.

A coleção desenvolvida no presente trabalho se apropria de afirmações da autora Guacira Lopes Louro, em seu livro “Um Corpo Estranho” e apoia-se nos conceitos da estética *camp*⁵ fazendo uso da ironia, paródia e exagero para reconstruir vestimentas que já fazem parte do território hétero-cisnormativo, ironizando a binaridade do vestir, trazendo novos signos, provocando desconforto e fascínio.

Mediante os dados coletados no questionário e considerando os modelos, características e estéticas presentes nas coleções apresentadas pelas marcas não centradas no binarismo de gênero analisadas anteriormente, optou-se por desenvolver uma coleção de estética transgressora, se apropriando da estética fetichista, juntamente com a alfaiataria

⁴ pesquisa exploratória através da coleta e uso de informações já publicadas.

⁵ Em seu artigo “*Notes on Camp*” (1964), Susan Sontag afirma que a essência da estética *camp* é o amor ao não natural e ao exagero e informa que nada advindo da natureza é *camp*.



Fonte: A autora, 2023

O movimento *queer* contempla diversas identidades de gênero e sexualidades, sendo assim, os corpos *queers* são diversos e demandam modelagens inclusivas ou mecanismos de ajustes.

Deste modo, salienta-se o quanto foi relevante mapear os dispositivos usados pelas marcas nacionais não centradas na binaridade de gênero para atender as necessidades do seu público e a partir dos dados coletados, foram definidas características e aplicações de mecanismos no desenvolvimento da coleção visando contemplar a maior diversidade de corpos, os quais destacou-se: a escolha de cós baixo na maioria das calças presentes na coleção para que não exista a problemática da região da cintura, atenção à altura do gancho, o uso de regulagens feitos por meio de fivelas principalmente na região do busto, cintura, quadril e a escolha de peças não tão justas ao corpo para maior democratização.

Entretanto, foi observado a carência de dados e mapeamento de medidas corporais de pessoas *queer*, o que limitou o desenvolvimento de modelagens específicas. O *mix* de produto também foi selecionado visando acolher o maior número de pessoas, considerando os dados coletados no questionário e nas pesquisas de mercado. Desta maneira foram selecionadas um maior número de *looks* com calças e dois com a presença de peças que remetam camisetas, peças com maior quantidade de votos no questionário e presentes em todas as marcas citadas anteriormente.

Considerações Finais

se afastando da divisão de gênero presente no segmento e explorando novas formas e materiais além de apontar possibilidades e meios de atender as pessoas *queer* em outros segmentos que ainda não foram amplamente explorados.

Com base em todo esse contexto, respondeu-se a questão norteadora deste trabalho, por meio de uma coleção de moda festa de estética transgressora para o público *queer*, explorando novos materiais, formas e aplicando mecanismos que viabilizem o uso em corpos *queer*, o mix de produto apresentado na Figura 1 e a estética escolhida foram influenciados pelos resultados das pesquisas de marcas *queer* e questionário feito pelo público.

Por fim, em vista do trajeto percorrido, entende-se que o trabalho em questão atingiu o seu propósito. Foi possível comprovar a relevância acadêmica ao identificar uma carência de estudos publicados que contemplem, tanto a moda não centrada no binarismo de gênero, quanto, de modo mais específico, o segmento de moda festa para o público *queer*. Além disso, possibilitou verificar a relevância no aspecto mercadológico, ao contemplar um novo público em um segmento tão conservador, bem como apontar novas possibilidades, conceitos e configurações.

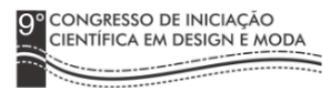
Referências

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 13. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

DATA.AI. **State of Mobile 2022**. 2022. Disponível em: <<https://www.data.ai/en/go/state-of-mobile-2022>>. Acesso em: 07 dez. 2022.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas – a evolução do traje moderno**. Rio de Janeiro. Rocco. 1996.

INDUSTRY GROWTH INSIGHT, **Global Unisex Clothing Market by Type (Shirt, Pants, Others), By Application (Online Store, Flanship Store) And By Region (North America,**



modernas. 1987. São Paulo. Companhia das Letras. 2009.

LOURO, G. L. **Um corpo estranho**. Ensaio sobre sexualidade e teoria queer. Belo Horizonte, Brasil: Autêntica Editora, 2004

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria: 40 métodos para design de produtos**. 40 métodos para design de produtos. São Paulo: Blucher, 2015.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima. **Moda e Projeto: estratégias metodológicas em design**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

SEBRAE. **Moda Festa**: oportunidades para o pequeno negócio. 2014. Disponível em: <https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f4c7fa6f72dcc0fb1656329b11764ab2/%24File/5533.pdf>. Acesso em: 05 maio 2023.

SPARGO, Tamsin. **Foucault e a teoria queer**: seguido de Ágape e êxtase: orientações pós-seculares. Posfácio de Richard Miskolci. Tradução: Heci Regina Candiani. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.