

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO

Curso de Design de Moda

PATRICIA CHIEFFI MARENGO

FEMME FATALE

São José dos Campos - SP

2021

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO

Curso de Design de Moda

PATRICIA CHIEFFI MARENGO

FEMME FATALE

By Patricia Chieffi

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado á Universidade do Vale do Paraíba, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Design de Moda.

Orientador: Prof^ª. Natalie Peroli

São José dos Campos -SP

2021

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA

Ficha catalográfica

Chieffi Marengo, Patricia
FEMME FATALE / Patricia Chieffi Marengo; orientadora,
Natalie Peroli. - São José dos Campos, SP, 2021.
89 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale
do Paraíba, São José dos Campos. Design de Moda .

Inclui referências

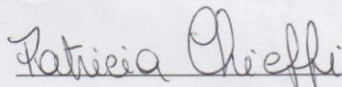
1. Design de Moda . 2. Fetiche. 3. Moda. 4. Coleção. 5.
Madonna. I. Peroli, Natalie, orient. II. Universidade do Vale do
Paraíba. Design de Moda . III. Título.

Eu, Patricia Chieffi Marengo, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em
outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o
usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado
respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de
propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e
profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 10 de Dezembro de 2021.



Autor(a) da Obra

Data da defesa: 09 / 12 / 2021

Natalie Peroli

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais por sempre me motivarem e apoiarem a seguir o meu sonho e fazer o que eu amo, sem eles eu não seria nada do que sou hoje.

A minha professora e orientadora Natalie Peroli por sempre me incentivar a fazer o meu melhor trabalho e sempre me desafiar pra ser meu eu mais autêntico e original.

A minhas amigas que sempre estão do meu lado e embarcam de cabeça em todos meus projetos me motivando e me apoiando.

E finalmente, a mim mesma por persistir em viver meu sonho sem medo e por acreditar que sou capaz.

“Estilo é saber quem é você, saber a mensagem que quer passar e não dar a mínima para o resto.” (Gore Vidal)

RESUMO

Este projeto tem como objetivo abordar a relação entre fetiche e moda, com o intuito de ressaltar o empoderamento feminino perante a sexualidade. Para tal, foi utilizado como fonte referencial a abordagem sobre fetichismo e sexualidade que Madonna emprega em suas obras, principalmente em seu livro “Sex”. Diante disso, foram realizadas pesquisas exploratórias e bibliográficas, juntamente com aplicação de um questionário de levantamento para o desenvolvimento de uma coleção comercial inspirada neste assunto.

Palavras-chave: Moda, Madonna, Fetiche, *Femme Fatale*.

ABSTRACT

This article aims to address the relationship between fetish and fashion, in order to highlight female empowerment in the face of sexuality. To this end, it was used as a reference source the approach on fetishism and sexuality that Madonna uses in her works, mainly in her book "Sex". Therefore, exploratory and bibliographic research was carried out, together with the application of a survey questionnaire for the development of a commercial collection inspired by this subject.

Keywords: Fashion, Madonna, Fetish, *Femme Fatale*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Moschino Outono 2018.....	p.18
Figura 2: Phillip Plein Primavera 2019.....	p.20
Figura 3: Dolce & Gabbana Primavera 1993.....	p.21
Figura 4: Christian Dior Outono 2003.....	p.22
Figura 5: Moschino Outono 2018.....	p.23
Figura 6: LaQuan Outono 2017.....	p.24
Figura 7: Andrew Gn Outono/Inverno 2012-2013.....	p.24
Figura 8: Dsquared Inverno 2006.....	p.25
Figura 9: Dianna Rigg em Os Vingadores.....	p.26
Figura 10: Atomage por John Sutcliff.....	p.26
Figura 11: Versace Outono/Inverno 1992.....	p.28
Figura 12: Thierry Mugler 1995.....	p.29
Figura 13: Jean Paul Gaultier 1984.....	p.30
Figura 14: Jean Paul Gaultier Outono 2012.....	p.30
Figura 15: Jean Paul Gaultier Primavera 2020.....	p.31
Figura 16: Alexandre Herchcovitch Outono/Inverno 2016.....	p.32
Figura 17: Madonna 1980.....	p.33
Figura 18: <i>The Cone Bra</i> na turnê <i>Blonde Ambition</i>	p.34
Figura 19: Imagens do livro <i>Sex</i>	p.36
Figura 20: Erótica.....	p.37

Figura 21: Croqui #1.....	p.48
Figura 22: Croqui #2.....	p.49
Figura 23: Croqui #3.....	p.50
Figura 24: Croqui #4.....	p.51
Figura 25: Croqui #5.....	p.52
Figura 26: Croqui #6.....	p.53
Figura 27: Croqui #7.....	p.54
Figura 28: Croqui #8.....	p.55
Figura 29: Croqui #9.....	p.56
Figura 30: Croqui #10.....	p.57
Figura 31: Croqui #11.....	p.58
Figura 32: Croqui #12.....	p.59
Figura 33: Croqui #13.....	p.60
Figura 34: Croqui #14.....	p.61
Figura 35: Croqui #15.....	p.62
Figura 36: Croqui #16.....	p.63
Figura 37: Croqui #17.....	p.64
Figura 38: Croqui #18.....	p.65
Figura 39: Croqui #19.....	p.66
Figura 40: Croqui #20.....	p.67
Figura 41: Ficha técnica look#01.....	p.68

Figura 42: Ficha técnica look #02.....	p.69
Figura 43: Ficha técnica look #03.....	p.70
Figura 44: Ficha técnica look #05.....	p.71
Figura 45: Ficha técnica look #07.....	p.72
Figura 46: Ficha técnica look #10.....	p.73
Figura 47: Ficha técnica look: #12.....	p.74
Figura 48: Ficha técnica look #17.....	p.75
Figura 49: Ficha técnica look #18.....	p.76
Figura 50: Ficha técnica look #20.....	p.77

LISTA DE PAINÉIS

Painel 1: MoodBoard.....	p.38
Painel 2: Cores.....	p.39
Painel 3: Tecidos.....	p.39
Painel 4: Aviamentos.....	p.40
Painel 5: Referência de estilo	p.91

LISTA DE TABELAS

Cronograma:	p.88
--------------------------	------

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Desejos no mercado de moda.....	p.42
Gráfico 2: Público-alvo.....	p.43

Gráfico 3: Faixa etária.....	p.43
Gráfico 4: Localização.....	p.44
Gráfico 5: Renda mensal.....	p.45
Gráfico 6: Aceitação.....	p.45
Gráfico 7: Faixa de Investimento.....	p.46
Gráfico 8: O que sente falta no mercado.	p.46

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	p.13
CAPÍTULO 1. DEFINIÇÕES E CONCEITOS	p.14
1.1 Moda	p.14
1.2 Fetiche	p.15
CAPÍTULO 2. FETICHISMO E MODA	p.17
2.1 Fetiche X Moda	p.17
2.1.2 Roupas X Calçados	p.17
2.1.3 Referências na moda	p.25
2.2 Madonna	p.32
2.2.1 Sex e Erótica	p.35
CAPÍTULO 3. COLEÇÃO FEMME FATALE	p.37
3.1 Conceito	p.37
3.2 Tendência	p.40
3.3 Segmento e público alvo	p.42
3.4 Croquis	p.48
3.5 Fichas técnicas	p.68
CONSIDERAÇÕES FINAIS	p.78
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	p.79
APÊNDICE A: Pré-projeto	p.84
APÊNDICE B: Questionário aplicado	p.90

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como propósito produzir uma coleção autoral para o público jovem feminino da faixa etária de 18 a 23 anos de classe média C, com inspiração no fetichismo empregado pela cantora Madonna em seus trabalhos tendo enfoque em sua obra "Sex", com objetivo de abordar empoderamento e sexualidade feminina.

De acordo com Borgiani(2016) o conceito de coleção significa "um conjunto de objetos com alguma similaridade ou unidade", outro conceito utilizado pela autora traduz o mesmo como "conjunto de peças que projetado para uma estação, seguindo uma tendência e que possui harmonia entre si". Portanto entende-se que coleção é um compilado de peças que se transformam em um *look* seguindo um padrão harmônico de uma tendência para determinado momento e estação, traduzindo um conceito para um todo.

A coleção *FEMME FATALE* tem a proposta de investir em peças comerciais inspiradas no fetichismo, utilizando de tecidos fluídos e pesados, como cetim bucol e couro sintético, para traduzir uma estética sexy e doce ao mesmo tempo indicando ambos aspectos da sexualidade, trazendo também peças com modelagens confortáveis e autênticas para o vestuário.

Partindo deste viés, através de pesquisas exploratórias notou-se que este tema dentro do ramo da moda obtém-se notoriedade com maior intensidade em meios conceituais, ou seja, em desfiles performados por grifes de alta costura, como: Versace(1992), Jean Paul Gaultier(1984,2012 e 2020), Vivienne WestWood(2019) e Dolce & Gabbana(2007). Por conseguinte, a oportunidade de trazer este tema para o ramo comercial tornou-se viável e relevante, visto que no questionário aplicado para o desenvolvimento da coleção se obteve o resultado de que tem público para este tipo de vestimenta.

O trabalho decorre-se por três partes, sendo a primeira a descrição e conceituação sobre moda e fetichismo, a segunda parte sobre fetichismo na moda e sobre as obras de Madonna, e por fim a terceira parte sobre todo o processo de produção da coleção, tendência e público-alvo.

CAPÍTULO 1. DEFINIÇÕES E CONCEITOS

1.1- Moda

A palavra moda teve sua origem do latim, *modus*, traduzindo para o português como “modo” ou “maneira”. Segundo Pollini (2007) o termo começou a ser utilizado no século XV, mais especificamente na Baixa Idade Média, onde era relacionado a preferências, gostos e posicionamentos dos indivíduos e seus costumes de vestimenta.

Com isso, ao longo dos tempos passou a ser assimilada apenas como ao ato de se vestir, porém além do vestuário ser um fator contribuinte na moda, não se pode resumi-la apenas por tal. Na obra “Uma Breve História da Moda” de Denise Pollini (2007), ela concorda que “A moda está muito mais relacionada a um conjunto de fatores, a um sistema de funcionamento social, do que especificamente às roupas, que são apenas a ponta desse iceberg”.

“Os atos de cobrir e adornar o corpo são uma arena distinta do experimento estético e visual, pois admite, através da posse e assimilação de peças e itens de vestuário a utilização de uma imensa gama de significações que atuam na subjetividade dos indivíduos, todos os dias.(QUEIROZ e RECH, 2010, p.172)”

Portanto, ao abranger a moda precisa-se compreender que ela é um sistema inserido na sociedade, já que ela é o pilar cultural e de identificação social de um povo. Diante disto Lipovetsky (1987) consta que para definir o conceito sobre tal, deve-se pensar na moda não apenas como fator principal no desenvolvimento social e sim como “uma constante histórica fundada em raízes antropológicas universais.”

Associado a esta afirmação, compreende-se que a moda é uma grande influenciadora comportamental, tendo seu impacto na criação de identidades e identificações dentro de um grupo social, assim tendo uma constante relação entre a auto afirmação e pertencimento, carregando em si significados e linguagens que comunicam a personalidade do indivíduo e do meio em que está inserido. Portanto, a moda se estabelece em um ciclo de consumo constante, em vista que o ser humano está frequentemente em busca de afirmação pessoal e utilizando do vestuário como meio de expressão, através da busca de experiências satisfatórias

momentâneas consequentes das transformações constantes da sociedade contemporânea.

“A consolidação da sociedade hedonista e sua incessante busca pelo prazer oriundo do consumo e da satisfação de impulsos momentâneos caracteriza a sociedade contemporânea, marcada pela transitoriedade, simultaneidade e flexibilidade. Este período concentra-se na procura por experiências emocionais e sensações diferenciadas, sendo que as mudanças são percebidas como positivas, além de alternativas para se conquistar a liberdade.(CARACIOLA, 2015, p. 80).”

Agrupando as informações coletadas, conclui-se que a moda é a grande geradora de consumo na sociedade contemporânea, devido a busca constante de identidade visual e afirmação perante a uma sociedade, Villaça (2004) relaciona a moda com a expressão corporal dizendo que perante a comunidade isto

“é considerada dentro de um subsistema da cultura corporal que vem sendo ativamente discutido, sobretudo devido aos horizontes abertos pelas novas tecnologias da comunicação e aos contextos em que a aparência é fator determinante da produção de sentidos (VILLAÇA, 2004)”.

1.2 - Fetiche

Quando se trata sobre a conceituação do fetiche, vários autores o explicam de maneiras diferentes. Gusmão (2019), por exemplo, introduz o assunto com sua origem na conexão europeia com a cultura africana em meados dos séculos XVI e XVII, tendo uma perspectiva cristã sobre o culto de objetos, denominando como feitiçaria, conotando-o negativamente. Assim, dissertando sobre emoções perante “objetos-fetichistas” que proporcionam desejos e crenças, dando a entender que o mesmo tenha uma alma.

Para Valerie Steele (1997) em sua obra “Fetiche: Moda, Sexo & Poder”, também constata a origem do fetiche sob cunho religioso e antropológico, porém ela demonstra várias interpretações sobre o assunto, sendo umas delas, que o significado da palavra “fetiche” é ambíguo, podendo ser uma sedução fantasiosa sobre algo ou “uma fabricação, um artefato, um trabalho de aparências e sinais”.

O fetichismo começou a ser reconhecido, conforme aponta a autora a partir do século XVIII, onde condutas e práticas sexuais se desenvolveram ao que se conhece atualmente. Neste momento “havia uma preocupação cada vez maior com o erotismo explícito, enquanto se delinearam associações entre a liberdade de pensamento e a ‘libertinagem’ sexual”, assim gerando reflexões sobre identidades sexuais.

Logo ela discorre que a partir do século XIX, o fetichismo passou a ser assimilado a algo que tivesse uma adoração irracional, chegando a indicar a perspectiva do filósofo Karl Marx para a contextualização do mesmo, que o vê como “fetichismo de consumo”, uma alienação de “gratificações de consumo.” Seguindo o raciocínio de que o fetiche tem relevância na construção cultural perante a sexualidade.

Outra teoria abordada por Valerie, é pela visão da sociobiologia, que discorre sobre o fetiche como cunho de processo de seleção natural da evolução das espécies, onde o macho tem o poder da procriação e está responsável pela expansão de sua espécie, assim adquirindo o instinto sexual resultando em processos adaptativos a longo prazo. Essa afirmação foi descartada para a construção deste trabalho pelo fato de ainda não ter comprovações certas sobre tal.

Afirma Boari (2018) que o ser humano está cada vez mais individualista e prezando por experiências que lhe proporcionam prazer. Sendo assim, pode-se relacionar esta informação com o fetichismo, já que o mesmo é resultante de um desejo irracional por algum objeto ou vestimenta (incluindo acessórios e calçados) que estimula e proporciona imenso prazer para o indivíduo, logo, gereando o culto ao perverso, ao erótico, á sexualidade e a posicionamentos de poder sobre algo.

Portanto, o fetiche obtém assim sua maior notoriedade no campo da moda, onde a relação com o corpo e a identidade são intensas e expressivas, como afirma Brandini (2007, p. 8) “o corpo [...] torna-se instrumento, objeto personalizado do indivíduo, “palco” para a dramatização do *self*”.

CAPÍTULO 2. FETICHISMO E MODA

2.1- Fetiche X Moda

Para compreender o fetiche e sua ação, necessita-se levar em conta o imenso papel que a moda tem sobre tal. Ambos carregados de uma carga emocional intensa, utilizam-se da vestimenta como meio de expressão e posicionamento individual, indicando comportamentos e desejos. Logo a indústria da moda torna-se precursora do fetiche, levando esta subcultura para os meios de massa.

“A crescente popularidade de modismos fetichistas dentro da cultura geral está diretamente relacionada ao carisma do desvio. Mal, rebelião, perigo e prazer exercem forte apelo emocional.(STEELE, 1997,p.200)”

Como meio de identificação social e indicador cultural, a moda constantemente utiliza aspectos sociais para criações de estilos e tendências, logo temas sexuais são abordados com certa frequência nos mesmos. Dessa maneira, ao abranger como o fetiche é utilizado na indústria, primeiramente deve-se compreender que o fetichismo é uma cultura de fantasias sexuais, onde o fetichista usa e sente prazer com vestimentas que carregam simbologias e analogias sexuais, relacionando em si postos de dominante e submisso. Em seguida reconhecer quais peças são de cunhos fetichistas e suas simbologias dentro deste ambiente.

2.1.2 - Roupas X Calçado

Para tal, o livro “Fetiche:Moda, Sexo e Poder” de Valerie Steele (1997) foi utilizado como guia e base na compreensão e indicação de vestes fetichistas com sua relação ambígua de poder e analogias fálicas - referente ao de poder e potência sexual -, sendo elas o espartilho, sapato, roupas de couro e borracha, roupas feitas com pelagem, veludo cetim e lingerie.

Seguindo a descrição e embasamento de Steele(1997) de roupas fetichistas, inicia-se com o espartilho, que é uma peça de estrutura rígida e dura utilizada no torso da mulher, com o propósito de deixar a postura ereta e moldar o corpo, tornou-se uma das peças ícones e tradicionais quando se trata de fetiche. Apesar de ser tabulado como um objeto opressor contra a mulher, o espartilho tem um

cunho altamente sexual na cultura fetichista, pois devido sua composição ele faz analogia ao símbolo fálico, ou seja, remete ao pênis ereto.

Dentro deste conceito, seu uso obtém interpretações diferentes, sendo que quando é constituído por material como o couro, ele se refere a uma mulher dominadora, intocável e poderosa; já quando é constituído por borracha é relacionado ao submisso, o “escravo”, pois o espartilho serve como meio de punição e disciplina fazendo com que o submisso esteja a favor das regras impostas por seu dominador. Outra interpretação que a autora traz é que ele é um objeto transformador de desejo e liberdade sexual.

Ele é encontrado com frequência entre os sadomasoquistas, sendo essa prática denominada como *tight-lacers* que é uma prática de amarração de espartilhos com a finalidade de transformar o corpo deixando a cintura super fina, fazendo com que os seios fiquem empinados e o quadril alargado, obtendo o título deste molde no corpo como cintura vespa. Essa relação de transformação exagerada do corpo e uso rigoroso do espartilho é representada por sadomasoquistas como excitação, a dor e rigidez é tanta que proporciona prazer para eles.

Figura 1 - Moschino Outono de 2018



Fonte: Vogue 2018

Outro elemento tradicional no vestuário fetichista são as botas e sapatos de salto alto. O fetiche relacionado aos pés teve sua origem na China no século X, onde, antigamente, a cultura por pés pequenos e atrofiados por sapatos era considerada bela e sensual, um fenômeno de feminilidade.

“A prática de amarrar os pés para provocar atrofia na China beira muitas das sinalizações de um semi fetichismo cultural. A literatura chinesa contém relatos de homens acariciando, beijando e lambendo pés atrofiados [...] Os passos cambaleantes de uma mulher também eram considerados sexualmente atraentes, e acreditava-se que a atrofia dos pés por amarração fizesse com que os músculos da vagina ficassem mais apertados[...] (STEELE, 1997, p.99)”

No entanto, o fetiche por sapatos iniciou-se na Europa no século XVIII, a fascinação pelo salto alto veio da assimilação do salto com a imagem fálica, e pela desenvoltura que deixa o corpo da mulher ao usá-lo, deixando sua postura mais ereta e empinada fazendo com que seus quadris se movimentam de forma mais sedutora. Steele (1997) descreve-o como “um símbolo de amor e agressão” indicando dominação e poder perante ao homem passivo. Um ponto de extrema importância quando se abrange saltos no fetiche são as botas de salto alto, que projetam uma imagem fálica intensa tanto para a masculinidade quanto para a feminilidade, assim se tornando um substituto do símbolo do pênis para o homem e para a vagina na qual o pé está sendo inserido.

Figura 2 - Phillip Plein Primavera 2019



Fonte: Vogue 2019

Partindo disto, outro segmento abrangente desta cultura são as roupas íntimas, que trabalha tanto em si a questão da vestimenta quanto a nudez fazendo com que seja uma peça misteriosa e excitante. Pelo fato de cobrir as genitais, Steele (1997) argumenta que a lingerie “aumenta a curiosidade sexual” e “alude ao desnudamento como um prelúdio à intimidade sexual”.

Assim sendo o apelo fetichista para estas vestes também se relaciona pelo contato direto com os genitais e moldura dos seios, utilizando combinações com meias e cintas ligas, a roupa íntima torna-se um grande indicador de prazer, Valerie descreve esse conjunto como se estivessem setas direcionando a “terra proibida”, também sendo levado em conta o apelo sexual que o sutiã traz, quanto mais decorado e estruturado é maior é seu apelo sexual.

Figura 3 - Dolce & Gabbana Outono/Inverno 1991/1992



Fonte: Vogue 2015

Levando em conta quais são as peças principais da moda fetichista, o que realmente faz elas terem este apelo são os materiais pelos quais são produzidos, sendo eles constituídos por couro, borracha, cetim e pelagem. Os materiais mais pesados como couro são referentes a imagem dominadora e de poder, já materiais leves e macios como cetim tem uma abordagem mais delicada e submissa.

Ainda utilizando o livro de Valerie Steele como foco na fundamentação da moda fetichista, a autora começa debatendo que tais tecidos obtém apelo erótico por causa de suas “caraterísticas táteis, olfativas e visuais” sendo assimiladas a simbologias sexuais. Logo o primeiro foco de discussão é a pelagem/tecido de pêlo que é considerado neste ramo com características de poder e ferocidade.

Figura 4 - Christian Dior Outono 2003



Fonte: Vogue 2003

Outros materiais que aludem a posição de dominação e poder dentro o fetichismo são o couro e a borracha - conhecido também como látex -, esses tecidos são os mais populares neste meio.

Começando pelo látex, por causa de sua textura lisa, escorregadia, lustrosa, e o aspecto de ficar justo ao corpo se assemelha ao preservativo tornando-se assim um símbolo fálico. Fetichistas por borracha tendem a gostar mais de usá-la cobrindo o corpo inteiro, remetendo novamente a sensação do preservativo.

Figura 5 - Moschino Outono 2018



Fonte: Vogue 2018

O couro está inserido no ramo do vestuário há milhares de anos, até mesmo antes do era neolítica, porém só foi associado ao fetichismo a partir do século XIX, onde tornou-se referência no posto de poder e assimilado ao perigo e ao selvagem, ainda citando a obra de Steele(1997), tendo como ícones o motoqueiro e o *cowboy* já que ambos exalam a sexualidade e poder masculino. Este material também ficou conhecido no meio de sexo masoquista pelos chicotes e açoites.

“As características sensoriais associadas a ele incluem uma sensação dura e brilhante; um cheiro distinto; e um chiado. Simbolicamente, o couro é igualado a dor, poder, ‘impulsos animais e predatórios’, e masculinidade.(STEELE, 1997, p. 167)”

Figura 6 - LaQuan Outono 2017



Fonte WWD 2017

Apesar da cena fetichista ter uma abrangência maior em relação ao papel do dominante e do fatal, também leva-se em conta os papéis dos submissos caracterizados por tecidos mais leves e macios, como o cetim e o veludo; sendo então assimilada a delicadeza, pureza e a feminilidade.

Figura 7 - Andrew Gn Outono/Inverno 2012-2013



Fonte: Vogue 2012

Figura 8 - Dsquared Inverno 2006



Fonte: Giovanni Bianco 2006

2.1.3 - Referências na Moda

Partindo deste viés, a moda fetichista estabeleceu-se na indústria inicialmente na década de 1960; evidentemente neste período foi caracterizado pelo movimento de liberação sexual, decorrente da revolta perante ao conservadorismo imposto pela sociedade.

Tal que, a primeira roupa fetichista a ganhar atenção popular, foi a bota de cano alto até o joelho com salto, que anteriormente era assimilada a trajes de prostitutas. Vale ressaltar também, que nesta época o catsuit, macacão feito de látex ou couro que cobre o corpo inteiro, viralizou.

“O seriado de televisão “Os Vingadores” foi particularmente influente na popularização da moda fetichista. Diana Rigg interpretava Emma Peel, uma mulher poderosa e sexual cuja catsuit de couro foi diretamente inspirada pelas roupas fetichistas criadas por John Sutcliffe of Atomage[...] (STEELE, 1997)”

Figura 9 - Diana Rigg em Os Vingadores



Fonte: "Fetichismo: Moda, Sexo & Poder" de Valerie Steele (1997), p.43

Figura 10 - Atomage por John Sutcliffe



Fonte: "Fetichismo: Moda, Sexo & Poder" de Valerie Steele (1997), p.43

Já na década de 1970, com a propagação de movimentos sociais, resultados em tribos urbanas, que a moda fetichista de fato se popularizou. Uma das tribos que adquiriu itens fetichistas nos seus visuais foram os punks. Com sua filosofia anarquista contra o capitalismo, foi caracterizado por um estilo mais agressivo, impactante, rebelde e ameaçador; tendo incorporado elementos como: gargantilhas,

correntes, botas de salto de cano alto e roupas feitas de couro e borracha. A precursora da moda punk, é a estilista britânica Vivienne WestWood, que em suas criações anexava elementos do sadomasoquismo.

Em geral os anos 70 foi caracterizado pelo apelo erótico e sadomasoquista, propagando ícones fetichistas, como: botas, roupas de borracha e couro, e espartilhos para comercialização em lojas de departamento.

Desde então, estilistas fazem uso do fetiche como inspiração em suas coleções, tais como: Versace, Jean Paul Gaultier, Alexandre Herchcovitch e Thierry Mugler, levando o estilo subcultural para a alta costura, conseqüentemente para o mercado.

Como citada, Versace é uma marca italiana -fundada em 1978 por Gianni Versace - tornou-se referência no mundo da moda pelo seus modelos sexys e ousados com alto teor de luxo. Ícone por utilizar a cultura pop e influências *rock 'n' roll* em suas criações, no ano de 1992 lançou a coleção "*Miss S&M*" onde teve como inspiração o fetichismo, mais precisamente o sadomasoquismo.

"Nas passarelas, as fantasias mais profundas de Versace ganhou vida ao incorporar elementos fetichistas com uso de couro e vestidos justos de couro *bondage* que atraíram os espectadores com seu alto apelo ao *glamour*. Cada *look* que foi apresentado na passarela exala sexo puro e, como um todo, a coleção passou a dominar (COMBS, 2017. V Magazine. Tradução autoral)"

Figura 11 - Versace Outono/Inverno 1992



Fonte: Vogue 1992

Nesta coleção consegue-se perceber influências sadomasoquistas pelo grande uso de fivelas e tiras de couro, assemelhando-se a gargantilhas referentes às golas altas dos vestidos, as tiras utilizadas assemelham-se ao chicote sadomasoquista, com um visual mais agressivo. Versace em suas obras traz como referência a mulher poderosa com apelo sexy e luxuoso, diante desta coleção a vemos como uma mulher dominante e erótica.

Mugler(1995), já traz em suas criações peças extravagantes, cenográficas -devido a sua paixão em criar figurinos para espetáculos de dança- principalmente ao segmento conceitual. De acordo com Furness (2021) para a revista Farfetch, as obras do estilista são “inevitáveis e suas influências, impulsionadas por suas obsessões e desejos eram sempre extraordinárias”, também acrescenta que ficou reconhecido por “ seu uso inovador de materiais e sua capacidade de canalizar a sexualidade”. Uma de suas coleções com referências fetichistas se deu em seu aniversário de vinte anos de carreira, onde protagonizou um desfile inspirado no circo, utilizando como base um estilo sexy futurista chique.

Figura 12 - Thierry Mugler 1995



Fonte: Vogue 1995

O estilista demonstra em sua coleção um tipo de fetiche mais glamuroso e extravagante, apropriando-se de uma estética de uma mulher fatal e sexy, tendo como foco o intenso uso de espartilho, látex e transparência.

Jean Paul Gaultier traz uma interpretação mesclado sobre a sexualidade em suas obras, trazendo ambos lados dominantes e submissos do fetiche e brincando com papéis de gênero. Seu trabalho notório quando se trata de fetiche se deu no desfile de 1984, quando introduziu o modelo a ser icônico de um sutiã de cone, que futuramente entrou para história com o figurino feito para a Madonna em sua turnê *Blonde Ambition*.

“Gaultier sempre se sentiu atraído pela possibilidade de usar roupa interior como roupa digna de ser vista na rua, inspirando-se ao longo de sua carreira nas formas de espartilhos e na lingerie da década de 1950 - e muitas vezes questionando nossa definição de feminilidade através da paródia e do exagero. (Jana, 2020. Vogue)”

Figura 13 - Jean Paul Gaultier 1984



Fonte: Vogue 2020

Figura 14 - Jean Paul Gaultier Outono 2012



Fonte: Vogue 2012

Figura 15 - Jean Paul Gaultier Primavera 2020



Fonte: Vogue 2020

Outro notório estilista que engloba o meio fetichista e a sexualidade em seus trabalhos é Alexandre Herchcovitch. Referência quando se trata de ousadia, originalidade, o estilista produziu uma coleção para outono-inverno do ano de 2016 com fortes influências fetichistas, utilizando a sexualidade como forma de poder, Lilian Pacce (2015) descreve como “ O combo sexo-poder de Herchcovitch, com alta carga fetichista, é mais denso e complexo que os outros, com imagens de passarelas desafiadoras e roupas cheias de segredos” também cita o próprio estatemento do estilista “uma história de *boudoir* sobre amor e perda, perverso, sexo e poder”.

Figura 16 - Alexandre Herchcovitch outono-inverno 2016



Fonte: FFW 2015

Nota-se que Alexandre mistura a textura e caimento do fetiche suave para interpretações de fetiche dominante, obtendo um resultado passivo-agressivo na descrição feita pelo mesmo sobre amor e perda.

2.2 - Madonna

Madonna Louise Ciccone é uma artista norte-americana, que ao longo de sua carreira polêmica e controversa, adquiriu o título de Rainha do Pop. Sua aparência na indústria musical se deu na década de 1980 com sua chegada em Nova Iorque, onde se infiltrou e conviveu com a cena *underground* (subculturas urbanas) local com artistas de diversas áreas, que futuramente seriam base de inspiração e referências para suas criações (Lima, 2017, p.32).

Neste período, os Estados Unidos estavam passando por um governo altamente conservador (Kellner, 2001, p.339), portanto Madonna viu a oportunidade, por meio de canções e videoclipes, abordar temas sensíveis e polêmicos naquele momento, tais como: gênero, sexualidade, identidade, questões raciais e de classes sociais. Logo, trazendo representatividade e inclusão social para grupos de minorias e subculturas em suas obras (Lima, 2017, p.36)

Figura 17 - Madonna 1980



Fonte: Vogue 2018

Deste modo, a cantora utilizou da moda e o audiovisual como ferramenta de marketing e propagação de posicionamentos para a massa de consumo, consequentemente tornando-se “um ícone máximo da moda e da identidade” como descreve Kellner em “A Cultura da Mídia”.

Partindo do viés feminista descrito por Kellner(2001), Madonna aborda o papel feminino na sociedade questionando códigos e normas do patriarcado e conservadorismo. Diante disto, com frequência utiliza tabus de gênero e de sexo para impor a posição de uma mulher empoderada, dominante e sexual, com isto mesclando a feminilidade e masculinidade em sua identidade visual. Logo, passou a ser referência no quesito de rebeldia, impondo a individualidade e experimentação, abusando de um estilo ousado, agressivo e sexual, assim fazendo uso de artigos religiosos e roupas íntimas de forma não convencional.

“Seu modo de brincar com os códigos sexuais revela que a sexualidade é um construto fabricado em partes pelas imagens e pelos códigos da cultura popular[...]Também revela que ela é um campo lúdico, de autocriação e auto expressão, desejo e prazer. Desde o começo, Madonna explorava com sucesso a sexualidade e, por sua vez, a apresentava como algo natural,

desfrutável e divertido - atitude está sem dúvida, sadia numa cultura outrora puritana. (KELLNER, 2001).”

Seguindo o lançamento de seu segundo álbum *Like a Virgin* (1984) com a turnê *Blonde Ambition*, nota-se uma forte e explícita presença no comportamento da cantora em relação ao sexo e sexualidade, tal que, suas performances tinham alta conotação sexual, apresentando cenas de masturbação, orgias e sexo homossexuais, e seus figurinos carregados de influências fetichistas, especialmente pelo uso de espartilhos.

“Durante toda sua turnê *“Blonde Ambition”*, Madonna fez uma representação desconstrutiva, brincando com os papéis sexuais, usando frequentemente roupas masculinas, segurando a virilha e declarando que era quem mandava, ocupando assim posições masculinas[...]O recado era: “masculino” ou “feminino” são construtos sociais que podem ser desconstruídos, e as mulheres podem ocupar posições e posturas masculinas, e vice-versa.(KELLNER, 2001, p.,360)”

Figura 18 - *The Cone Bra* na turnê *Blonde Ambition*.



Fonte: CR Fashion Book 2021

2.2.1 - Sex e Erótica

A partir disto, Madonna incorporou por total o fetichismo em suas criações, trazendo dentro deste assunto representatividade perante as relações inter-raciais e, principalmente, para relações homoafetivas. Tendo envolvimento direto com a comunidade LGBTQIA+ - sendo eles a maior parcela de sua audiência - Madonna tomou partido na década de 1990 para a divulgação de conhecimentos sobre a AIDS, doença conhecida por ocorrer majoritariamente entre homossexuais, e vocalizou abertamente sua defesa e acolhimento deles em relação a todo preconceito acarretado pela doença.

Diante desta situação, em 1992 a cantora lançou um dos seus trabalhos mais empoderadores e polêmicos de sua carreira: o álbum *Erótica* e livro *Sex*.

“Em 1992, a AIDS pegou os súbditos de *Golden*, o próprio *Mapplethorpe* e grande parte do mundo da arte (incluindo o amigo de Madonna, Keith Haring), e uma parte crescente da audiência de Madonna. Também chegou a matar e continua matando seus aliados, incluindo o dançarino da turnê *Blonde Ambition*, Gabriel Tupin. Tal como o racismo e mo movimento *Black Lives Matter* moldaram o álbum *Lemonade* de Beyoncé, AIDS e *ACT UP* - a Coligação contra a AIDS para desatar o poder, o grupo educacional e de defesa de ação direta cujo o lema era “Silêncio = Morte” - produziu *Erótica* e *Sex*. (WALTERS, 2017, Rolling Stone. Tradução e adaptação autoral)”

Em ambos, a artista englobou sua persona Dita, inspirada na atriz alemã Dita Parlo da década de 1930, que em seus papéis representava uma *dominatrix*(GUSMÃO, 2019), explorando por total o fetiche e fantasias sexuais. Em *Sex* foi onde obteve-se maior visibilidade de referências e elementos do vestuário fetichista para a criação de sua persona.

Constituído por editoriais explícitos produzidos pelo fotógrafo Steve Meisel, Madonna aborda em *Sex*(1992) temas como: sadomasoquismo, orgias, sexo homossexual e masturbação feminina; tendo como apoio textos estimulantes e provocativos. Nele percebe-se que a cantora encara a posição de dominação, fazendo uso de posições binárias e mesmo que não esteja como ativa nas fotografias, ela ainda é a protagonista principal da história.

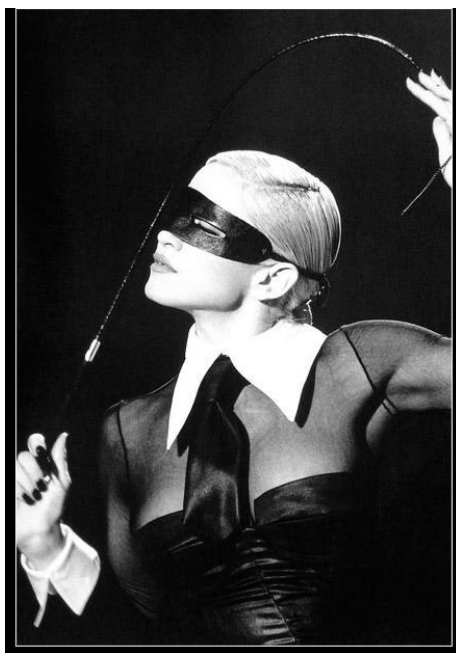
“As fantasias tratadas no livro, embora percorrem o submundo urbano, estetizar o exótico e fazem do sexo uma mercadoria a ser vendida e degustada pelo consumidor. Aqui, o conjunto da obra ocorre pela saturação de experiências sensoriais, que vão desde a voz sussurrante em “Erótica” até as páginas ásperas de “Sex” ou a justaposição de imagens no vídeoclípe; todos dispostos para sensibilizar o consumidor à degustação dos prazeres instantâneos oferecidos aos sentidos (GUSMÃO, 2019)”

Figura 19 - Imagens do livro Sex



Fonte: Glamurama 2020

Figura 20 - Erótica



Fonte: Print screen clipe de Erotica, youtube.

CAPÍTULO 3. COLEÇÃO FEMME FATALE

3.1 - Conceito

“A *femme fatale*, é marcada pela ascensão de uma sexualidade sem remorso. Ela é uma mulher calculista, manipuladora, cruel, e usa sua atração e poder sexual para conseguir atingir seus objetivos, que se relacionam com a sua ganância e luxúria. É um tipo de mulher mais forte e subversiva, procurando liberdade, dinheiro e prazer[...] (CARVALHO, 2011, p.52)”

O conceito que permeia o processo criativo da coleção está ligado a aura da mulher fatal, abordando em si os aspectos empoderado, sexy, belo e feminino da mesma; juntamente com a linguagem situada em “Sex” por Madonna perante a ambiguidade de posição de poder sexual e representatividade fetichista.

A motivação por trás da escolha deste tema vem da importância da valorização da sexualidade feminina, a fim de proporcionar empoderamento e liberdade de expressão. Diante disso, a missão da criação para FEMME FATALE é transmitir confiança e sensualidade, visionando enaltecer a ousadia e força de

mulheres empoderadas sexualmente através de roupas e acessórios confortáveis e *sexy*.

Sendo assim, a composição de estilos para o desenvolvimento das peças será baseado na junção dos estilos *punk* e *sexy* com toque de influências do *streetwear* com o *girly*, um estilo mais feminino e delicado. Assim trazendo uma estética erótica feminina casual dentro do setor comercial de moda.

Portanto, para todo o processo de criação e planejamento da coleção *FEMME FATALE* foi produzido um painel de inspiração - *moodboard* - para o desenvolvimento dos *looks*, partindo do mesmo para o desenvolvimento do painel de cartela de cores, e determinação dos tecidos e aviamentos que serão utilizados.

Painel 1 - Moodboard



Fonte: Autoria própria

Painel 2 - Cores



Fonte: Autoria própria

Painel 3 - Tecidos



Fonte: Autoria própria

Painel 4 - Aviamentos



Fonte: Autoria própria

3.2 - Tendência de Moda

Ao iniciar o processo de planejamento de uma coleção, deve-se compreender sua relação com os fenômenos de tendência e consumo. Diante disso, Carol Siq (2021) - pesquisadora sobre tendências e consumo de moda - explicou em sua matéria “Tendência não é previsão de futuro” que a mesma é a junção de comportamentos e hábitos de consumo, relacionadas às práticas sociais e ao contexto do meio em que o indivíduo está inserido.

Neste sentido, a pesquisadora também discute sobre tipos de consumo na matéria intitulada “6 tendências de consumo”. Ela aponta que dentro da indústria o mais recorrente é o consumo de causa, argumentando que 68% dos consumidores brasileiros dentre a faixa etária de dezoito a vinte quatro anos opta por consumir produtos e serviços que obtém uma causa agregada, ou seja, consumir produtos de marcas que se posicionam a favor de algo de extremo valor e empatia, como sustentabilidade, feminismo e questões raciais.

Outro ponto ressaltado sobre a atuação que a tendência tem perante ao comércio de moda foi de Caldas (2004), onde afirmou que sua ação é finita, ou seja, ela percorre por um momento determinado, também explicando que sua abrangência não é certa, visto que origina-se de natureza de suprir necessidades de indivíduos ela pode assumir posições contraditórias, já que está sujeita a rejeição de alguns grupos sociais.

Ao se discutir consumo, sua abrangência ocorre por necessidade mas também por vínculos emocionais. De acordo com o artigo “Considerações sobre moda, tendências e consumo” de Campos(2010) a percepção sobre consumo é relacionada a simbolismos, pois são agregados valores simbólicos aos produtos, ou seja, as pessoas compram por enxergarem significados sociais e pessoais perante a mercadoria, assim agregando valor para tal, priorizando mais o lado emocional que o produto oferece do que sua funcionalidade.

“Pode-se entender o consumo e a lógica das mudanças tendo em consideração que em torno do ato de comprar constitui-se uma complexa rede de significados em que os sujeitos da ação e os discursos são distintos, porém, complementares para que o consumo atinja sua performance integral na constituição da modernidade. Objetos são considerados sagrados devido ao fato de materializarem a ideia do novo e proporcionarem o sentido de superação de si pela tecnologia que apresenta.(QUEIROZ e RECH, 2010, p. 193)”

Partindo da contextualização de ambos, compreende-se que tendência e consumo são indicadores de comportamentos que emergem numa sociedade e em sua cultura, podendo ocorrer de pequena a grande escalas, ou seja, são as chamadas micro, macro e mega tendências. Sendo o de mais fácil visibilidade a macro tendência, pois é um fenômeno caracterizado por trazer impacto sociais influenciando inovações, mudanças comportamentais e novas filosofias.

Ela ocorre dentro de seis aspectos, sendo eles: experiência; design/estética e beleza; diversidade, multiculturalismo e multiplex; saudabilidade e sustentabilidade, nova estrutura familiar e relacionamentos, e estilo de vida e valores.

Portanto, a moda aborda ambos fenômenos em seu ciclo de vida, já que como é um segmento cultural e econômico acaba englobando paradigmas

comportamentais - tendências -, assim consequentemente gerando o consumo por associações de simbologias e valores agregados em produtos de moda.

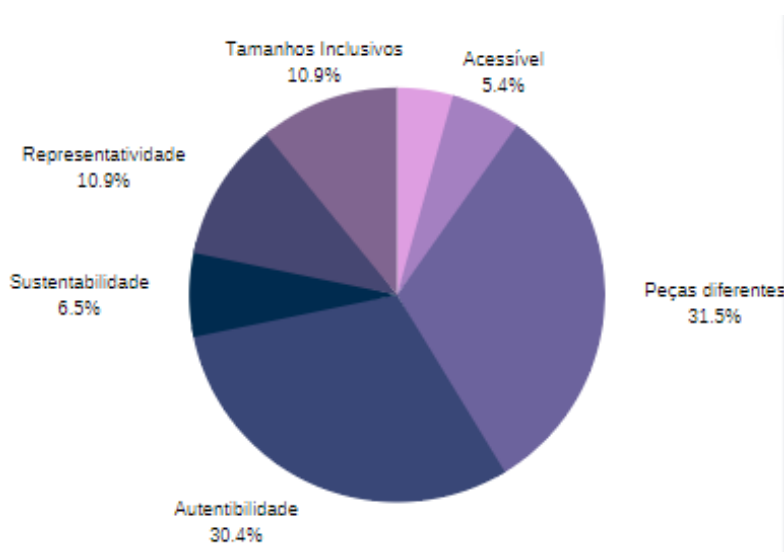
3.3 - Segmento e Público-Alvo

Assim sendo, foi realizada uma pesquisa de cunho de levantamento a fim de abordar o público-alvo da coleção e suas necessidades, sendo a pesquisa aplicada com perguntas fechadas e abertas no período de uma semana dentro do dia 16/03/2021 á 23/03/2021 na plataforma *Google Forms*, onde foi divulgado em minha rede social pessoal, onde obteve-se respostas por 92 pessoas, dentro da cidade de São José dos Campos e São Paulo.

Diante disto, foi observado que o segmento de clientes da coleção procura valor e representatividade em produtos e posicionamentos dentro da indústria da moda, logo resultando em uma macro tendência de estilo de vida e valores que agrega a valorização do poder da mulher (feminismo) - cujo meio fundamenta a temática deste estudo.

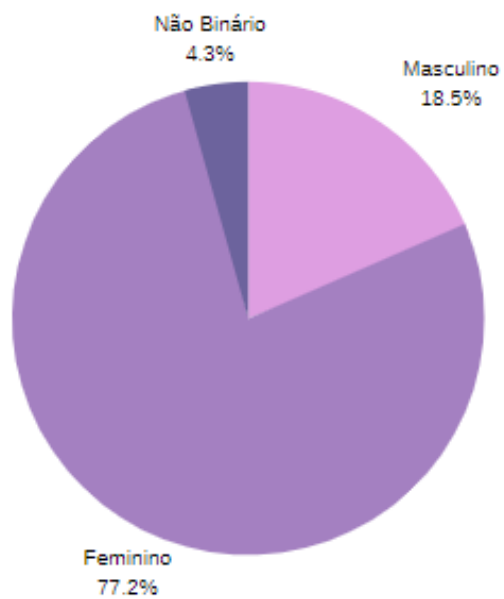
Sendo assim, a pesquisa mostra que o público-alvo da *FEMME FATALE* consiste majoritariamente no segmento feminino dentro da faixa etária de 18 á 23 anos.

Gráfico 1 - Desejos no mercado



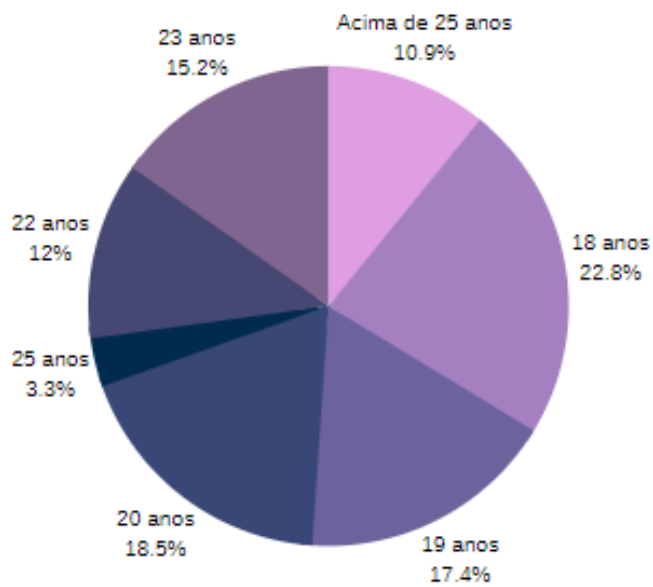
Fonte: Autoria própria

Gráfico 2 - Público-Alvo



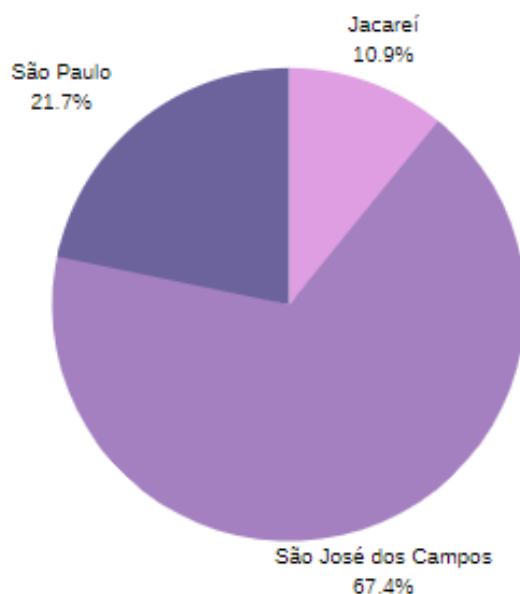
Fonte: Autoria própria

Gráfico 3 - Faixa etária



Fonte: Autoria própria

Gráfico 4 - Localização

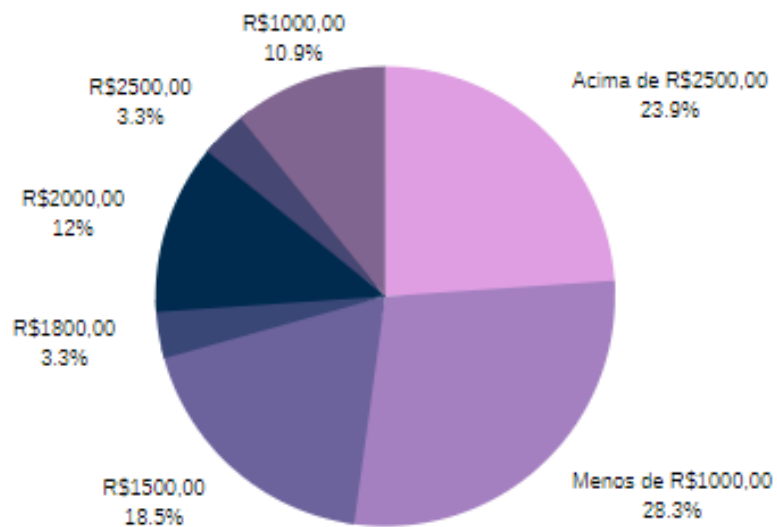


Fonte: Autoria própria

Partindo deste viés, observou-se também que pelo fato de que a maior incidência da faixa etária do público para a coleção tem vinte anos, notou-se que a grande maioria ainda são estudantes e atuam no mercado de trabalho com salário mínimo, tendo uma renda que varia de R\$1000,00 á R\$2000,00. Tendo assim sua grande preferência por comprar por plataformas *on-line*, ou seja, por *e-commerce*, principalmente devido a condição que o mundo está vivendo atualmente com a pandemia do COVID-2019..

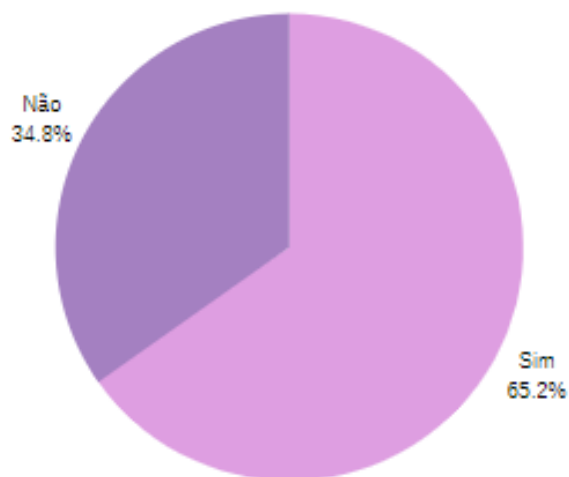
Logo, foi aplicada uma questão que abrange a aceitação de estilo por meio do painel de referência de estilo apontado no tópico da metodologia, para ver se é viável a produção desta coleção. Os resultados desta pesquisa demonstram que a aceitação e a procura deste tipo de estilo está em alta, vinculando assim a força da procura e do movimento feminista em relação á sexualidade e prazer feminino, novamente associando esta ocorrência ao fenômeno de macro tendência de estilo de vida e valores nos viés feministas.

Gráfico 5 - Renda Mensal



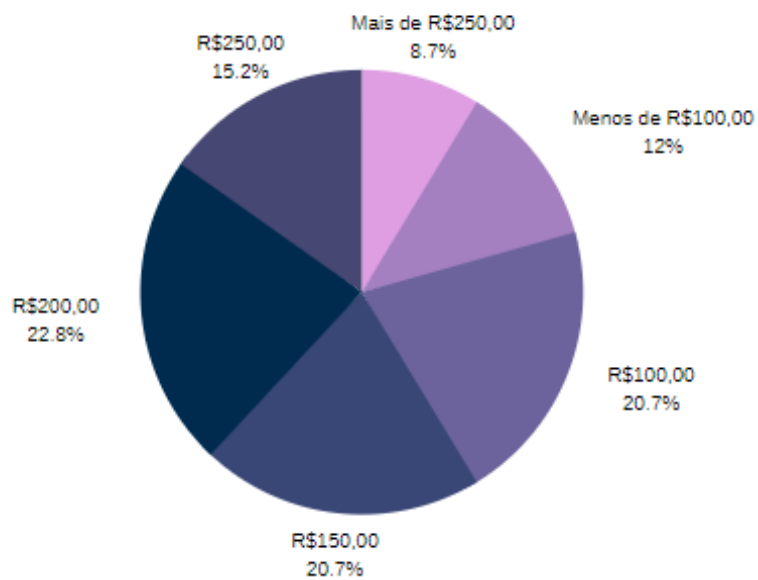
Fonte: Autoria própria

Gráfico 6 - Aceitação de estilo



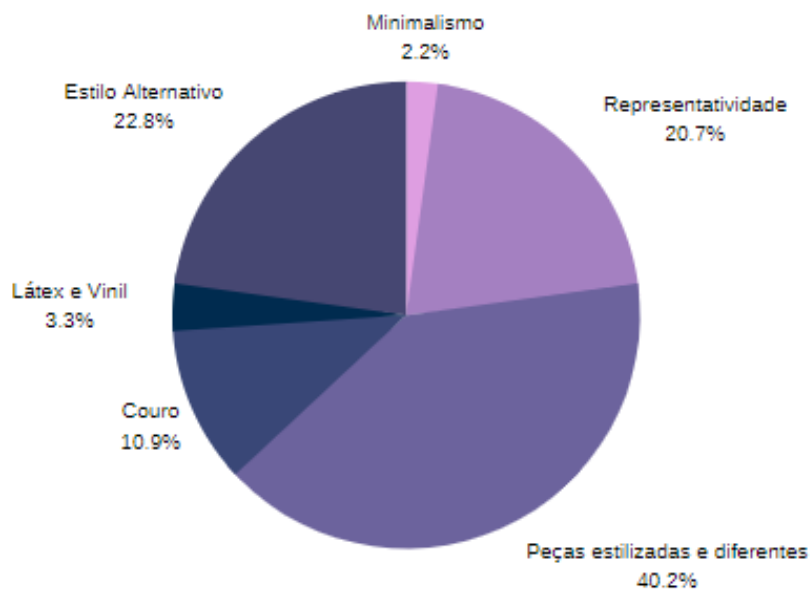
Fonte: Autoria própria

Gráfico 7 - Faixa de Investimento



Fonte: Autoria própria

Gráfico 8 - O que sente falta no mercado



Fonte: Autoria própria

Por fim, as últimas questões permeiam o que o consumidor deseja e sente falta dentro do mercado de moda, também o quanto está disponível para investir dentro deste mercado.

Resultando na busca por representatividade tanto de gênero quanto de tamanhos; busca por peças que sejam diferentes (fora do convencional estabelecido por tendências em lojas de *fast fashion*) e estilosas; uso de tecidos como látex, vinil e couro, obter peças de estilo alternativo (como punk, grunge e streetwear) e seus investimentos permeiam de R\$100,00 á R\$250,00.

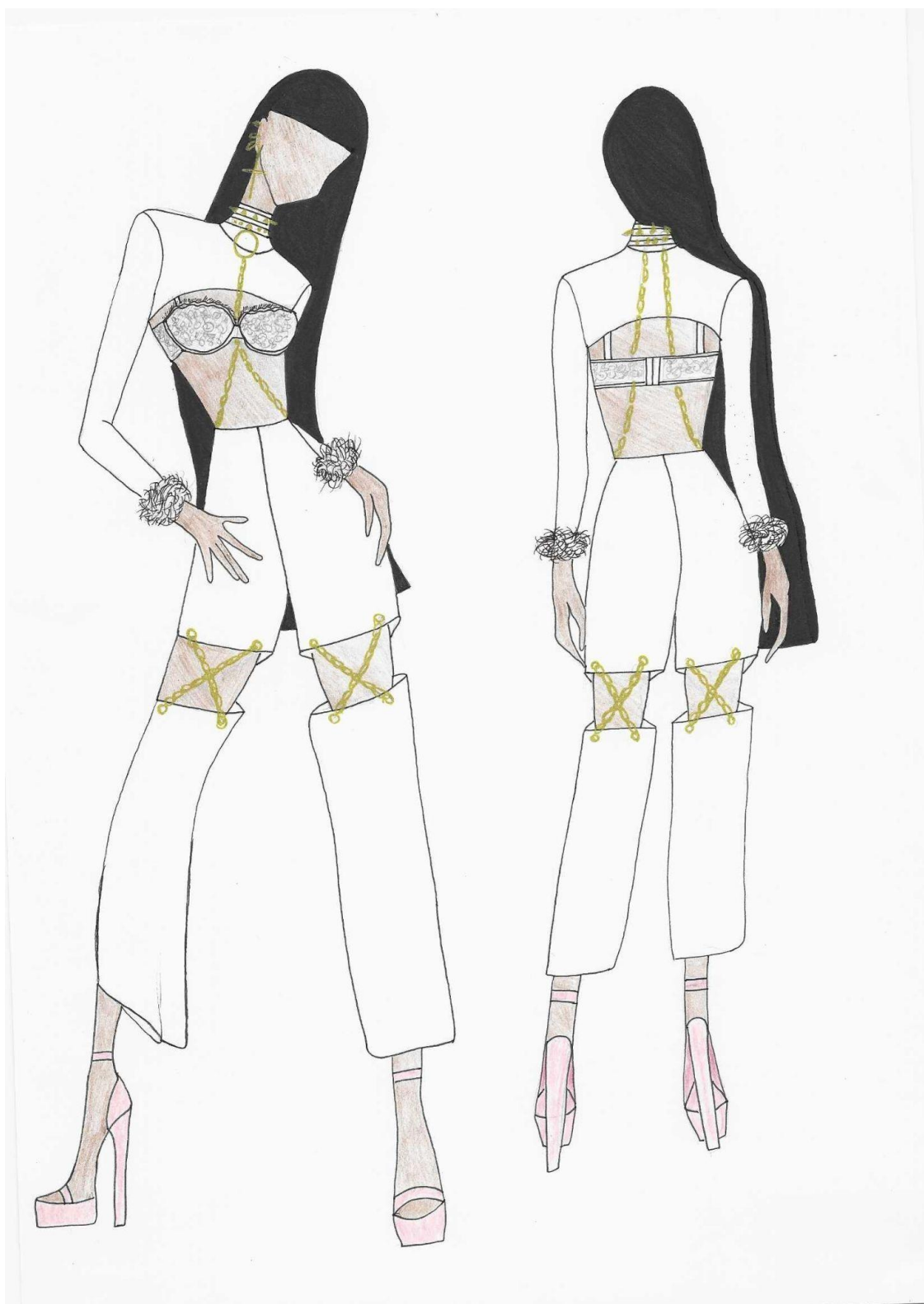
3.4 - Looks da coleção

Figura 21 - Croqui #1



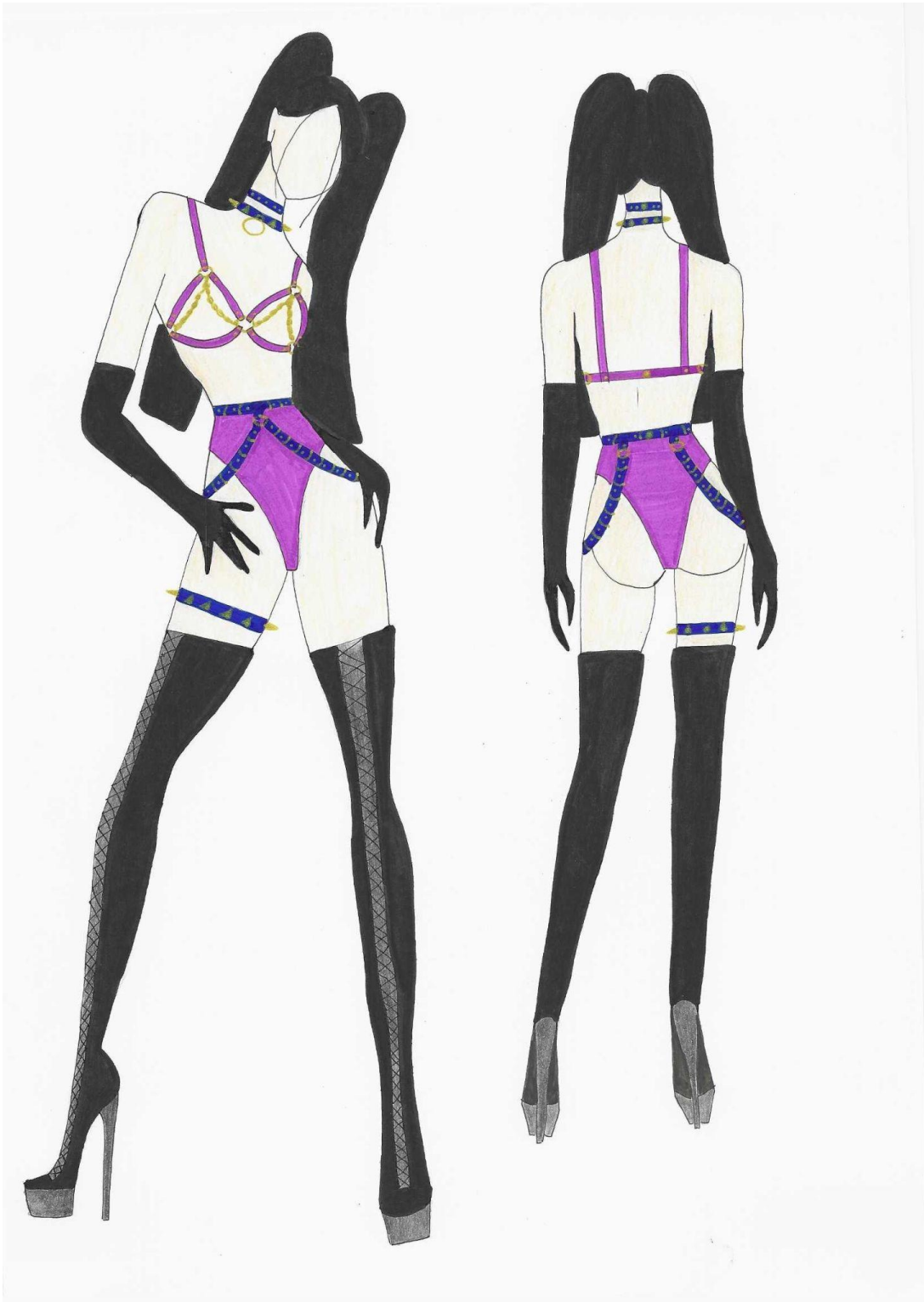
Fonte : Autoria própria

Figura 22- Croqui #2



Fonte : Aatoria própria

Figura 23 - Croqui #3



Fonte: Autoria própria

Figura 24 - Croqui #4



Fonte: Aatoria própria

Figura 25 - Croqui #5



Fonte: Autoria própria

Figura 26 - Croqui #6



Fonte: Aatoria própria

Figura 27 - Croqui #7



Fonte: Autoria própria

Figura 28 - Croqui #8



Fonte: Aatoria própria

Figura 29 - Croqui #9



Fonte: Autoria própria

Figura 30 - Croqui #10



Fonte: Autoria própria

Figura 31 - Croqui #11



Fonte: Autoria própria

Figura 32 - Croqui #12



Fonte: Autoria própria

Figura 33 - Croqui #13



Fonte: Aatoria própria

Figura 34 - Croqui #14



Fonte: Autoria própria

Figura 35 - Croqui #15



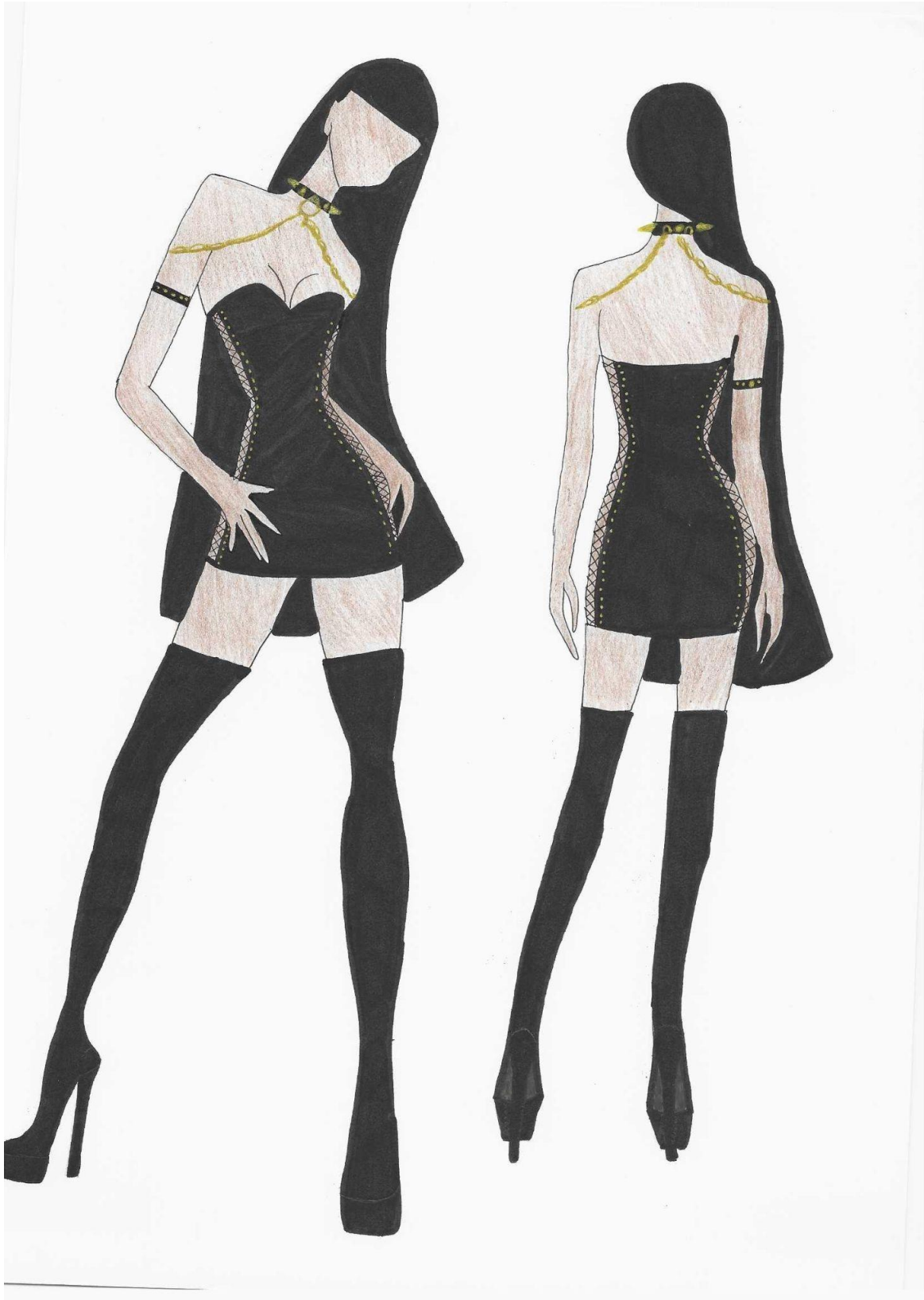
Fonte: Autoria própria

Figura 36 - Croqui #16



Fonte: Aatoria própria

Figura 37 - Croqui #17



Fonte: Autoria própria

Figura 38 - Croqui #18



Fonte: Autoria própria

Figura 39 - Croqui #19



Fonte: Autoria própria


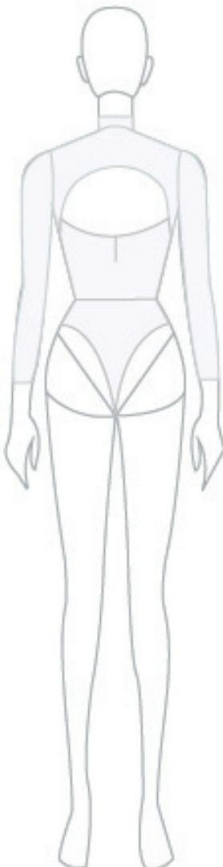
Figura 40 - Croqui #20



Fonte: Autoria própria

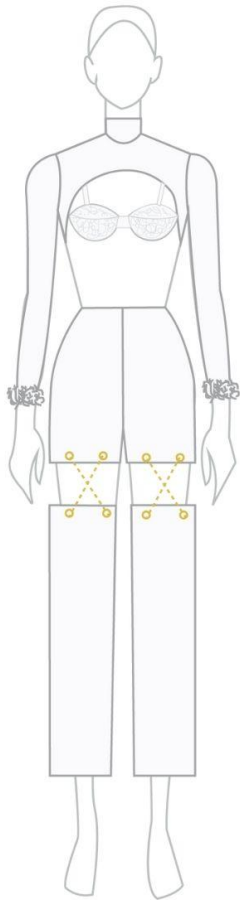
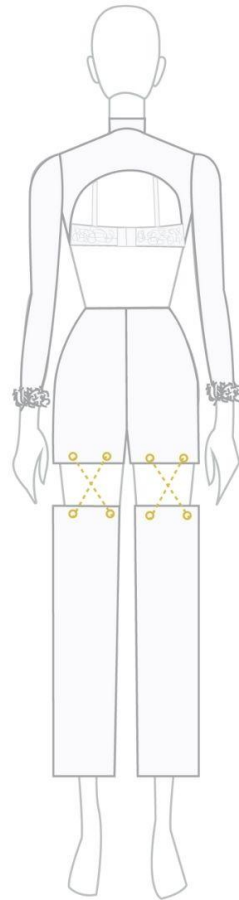
3.5 - Fichas técnicas

Figura 41 - Ficha técnica look #01

FICHA TÉCNICA		MODELO: Croqui #01 COLEÇÃO: FEMME FATALE DESIGNER: Patricia Chieffi Marengo MODELISTA: Priscila		DESCRIÇÃO: Look Body Branco CÓDIGO: FF01 GRADE: TAM 38 DATA: 04/10/2021			
FRENTE		COSTAS		DETALHES DE COSTURA			
				<ul style="list-style-type: none"> • Cropped com corte redondo 4cm acima do busto de neoprene, manga de 50cm e gola alta de 6cm, costurado na overlock, • Body de couro sintético (poliuretano) tomara que caia, estruturado por barbatanas e cavado, fechado por um zíper invisível nas costas. 			
OBSERVAÇÕES							
<ul style="list-style-type: none"> • Poliuretano = R\$50,00 x 0,8m = R\$ 40,00 • Neoprene = R\$25,00 x 0,5m = R\$12,50 • Barbatana = R\$4,00 x 0,5m = R\$2,00 • Plumas = R\$2,00 x 2 = R\$4,00 • Zíper 10cm = R\$1,50 x 1 = R\$1,50 • Total = R\$60,00 							
TECIDO	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Neoprene	DreamTex	0,50m	1,50m	Branco			
Poliuretano	Rivieira	0,80m	1,50m	Branco			
AVIAMEN.	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Zíper Invisível	O Nosso Bazar	10cm	-	Branco			



Fonte: Autoria própria

Figura 42 - Ficha técnica look #02

FICHA TÉCNICA		MODELO: Croqui #02 COLEÇÃO: FEMME FATALE DESIGNER: Patricia Chieffi Marengo MODELISTA: Priscila		DESCRIÇÃO: Look Branco CÓDIGO: FF02 GRADE: TAM 38 DATA: 04/10/2021			
<p style="text-align: center;">FRENTE</p> 		<p style="text-align: center;">COSTAS</p> 		<p style="text-align: center;">DETALHES DE COSTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cropped com corte redondo 4cm acima do busto de neoprene, manga de 50cm com punho de pluma e gola alta de 6cm, costurado na overlock, • Sutiã meia taça de renda tamanho 42, com duas alças, dois reguladores, barbatana para sustentação e fecho. • Calça pantalone de cetim bucol de 90cm de comprimento, com recorte no meio da coxa preso por oito ilhós e 16 correntes. • Ilhós aplicados a 8cm a partir das laterais • Recorte inicia-se no meio da coxa • Corrente com 10cm cada 			
				<p style="text-align: center;">OBSERVAÇÕES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cetim= R\$25,00 x 0,9m= R\$ 22,50 • Neoprene = R\$25,00 x 0,5m= R\$12,50 • Barbatana = R\$4,00 x 0,1m= R\$1,60 • Plumas = R\$2,00 x 2 = R\$4,00 • Zíper 10cm = R\$1,50 x 1 = R\$1,50 • Corrente = R\$10,00 x 0,8m= R\$8,00 • Renda = R\$10,00 x 0,30 = R\$3,00 • Alça = R\$1,00 • Fecho =R\$4,00 • Ilhós = R\$2,00 x 16= R\$32,00 • Regulador = R\$0,50 x 2= R1,00 • Total= R\$91,00 			
TECIDO	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Neoprene	DreamTex	0,50m	1,50m	Branco			
Cetim Bucol	DreamTex	0,90m	1,50m	Branco			
Bico de renda	DreamTex	0,30m	1,50m	Branco			
AVIAMEN.	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Pluma	Fest Mania	2pcs	1cm	Branco			
Alça	O Nosso Bazar	1m	0,5cm	Branco			
Ilhós	O Nosso Bazar	16pcs	2cm	Dourado			
Corrente	DreamTex	0,80m	0,5cm	Dourado			
Fecho	DreamTex	1pc	2cm	Branco			
Regulador	DreamTex	2pcs	-	Dourado			
Zíper invisível		10cm	-	Rosa			



Fonte: Autoria própria

Figura 43 - Ficha técnica look #03

FICHA TÉCNICA		MODELO: Croqui #03 COLEÇÃO: FEMME FATALE DESIGNER: Patricia Chieffi Marengo MODELISTA: Priscila		DESCRIÇÃO: Look Hot Pant Roxa CÓDIGO: FF03 GRADE: TAM 38 DATA: 04/10/2021			
FRENTE		COSTAS		DETALHES DE COSTURA			
				<ul style="list-style-type: none"> Sutiã feito de tira de couro, estruturado por argolas, preso na estrutura por rebites e fechado na parte de trás por botão de imã. Hot pant de cintura alta e cavada. Cinto de tira de couro adornado e preso por rebites, argola e fechado na parte de trás por um botão de imã. Rebites aplicados a 2,5cm de distância a partir do centro. 			
				OBSERVAÇÕES			
				<ul style="list-style-type: none"> Neoprene = R\$25,00 x 0,30m= R\$7,50 Tira de couro = R\$4,60 x 5,62m= R\$25,80 Corrente = R\$10,00 x 0,4m= R\$4,00 Rebites = R\$0,50 x 112= R\$56,00 Botão imã = R2,00 x 2= 4 Argola= R\$2,50 x 8=R20,00 Total= R\$117,30 			
TECIDO	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Neoprene	DreamTex	0,50m	1,50m	Roxo			
Tira de couro	O Nosso Bazar	3,22m	2cm	Roxo			
Tira de couro	O Nosso Bazar	2,4m	2cm	Azul Marinho			
AVIAMEN.	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Rebite	O Nosso Bazar	112pcs	0,50cm	Dourado			
Botão imã	O Nosso Bazar	2pcs	2cm	Dourado			
Corrente	O Nosso Bazar	0,70m	0,5cm	Dourado			
Argola	O Nosso Bazar	8pcs	2,50cm	Dourado			

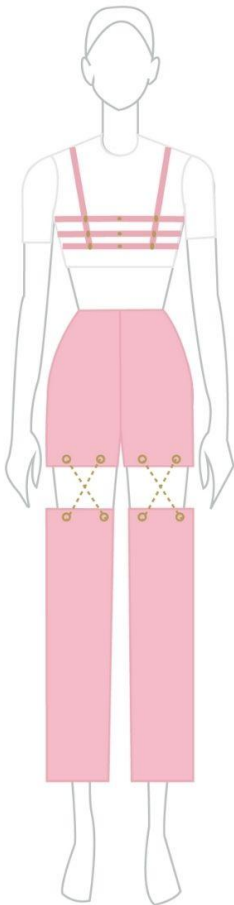
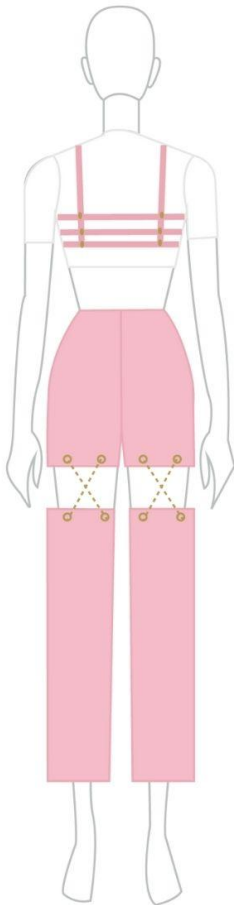
Fonte: Autoria própria

Figura 44 - Ficha técnica look #05

FICHA TÉCNICA		MODELO: Croqui #05 COLEÇÃO: FEMME FATALE DESIGNER: Patricia Chieffi Marengo MODELISTA: Priscila		DESCRIÇÃO: Look Roxo CÓDIGO: FF05 GRADE: TAM 38 DATA: 04/10/2021			
FRENTE		COSTAS		DETALHES DE COSTURA			
				<ul style="list-style-type: none"> • Top de tira de couro preso por rebites na linha do busto e botões imãs no meio do peito. • Hot pant de cintura alta e cavada • Calça pantalonada de organza com barra de plumas e cós com botão 			
				OBSERVAÇÕES			
				<ul style="list-style-type: none"> • Neoprene = R\$25,00 x 0,5m= R\$12,50 • Organza = R10,00 x 0,9m=R\$9,00 • Tira de couro= R\$4,60 x 3,84m=R17,60 • Plumas = R\$2,00 x 2 = R\$4,00 • Botão = R\$0,50 x 1 = R\$0,50 • Rebite= R0,50 x 12= R\$6,00 • Botão imã= R2,00 x 3= R\$6,00 • Total= R\$55,60 			
TECIDO	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Neoprene	DreamTex	0,50m	1,50m	Roxo			
Organza	DreamTex	0,90m	1,50m	Roxo			
AVIAMEN.	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Tira de couro	O Nosso Bazar	3,84m	2cm	Roxo			
Botão de imã	O Nosso Bazar	3pcs	2cm	Dourado			
Rebite	O Nosso Bazar	6pcs	0,5cm	Dourado			
Pluma	Fest Mania	2pcs	1cm	Roxo			
Botão	O Nosso Bazar	1pc	-	Dourado			



Fonte: Autoria própria

Figura 45 - Ficha técnica look #07

FICHA TÉCNICA		MODELO: Croqui #07		DESCRIÇÃO: Look Pantalona Rosa			
		COLEÇÃO: FEMME FATALE		CÓDIGO: FF07			
		DESIGNER: Patricia Chieffi Marengo		GRADE: TAM 38			
		MODELISTA: Priscila		DATA: 04/10/2021			
FRENTE		COSTAS		DETALHES DE COSTURA			
				<ul style="list-style-type: none"> • Cropped de manga curta sem gola de neoprene. • Top de tira de couro preso por rebites na linha do busto e botões imãs no meio no peito • Sutiã meia taça de renda tamanho 42, com duas alças, dois reguladores, barbatana para sustentação e fecho. • Calça pantalon de cetim bucol de 90cm de comprimento, com recorte no meio da coxa preso por oito ilhós e 16 correntes. • Ilhós aplicados a 8cm a partir das laterais • Corrente om 10cm cada 			
				OBSERVAÇÕES			
				<ul style="list-style-type: none"> • Cetim= R\$25,00 x 0,9m= R\$ 22,50 • Neoprene = R\$25,00 x 0,5m= R\$12,50 • Ziper 10cm = R\$1,50 x 1 = R\$1,50 • Corrente = R\$10,00 x 0,8m= R\$8,00 • Tira de couro = R\$4,60 x 3,84= R\$17,60 • Ilhós = R\$2,00 x 16= R\$32,00 • Rebite =R\$0,50 x 12= R\$6,00 • Botão imã = R\$2,00 x 3= R\$6,00 • Total= R\$106,10 			
TECIDO	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Neoprene	DreamTex	0,50m	1,50m	Rosa			
Cetim Bucol	DreamTex	0,90m	1,50m	Rosa			
AVIAMEN.	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Tira de couro	O Nosso Bazar	3,84m	2cm	Rosa			
Botão de imã	O Nosso Bazar	3pcs	2cm	Dourado			
Rebite	O Nosso Bazar	12pcs	0,5cm	Dourado			
Zíper invisível	O Nosso Bazar	10cm	-	Rosa			
Corrente	O Nosso Bazar	0,80m	0,5cm	Dourado			
Ilhós	O Nosso Bazar	16pcs	2cm	Dourado			

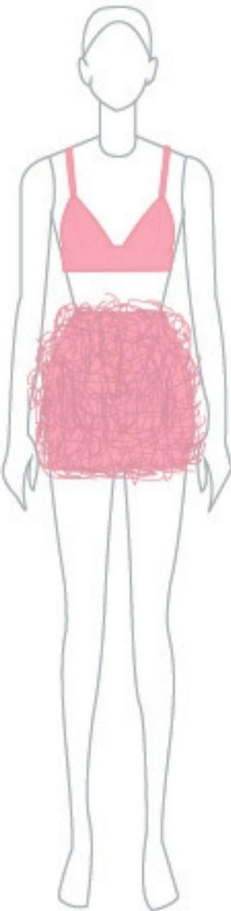
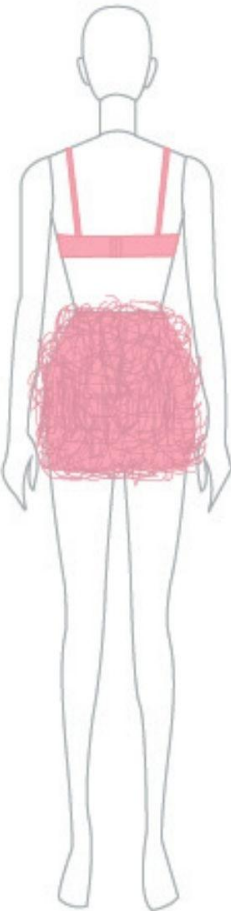
Fonte: Autoria própria

Figura 46 - Ficha técnica look #10

FICHA TÉCNICA		MODELO: Croqui #10 COLEÇÃO: FEMME FATALE DESIGNER: Patricia Chieffi Marengo MODELISTA: Priscila		DESCRIÇÃO: Look Azul Marinho CÓDIGO: FF10 GRADE: TAM 38 DATA: 04/10/2021			
FRENTE		COSTAS		DETALHES DE COSTURA			
				<ul style="list-style-type: none"> • Cropped com corte redondo 4cm acima do busto de neoprene, manga de 50cm com punho de pluma e gola alta de 6cm, costurado na overlock, • Sutiã meia taça de renda tamanho 42, com duas alças, dois reguladores, barbatana para sustentação e fecho. • Saia reta de couro sintético (poliuretano) de 35cm de comprimento, adornada nas laterais com ilhós e corrente. • Ilhós aplicados a 4cm de distância 			
				OBSERVAÇÕES			
				<ul style="list-style-type: none"> • Neoprene = R\$25,00 x 0,5m = R\$12,50 • Barbatana = R\$4,00 x 0,1m = R\$1,60 • Plumas = R\$2,00 x 2 = R\$4,00 • Poliuretano = R\$40,00 x 0,50m = R\$20,00 • Corrente = R\$10,00 x 0,6m = R\$6,00 • Renda = R\$10,00 x 0,30 = R\$3,00 • Alça = R\$1,00 • Fecho = R\$4,00 • Ilhós = R\$2,00 x 24 = R\$48,00 • Regulador = R\$0,50 x 2 = R\$1,00 • Total = R\$101,10 			
TECIDO	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Neoprene	DreamTex	0,50m	1,50m	Azul Marinho			
Poliuretano	Casa Boa Vista	0,50m	1,50m	Azul Marinho			
Bico de renda	DreamTex	0,30m	1,50m	Azul Marinho			
AVIAMEN.	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Ilhós	O Nosso Bazar	40pcs	2cm	Dourado			
Corrente	O Nosso Bazar	2m	0,5cm	Dourado			
Alça	DreamTex	1m	0,5cm	Azul Marinho			
Pluma	Fest Mania	2pcs	1cm	Preto			
Regulador	DreamTex	2pcs	-	Dourado			
Fecho	DreamTex	1pc	2cm	Azul Marinho			



Fonte: Autoria própria

Figura 47 - Ficha técnica look #12

FICHA TÉCNICA		MODELO: Croqui #12 COLEÇÃO: FEMME FATALE DESIGNER: Patricia Chieffi Marengo MODELISTA: Priscila		DESCRIÇÃO: Look Rosa CÓDIGO: FF12 GRADE: TAM 38 DATA: 04/10/2021			
FRENTE		COSTAS		DETALHES DE COSTURA			
				<ul style="list-style-type: none"> • Bralette de cetim bucol fechado por um zíper invisível. • Minissaia reta de plumas, com forro de percal e zíper tratorado lateral 			
				OBSERVAÇÕES			
				<ul style="list-style-type: none"> • Cetim= R\$25,00 x 0,5m= R\$12,50 • Plumas = R\$50,00 x 0,4 = R\$20,00 • Zíper 10cm = R\$1,50 x 1 = R\$1,50 • Fecho =R\$4,00 • Regulador = R\$0,50 x 2= R1,00 • Total= R\$39,00 			
TECIDO	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Cetim Bucol	DreamTex	0,50m	1,50m	Rosa			
Pelúcia	O Nosso Bazar	0,40m	1,50m	Rosa			
AVIAMEN.	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Zíper invisível	O Nosso Bazar	10cm	-	Rosa			
Fecho	O Nosso Bazar	1pç	-	Rosa			



Fonte: Autoria própria

Figura 48 - Ficha técnica look #17

FICHA TÉCNICA		MODELO: Croqui #17 COLEÇÃO: FEMME FATALE DESIGNER: Patricia Chieffi Marengo MODELISTA: Priscila		DESCRIÇÃO: Look Preto CÓDIGO: FF17 GRADE: TAM 38 DATA: 04/10/2021			
FRENTE		COSTAS		DETALHES DE COSTURA			
				<ul style="list-style-type: none"> • Vestido tomara que caia de couro sintético preso nas laterais por ilhós e elástico roliço preto • Choker de tira de couro preta adornada por rebites, um ilhós no centro da frente, dois na parte de trás do lado do fecho de botão de imã, uma argola e duas correntes. • Bracelete de tira de couro adornado por rebites e fecho de botão de imã • Ilhós aplicados a 4,5cm de distância • Elástico roliço= 3,50m cada 			
				OBSERVAÇÕES			
				<ul style="list-style-type: none"> • Poliuretano = R\$40,00 x 0,80m= R\$32,00 • Corrente = R\$10,00 x 1m= R\$10,00 • Tira de couro= R\$4,60 x 1,40= R\$6,40 • Rebite=R\$0,50 x 18= R\$9,00 • Argola= R2,50 x 1= R\$2,50 • Botão imã=R\$2,00 x 2= R\$4,00 • Ilhós = R\$2,00 x 35= R\$70,00 • Total= R\$133,90 			
TECIDO	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Poliuretano	Casa Boa Vista	0,90m	1,50m	Preto			
Tira de couro	O Nosso Bazar	1,40m	2cm	Preto			
				Dourado			
AVIAMEN.	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Corrente	O Nosso Bazar	1m	0,50cm	Dourado			
Rebite	O Nosso Bazar	18pcs	0,50cm	Dourado			
Botão imã	O Nosso Bazar	2pcs	2cm	Dourado			
Ilhós	O Nosso Bazar	35pcs	2cm	Dourado			
Argola	O Nosso Bazar	1pcs	2cm	Dourado			
Elástico roliço	O Nosso Bazar	7m	-	Preto			



Fonte: Autoria própria

Figura 49 - Ficha técnica look #18

FICHA TÉCNICA		MODELO: Croqui #18 COLEÇÃO: FEMME FATALE DESIGNER: Patricia Chieffi Marengo MODELISTA: Priscila		DESCRIÇÃO: Look Body Rosa CÓDIGO: FF18 GRADE: TAM 38 DATA: 04/10/2021			
FRENTE		COSTAS		DETALHES DE COSTURA			
				<ul style="list-style-type: none"> • Cropped com corte redondo 4cm acima do busto de neoprene, manga de 50cm e gola alta de 6cm, costurado na overlock, • Body de couro sintético (poliuretano) tomara que caia fechado por zíper invisível nas costas e proteção de neoprene na virilha. • Cinto de tira de couro adornado e preso por rebites, argola e fechado na parte de trás por um botão de imã. • Rebites aplicados a 2,5cm de distância a partir do centro. 			
				OBSERVAÇÕES			
				<ul style="list-style-type: none"> • Organza = R\$24,00 x 0,5m = R\$12,00 • Barbatana = R\$4,00 x 0,5m = R\$2,00 • Poliuretano = R\$40,00 x 0,80m = R\$32,00 • Tira de couro = R\$4,60 x 2,80 = R\$12,80 • Rebite = R\$0,50 x 96 = R\$48,00 • Fecho = R\$4,00 • Neoprene = R\$25,00 x 0,8 = R\$20,00 • Total = R\$130,80 			
TECIDO	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Poliuretano	Rivieira	0,80cm	1,50cm	Rosa	Preto		
Organza	Tecidos Oliveira	0,50cm	1,50cm	Branco			
Neoprene	DreamTex	0,30cm	1,50cm	Rosa			
AVIAMEN.	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Rebite	O Nosso Bazar	96pcs	0,50cm	Dourado			
Argola	O Nosso Bazar	1pcs	2cm	Dourado			
Tira de couro	O Nosso Bazar	2,80m	2cm	Roxo			
Fecho	O Nosso Bazar	1pç	-	Rosa			

Fonte: Autoria própria

Figura 50 - Ficha técnica look#20

FICHA TÉCNICA		MODELO: Croqui #20 COLEÇÃO: FEMME FATALE DESIGNER: Patricia Chieffi Marengo MODELISTA: Priscila		DESCRIÇÃO: Look Vermelho CÓDIGO: FF20 GRADE: TAM 38 DATA: 04/10/2021			
FRENTE		COSTAS		DETALHES DE COSTURA			
				<ul style="list-style-type: none"> • Sutiã meia taça de renda, estruturado por barbatanas, duas alças, dois reguladores e um fecho. • Hot pant de cintura alta e cavada • Calça pantalona de organza com barra de plumas e cós com botão 			
				OBSERVAÇÕES			
				<ul style="list-style-type: none"> • Neoprene = R\$25,00 x 0,5m = R\$12,50 • Organza = R\$10,00 x 0,9m = R\$9,00 • Barbatana = R\$4,00 x 0,1m = R\$1,60 • Plumaz = R\$2,00 x 2 = R\$4,00 • Botão = R\$0,50 x 1 = R\$0,50 • Renda = R\$10,00 x 0,30 = R\$3,00 • Alça = R\$1,00 • Fecho = R\$4,00 • Regulador = R\$0,50 x 2 = R\$1,00 • Total = R\$36,60 			
TECIDO	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Neoprene	DreamTex	0,50m	1,50m	Vermelho			
Organza	DreamTex	0,90m	1,50m	Vermelho			
Bico de renda	DreamTex	0,30m	1,50m	Vermelho			
AVIAMEN.	FORNEC.	CONSUMO	LARGURA	COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
Botão	O Nosso Bazar	1pc	-	Dourado			
Pluma	Fest Mania	2pcs	1cm	Vermelho			
Entretela	DreamTex	2pcs	-	Branco			
Alça	DreamTex	1m	0,5cm	Vermelho			
Fecho	DreamTex	1pc	2cm	Vermelho			
Regulador	DreamTex	2pcs		Dourado			

Fonte: Autoria própria

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o processo de pesquisas sobre a temática deste projeto e estudos sobre o público alvo para a coleção FEMME FATALE, conclui-se que há procura e identificação com a inspiração envolvida para a criação de tal.

Através do questionário aplicado, observa-se que a grande parte do público jovem feminino está à procura de sua liberdade sexual e empoderamento. A faixa etária indicada pelo questionário aplicado foi entre 18-23 anos, onde ocorreu o maior nível de interesse e identificação com a proposta da coleção, sendo de classe social C já que a maioria ainda está cursando o superior ou trabalha porém tem em sua renda um salário mínimo.

Espera-se com FEMME FATALE o empoderamento ao redor da sexualidade feminina e a conscientização de que a sexualidade é um fator que ajuda mulheres a se sentirem confiantes e poderosas, também influenciar e abrir o mercado de moda fetichista feminina no Brasil.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, A. **Nos 62 anos de Madonna, relembramos 6 das maiores polêmicas criadas pela rainha do pop.** Glamurama, ago. 2020. Disponível em:<https://glamurama.uol.com.br/instagram/madonna-chega-aos-60-relembra-6-das-maiores-polemicas-criadas-pela-rainha-do-pop/>. Acesso em: 15 mar 2021.

BIANCO, G. **Dsquared2: Fall Winter 2006.** Giovanni Bianco, 2006. Disponível em:<https://www.giovanbianco.com/work/dsquared2-fall-winter-2006>. Acesso em: 06 mar 2021.

BLANKS, T. **Jean Paul Gaultier Fall 2012 Couture.** Revista Vogue, jul. 2012. Disponível em:<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2012-couture/jean-paul-gaultier/slides-how/collection#1>. Acesso em: 06 mar 2021.

BOARI, C. **A influência da moda na sociedade contemporânea.** Vol. 6. N°.2, dez. 2018. Disponível em:<https://periodicos.unb.br/index.php/CMD/article/view/22220>. Acesso em: 05 mar 2021.

BORGIANI, D. **Reflexões sobre a classificação de coleções do vestuário: coleções-unidade e coleções-mix.** Vol. 9. N°. 17 , jan. 2016. Disponível em:<https://periodicos.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/1982615x09172016238>. Acesso em: 16 out. 2021

BOWLES, H. **Jean Paul Gaultier 2020 Couture.** Revista Vogue, jan 2020. Disponível em:
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2020-couture/jean-paul-gaultier/slide-show/collection#5>. Acesso em: 06 mar 2021.

BRANDINI, V. **Bela de morrer, chic de doer, do corpo fabricado pela moda: o corpo como comunicação, cultura e consumo na moderna urbe.** Vol. 5. N° 1 e 2, dez. 2007. Disponível em:
<https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3508/2563>
Acesso em 07 mar 2021.

CALDAS, D. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro. Senac Rio, 2004.

CAMPOS, Q.A; RECH,R.S. **Considerações sobre moda, tendência e consumo**. Vol. 3. N°3, dez. 2010. Disponível em: <https://www.sumarios.org/artigo/considera%C3%A7%C3%B5es-sobre-moda-tend%C3%A7%C3%A3o-e-consumo>. Acesso em 07 mar 2021.

CARACIOLA, C. B. **A influência da moda na sociedade contemporânea**, São Paulo, 2015. Disponível em: http://www.modadocumenta.com.br/anais/anais/5-Moda-2015/07-Sessao-Moda-e-Sociedade-percursos-diversos/CarolinaBoari_ModaDocumenta2015_a-influencia-da-moda.pdf. Acesso em: 05 mar 2021.

CARVALHO, S.L.P.D. **Fatal, Cativa e Independente: a mulher do film noir**. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Coimbra. 2011. Disponível em: <https://eg.uc.pt/handle/10316/19517>. Acesso em 31 mar 2021.

COMBS, D. **Catwalk Calling: Gianni Versace's FW92 Collection takes a page out of S&M**. Revista V Magazine, dez. 2017. Disponível em: <https://vmagazine.com/article/catwalk-calling-gianni-versaces-fw92-collection-takes-page-sm/>. Acesso em: 08 mar 2021.

CRISELL, H. **Why 1980's Madonna is the ultimate madonna**. Revista Vogue, ago, 2018. Disponível em: <https://www.vogue.com.au/fashion/trends/why-1980s-madonna-is-the-ultimate-madonna/image-gallery/dce53e2fbe7458fc8010fa88e218b7c1>. Acesso em: 12 mar 2021.

FAUST, E. **A timeline of Madonna's most controversial fashion moments celebrating the pop icon's birthday with her most sensational looks**. CR Fashion Book, ago. 2021. Disponível em: <https://www.crfashionbook.com/fashion/g33512738/madonna-cone-bra-gaultier-mtv-fashion/?slide=8>. Acesso em: 12 mar 2021.

FFW. **Alexandre Herchcovitch Inverno 2016 RTW/ SPFW**. Revista FFW, out. 2015. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/inverno-2016-rtw/alexandre-herchcovitch/1542897/colecao/27/>. Acesso em: 06 mar 2021,

FURNESS, J. **Quem é Manfred Thierry Mugler?**. Farfetch, abr. 2021. Disponível em: <https://www.farfetch.com/br/style-guide/icones-de-estilo-e-influenciadores/quem-e-manfred-thierry-mugler/>. Acesso em: 10 mar. 2021.

GUSMÃO, R. **Madonna, "sex" e o fetichismo pós-moderno**, Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Vol. XXXVIII, pp. 71-87.

Portugal, 2019. Disponível em: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0872-34192019000300005&lng=pt&nrm=i&lng=en. Acesso em: 21 fev 2021.

HOLZMEISTER, S; POLETTTO, B. **10 coisas que amamos do inverno 2019 de Vivienne Westwood**. Revista Harpers Bazar, mar. 2019. Disponível em: <https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/10-coisas-que-amamos-do-inverno-2019-de-vivienne-westwood/>. Acesso em: 05 mar 2021.

JANA, R. **Jean-Paul Gaultier: 14 momentos que marcaram a sua carreira na passarelle**. Revista Vogue, jan. 2020. Disponível em: <https://www.vogue.pt/14-momentos-que-marcaram-a-carreira-de-jean-paul-gaultier>. Acesso em: 06 mar 2021.

KELLNER, D. **A cultura da mídia**. Bauru, São Paulo: Editora EDUSC, 2001.

LEITCH, L. **Philipp Plein Spring 2019 Ready-to-wear**. Revista Vogue, sep 2018. Disponível em: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/philipp-plein/slideshow/collection#9>. Acesso em 06 mar 2021.

LIMA, M. **A estetização da política na performance de Madonna**. Universidade Federal de Pernambuco. Pernambuco, mar. 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/29794>. Acesso em: 09 mar 2021.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. 1ª. ed. [S.I.]: Companhia das Letras, 1987.

MADONNA. **Erotica**. Youtube, out. 2009. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WyhdvRWEWRw>. Acesso em: 15 mar 2021.

MOWER, S. **Dolce & Gabbana Fall 2007 Ready-to-Wear**. Revista Vogue, fev. 2007. Disponível em: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2007-ready-to-wear/dolce-gabbana/slideshow/collection#1>. Acesso em: 05 mar 2021.

MOWER, S. **Christian Dior Fall 2003 Ready-to-wear**. Revista Vogue, mar. 2003. Disponível em: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2003-ready-to-wear/christian-dior/slide-show/collection#8>. Acesso em: 06 mar 2021.

PACCE, L. **Alexandre Herchcovitch outono-inverno 2016**. Lilian Pacce, out. 2015. Disponível em: <http://www.lilianpacce.com.br/desfile/alexandre-herchcovitch-outono-inverno-2016/>. Acesso em: 09 mar 2021.

POLLINI, D. **Breve história da moda**. São Paulo: Editora Claridade, 2007. Coleção Saber de tudo.

SIQ, C. **6 tendências de consumo**. Instagram Share Siq, fev. 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CLILqkeBCyj/>. Acesso em: 05 abril 2021.

SIQ, C. **Tendência não é previsão de futuro**. Instagram Share Siq, fev. 2021. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CL13_G5B7hp/. Acesso em: 05 abril 2021.

SHANG, A. **LacQuan Smith RTW Fall 2017**. Revista WWD, fev. 2017. Disponível em: <https://wwd.com/fashion-news/shows-reviews/gallery/laquan-smith-rtw-fall-10804407/>. Acesso em: 06 mar 2021.

SVENDSEN, L. **Moda: Uma filosofia**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2010

STEELE, V. **Fetiche, Moda, Sexo e Poder**. Tradução de Alexandre

VILLAÇA, N.M.S. **A Cultura do fetiche: corpo e moda**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 27. Porto Alegre. Anais Intercom, 2004.

VOGUE. **Dolce & Gabbana: Double Vision**. Revista Vogue, mai 2015. Disponível

em:<https://vogue.globo.com/Suzy-Menkes/en/noticia/2015/05/dolce-gabbana-double-vision.html>. Acesso em: 06 mar 2021.

VOGUE. **Andrew GN Parigi - Collections Fall Winter 2012-2013**. Revista Vogue, mar. 2012. Disponível em: https://www.vogue.it/en/shows/show/collections-fall-winter-2012-13/andrew-gn?refre_sh_ce=. Acesso em: 06 mar 2021.

VOGUE. **Mugler Fall 1995 Couture**. Revista Vogue, mar. 1995. Disponível em:<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1995-couture/mugler/slideshow/collection#1>. Acesso em: 06 mar 2021.

VOGUE. **Versace Fall 1992 Ready-to-wear**. Revista Vogue, mar. 1992. Disponível em:<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1992-ready-to-wear/versace/slideshow/collection#62>. Acesso em: 06 mar 2021.

PHELPS, N. **Moschino Fall 2018 Menswear**. Vogue, feb. 2018. Disponível em:<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-menswear/moschino/slideshow/collection#82>. Acesso em: 06 mar 2021.

QUEIROZ, A; RECH, S. **Considerações sobre moda, tendências e consumo**. Iara - Revista de Moda, Cultura e Arte. São Paulo. Vol 3. nº3 dez. 2010. Disponível em:http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/05_IARA_vol3_n3_Dossie.pdf. Acesso em: 05 abril 2021.

WALTERS, B. **Madonna's 'Erotica', 'Sex': Why Musical Masterpiece, Defiant Book Still Matter**. Revista Rolling Stone, out. 2017. Disponível em:<https://www.rollingstone.com/music/music-news/madonnas-erotica-sex-why-musical-masterpiece-defiant-book-still-matter-200685/>. Acesso em: 10 mar 2021.

YANARA, S.B. **Arquétipos esquecidos e resgatados: a ressignificação da femme fatale**. Anais do Simpósio Nacional de Estudos da Religião da UEG, V. 1. Goiás: UEG, 2019. Disponível em: www.anais.ueg.br. Acesso em: 22 fev 2021.

APÊNDICE A: Pré-Projeto

1. TEMA

Coleção FEMME FATALE com inspiração na relação entre fetiche e moda, tendo como ícone a cantora Madonna.

Segundo Silva(2019) “[...] femme fatale traduz a subversão e a busca pela liberdade feminina, essa figura arquetípica exala força, perigo e sexualidade desafiando os padrões estabelecidos pelo patriarcalismo”. Desta forma, o conceito de uma mulher fatal está relacionado a uma mulher empoderada e sexualmente livre, tendo em suas relações uma posição de poder.

Madonna, ao longo de sua carreira se tornou um ícone de poder feminino, falando abertamente sobre relações sexuais, empoderamento e fetiches. Um dos seus trabalhos que abrange o tópico da sexualidade e fetiche está em seu livro autoral intitulado “Sex” de 1992, com editoriais feitos pelo fotografo Steve Meisel, onde decorre sobre temas como sadomasoquismo, masturbação feminina, homossexualidade e sexo grupal, trazendo consigo textos provocativos.

Portanto, este projeto tem como objetivo produzir uma coleção abrangendo o fetichismo explorado por Madonna juntamente com o conceito de *femme fatale*.

2. PROBLEMA

O fetichismo tem relação direta com a moda, pois de acordo com a autora Valerie S. “A moda descreveu o ritual pelo qual a mercadoria fetichista deseja ser adorada”(STEELE,1997, p.57). Essa adoração mencionada na citação anterior tem sido tema de coleções de estilistas de marcas renomadas como: Versace, Jean Paul Gaultier, Vivienne WestWood e Dolce & Gabbana.

Levando em consideração o contexto em que o fetichismo se insere na moda, é notável que este tema discorre sempre no segmento conceitual entre desfiles de moda principalmente, mas raramente em segmento comercial.

Diante da problemática, o propósito deste trabalho é a criação de uma coleção autoral comercial inspirada no fetichismo, tendo como ícone a cantora Madonna, levando assim o fetiche para o vestuário do dia a dia.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Produzir uma coleção autoral comercial para o público feminino - entre 18 a 23 anos, de acordo com o resultado obtido pela pesquisa de levantamento sobre o público da coleção - perante a influência da artista Madonna e o uso do fetiche utilizado em sua carreira.

3.2 Objetivo Específico

- Relatar sobre a relação entre moda e fetiche;
- Descrever sobre a artista Madonna e o uso do fetiche em sua carreira;
- Expor uma pesquisa bibliográfica exploratória sobre moda e fetiche;
- Apresentar uma pesquisa bibliográfica exploratória sobre a cantora Madonna;
- Desenvolver uma pesquisa de levantamento quantitativo a fim de coletar dados sobre o público-alvo;
- Produzir uma coleção comercial com base nos dados coletados,
- Confeccionar as peças.

4. JUSTIFICATIVA

A motivação para a procedência deste projeto está em constar a relação que a sexualidade tem com a cultura em massa, utilizando como centro de embasamento o fetichismo. Partindo deste viés, também destacar sua correlação profunda com a moda, usando como figura midiática a cantora Madonna como precursora desta subcultura dentro da sociedade.

“O caráter efêmero da moda na contemporaneidade culmina um sistema de significados passageiros, em que o indivíduo busca se comunicar com a sociedade, expressando sua identidade através das roupas que usa e dos produtos que utiliza.” (BOARI, 2015, p. 92)

A moda é um sistema inserido na sociedade que percorre vários vieses da vida humana, desde política à comportamento, assim estabelecendo-se como pilar cultural, especialmente na questão da identidade visual individual, onde a vestimenta traduz e expressa sua personalidade e serve como meio de comunicação. Campos e Rech (2010) afirmam que “os trajes permitem que o exercício da moda, que opera no palco do imaginário e é integrante na cultura”, a roupa é um meio de expressão e de posicionamento, portanto, como se trata de identidade individual, a sexualidade entra como um meio termo demonstrativo da personalidade emocional do indivíduo.

“A sexualidade é, claramente, um fenômeno evolutivo e biológico. Mas a sexualidade humana também está caracterizada por pelo desejo de prazer, e as pessoas se envolvem em vários comportamentos prazerosos mas não reprodutivos, incluindo masturbação, homossexualidade, beijo, sexo oral-genital e as assim chamadas perversões.”
(STEELE, 1997, p. 175)

Logo o fetichismo entra como meio de expressão através do vestuário e de posicionamentos sexuais, já que ele penetra em questões psicológicas através de comportamentos, identidades e vestimentas. Também pode-se encarar fetichismo como um “encanto mágico” onde o fetichista exprime suas perversões e desejo por meio de roupas e acessórios, nele encara um drama performático onde exerce seu papel como dominador/submisso. Ou seja, ele abrange toda a questão de sexualidade e fantasias utilizando a roupa como meio de prazer.

Diante disto, um dos grandes exemplos e ícones que utiliza da moda e do fetiche como ferramenta de propagação de empoderamento e liberdade expressiva e sexual feminina é a cantora Madonna. Ela engloba o papel da mulher como dominadora, mesmo que em situações esteja caracterizada por papéis mais delicados, ela ainda obtém controle e poder da situação. Logo, tendo como posse o papel de *femme fatale* em suas obras.

Portanto, este projeto tem como foco usufruir da relação moda-fetiche tendo Madonna como ícone de inspiração, para a produção de uma coleção comercial autoral com o intuito de disseminar o empoderamento sexual feminino

5. METODOLOGIA

Este projeto tem como fundamentação bases teóricas e práticas, com o intuito de compreensão sobre o tema, assim gerando o desenvolvimento de uma coleção autoral comercial.

Para isso, o processo metodológico para a construção do projeto foi inicialmente caracterizado por uma pesquisa bibliográfica de cunho exploratório, a fim de compreender sobre o fetichismo, sua relação direta com a indústria da moda e como a cantora Madonna se tornou um ícone de referência em relação a ambos. Em seguida, consta uma pesquisa descritiva a fim de pontuar e dissertar sobre as informações coletadas neste processo.

Logo, as fontes principais utilizadas na construção da base deste projeto se deu pelos livros “O Império Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas” de Gilles Lipovetsky (1987), “Uma Breve História da Moda” de Denise Pollini (2007) e “Moda: Uma Filosofia” de Lars Svendsen (2010) com o intuito de conceitualizar sobre moda; “Fetichismo: Moda, Sexo e Poder” de Valerie Steele (1997), com a finalidade de entender a natureza do fetichismo e seu papel na indústria da moda, e os materiais de “Madonna, “sex” e o fetichismo pós-moderno” de Gusmão Roney (2019), “A Cultura da Mídia” de Douglas Kellner (2001) e “A estetização da política na performance de Madonna” de Mariana Lima (2017) na análise do papel da Madonna em relação a moda e ao fetichismo em sua carreira.

Para a criação da coleção *Femme Fatale*, será utilizado a artista Madonna como ícone de inspiração, baseando-se principalmente em seu livro *Sex* (1992) como fonte principal de ligação da cantora com o fetichismo. Também será utilizado o livro de Valerie Steele “Fetichismo: Moda, Sexo & Poder” de 1997 como fundamento essencial na construção do fetichismo.

A fim de atingir o público alvo, será realizada uma pesquisa do tipo levantamento de cunho quantitativo em modelo de questionário com perguntas objetivas aplicadas em uma plataforma *on-line*, com o propósito de delimitar quem é o consumidor principal da coleção e suas características, relevando também a localização demográfica do público-alvo, sua forma de consumo e delimitar o quanto está disposto a investir.

6.CRONOGRAMA

Atividades	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov
Escolha do Tema e problema	X									
Leitura e pesquisas metodológicas	X									
Justificativa		X								
Estrutura e análise de metodologia		X								
Estrutura do referencial teórico		X	X							
Aplicação de Pesquisa		X								
Definição painel de criação, tecido e cores				X						
Criação da coleção				X	X					
Produção da coleção						X	X	X	X	

Correção									X	
Entrega do projeto										X

Fonte: Autoria própria.

APÊNDICE B: Questionário aplicado

QUESTIONÁRIO

1. Qual a sua idade?

A fim de delimitar a faixa etária do público-alvo.

2. Como você se identifica?

Para compreender se o consumidor de maior interesse é feminino, masculino ou não binário.

3. Em qual cidade mora?

A fim de delimitar onde tem a maior área de consumo.

4. Qual sua renda mensal?

Com intuito delimitar classes sociais do consumidor.

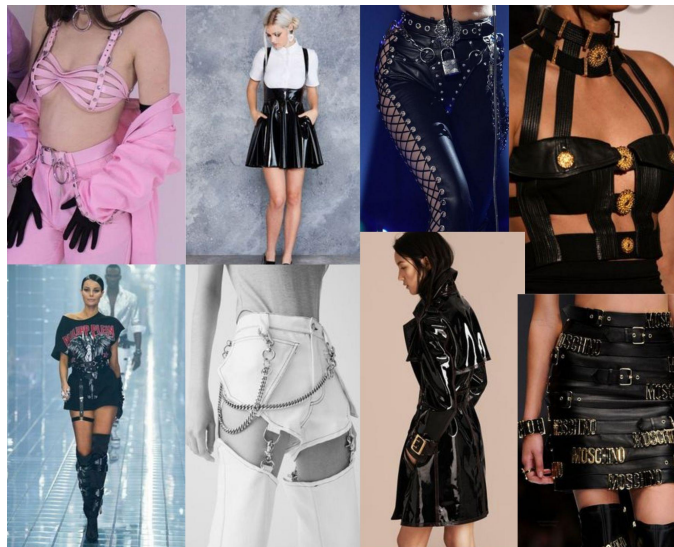
5. Por qual meio você costuma comprar?

A fim de localizar o segmento de preferência de consumo, se é por varejo, departamento ou *e-commerce*.

6. Você se interessa por peças deste estilo?

A fim de saber se o público-alvo se identifica e se interessa por peças fetichistas, por meio de um painel de referências.

Painel 5- Painel de Referência de estilo



7. Quais diferenciais você deseja encontrar no mercado de moda?

Com o intuito de compreender o que o consumidor deseja consumir.

8. Qual faixa de preço investiria em um produto dessa linha?

A fim de determinar o custo e mão de obra das peças produzidas.

9. Qual produto sente falta no mercado?

Com o propósito de compreender o que o público-alvo sente necessidade de consumir

