

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS E PUBLICIDADE

SARAH BROCHADO FIALHO

**A HISTÓRIA DA ESTAMPA DE ONCINHA E SUA REPRESENTAÇÃO EM
VIDEOCLIPES CONTEMPORÂNEOS**

BRASÍLIA

2020/2

SARAH BROCHADO FIALHO

**A HISTÓRIA DA ESTAMPA DE ONCINHA E SUA REPRESENTAÇÃO EM
VIDEOCLIPES CONTEMPORÂNEOS**

Trabalho de conclusão de curso em da
faculdade de Artes da UnB – Universidade de
Brasília.

Orientador: Prof. Dra. Gabriela Freitas

BRASÍLIA
2020

SARAH BROCHADO FIALHO

**A HISTÓRIA DA ESTAMPA DE ONCINHA E SUA REPRESENTAÇÃO EM
VIDEOCLIPES CONTEMPORÂNEOS**

Monografia aprovada como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Artes, no curso de Artes Visuais, da UnB, pela seguinte banca examinadora:

Orientadora: Prof. Dra. Gabriela Freitas

Convidada: Prof. Dra. Selma Regina Nunes Oliveira

Convidada: Ma. Ingrid Kalline de Souza

Brasília, 30 de novembro de 2020.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

GQ	Gentlemen's Quarterly
FHAR	Frente Homossexual de Ação Revolucionária
LGBTQIA+	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Queer, Intersexual, Assexuais e Pansexual.
MLF	Movimento de libertação das mulheres
MTV	Music Television
NY	New York
Pop	Popular
R&B	Rhythm and blues

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Trecho do videoclipe Alaska Thunderfuck - Leopard Print, de 2020.....	13
Figura 2. Cueca da marca Odaingerous.....	14
Figura 3. Caricature Showing Marie Antoinette as a Leopard, 18th century.....	20
Figura 4. Louise Glaum em seu figurino no filme Leopard Woman.....	22
Figura 5. Propaganda do perfume Miss Dior na década de 40.....	23
Figura 6. Catálogo do Frederick's of Hollywood da década de 70.....	24
Figura 7. Jackie Kennedy e seu marido em 1961.....	25
Figura 8. Publicidade do filme Female Trouble, 1974.....	26
Figuras 9. Nina Hagen, cantora Punk performando em show (1987).....	28
Figura 10. Cyndi Lauper, no clipe "Girls just wanna have fun" (1983).....	28
Figura 11. Printscreen do documentário The Remix: Hiphop X Fashion.....	30
Figura 12. Lil Kim 1996. Fonte: Reportagem da Vice, do dia 16 de abril de 2016.....	31
Figura 13. Printscreen do vídeo do desfile 2002 da marca Yves Saint Laurent.....	32
Figura 14. Imagens da fotógrafa Émilie Régnier.....	33
Figura 15. Música "Paulinha" se associa ao camp.....	45
Figura 16. Imagem retirada do desfile de Alexander Mcqueen em 1999.....	43
Figura 17. Printscreen do clipe WAP (Cardi B feat. Megan Thee Stallion, 2020).....	47
Figura 18. Printscreen do clipe WAP (Cardi B feat. Megan Thee Stallion, 2020).....	48
Figura 19. Printscreen do clipe Me Gusta (Anitta feat. Cardi B e Myke Towers, 2020).....	49
Figura 20. Printscreen do clipe Sussu (Lexa, 2020).....	50
Figura 21. Printscreen do clipe Opo (2Baba ft. WizKid, 2020).....	52
Figura 22. Printscreen do clipe Opo (2Baba ft. WizKid, 2020).....	53
Figura 23. Foto de divulgação do clipe Tímida (Pablo Vittar e Thalia, 2020).....	54

RESUMO

O presente trabalho visa relacionar o movimento *Queer* e a estética *Camp* com videoclipes do ano de 2020 que trazem a estampa de oncinha em seu figurino. Esta relação foi desenvolvida considerando a história da estampa de oncinha com base no livro da autora Jo Weldon (2019), além de documentários e artigos de revistas. Seguida por uma pesquisa abordando teóricos que tratam da Teoria *Queer* atualmente, trazendo a perspectiva de Beatriz Preciado, Guacira Louro e Telmo Fernandes sobre a multidão *Queer* e sua relação e estética *Camp*. Os clipes foram selecionados de acordo com o ano de lançamento, país de origem dos artistas e pelo fato de terem a estampa de oncinha no seu figurino, estes são: *Me gusta* (Anitta ft. CardiB e Mike Towers, 2020), *Sussu* (Lexa, 2020), *Opo* (2Baba ft. WizKid, 2020), *Tímida* (Pablo Vittar e Thalia, 2020) e *WAP* (CardiB ft. Megan Thee Stallion, 2020). Estabeleceu-se assim, uma relação da estampa de oncinha e a expressão de personagens *Queers* nos videoclipes deste ano. Assim, este estudo permitiu notar que - seja de uma forma simbólica ou outras, sendo todas elas pautadas na criação de espaços de empoderamento, de visibilidade, de protestos cívicos -, a estampa de oncinha sempre esteve no pódio dos grupos sociais ditos marginalizados.

Palavras-chave: *Queer*; *Camp*; Estampa de oncinha; videoclipes.

SUMÁRIO

RESUMO	6
INTRODUÇÃO.....	11
1.1 REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO	17
1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA	18
1.2.1 Objetivo Geral	18
1.2.2 Objetivos Específicos.....	18
2 REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1 RETROSPECTIVA HISTÓRICA DA ESTAMPA DE ONCINHA.....	19
2.2 ESTÉTICA QUEER.....	35
2.3 CAMP	40
3 ANÁLISE DOS CLIPES	45
CONCLUSÃO	59
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61

INTRODUÇÃO

No início de 2019, em uma das minhas idas à feira, me deparei com uma calça *legging* com estampa de oncinha e, como estava intuindo que estampas animais seriam a próxima tendência, comprei antes que inflacionasse e eu perdesse a coragem de investir em algo que não necessariamente usaria por muito tempo. Ali, adquiri minha primeira peça de *animal print*. Na primeira vez que sai na rua com minha *legging* estampada de oncinha, percebi que os olhares para o meu corpo aumentaram absurdamente. Primeiramente, achei que talvez fosse por se tratar de uma calça muito justa. Achei curioso. Ao caminhar na calçada, ao lado de uma pista de carros (caminhada de 500 metros que fazia praticamente todos os dias, sem nenhum alarde), levei três buzinadas, seguidas de comentários sobre meu corpo. Atestei o que já suspeitava: alguma coisa naquela estampa capturava o olhar das pessoas, principalmente de homens heterossexuais que reconheceram nessa estampa um ser sexualizado.

Estava instigada. Era meio óbvio para mim, como trabalhadora do cinema e figurinista, que roupas com estampa animal não são para qualquer personalidade. Mas o que me surpreendeu foi a sexualização de uma estampa por pessoas que não costumam ser capazes de distinguir um *ped de poule*¹ de um *vichy*². Um ano se passou e, durante a pandemia do novo coronavírus, foi ficando cada vez mais claro que a estampa de leopardo seria uma grande tendência na moda do ano de 2020, pois estava presente em grande parte dos cliques de cantoras pop e virou assunto das revistas de moda, como eu havia previsto.

Contudo, algo interessante aconteceu: a estampa de oncinha saiu do circuito da cultura pop e se tornou assunto de uma reportagem polêmica da Folha de São Paulo, de autoria da antropóloga e professora Lila Moritz Schwarcz. A matéria trazia o seguinte título: "Filme de Beyoncé erra ao glamourizar negritude com estampa de oncinha" seguido do subtítulo "Diva pop precisa entender que a luta antirracista não se faz só com pompa, artifício hollywoodiano, brilho e cristal". A reportagem foi muito criticada e a autora foi *cancelada* pelos internautas. Segundo eles, o caso tratava-se de uma mulher branca julgando uma artista negra, tentando ditar como a

¹ Padrão têxtil com duas cores constituído por formas de quatro pontas que se complementam formando um padrão.

² Padronagem xadrez de uma cor só.

luta antirracista deve ou não ser feita, mesmo nunca tendo passado pela experiência de ser uma mulher negra. Após o *cancelamento*³, a autora e o jornal se retrataram.

A estampa de oncinha estava, então, no centro do debate. E não só ela, mas outras representações de opulência⁴, como pompa, brilho e cristal. Desse modo, a principal crítica da professora se sustenta no argumento de que a luta de grupos minoritários, nesse caso, antirracista, não pode ser feita por meio dessas representações de opulência. A reportagem trouxe *insights*, quem são as pessoas automaticamente relacionadas com essa estampa? Talvez, mulheres negras estejam nessa lista.

Além do debate consequente do clipe da Beyoncé, a Rádio Novelo lanç, no mesmo ano (2020), o *podcast Praia dos Ossos*, um trabalho investigativo que mergulha nos acontecimentos que envolvem o assassinato e o julgamento do caso Angela Diniz, um feminicídio que aconteceu em 1977. Eu não fazia ideia da existência desse caso até o lançamento do *podcast*. Para uma mulher, escutar os argumentos utilizados pela defesa do assassino Doca Street para inocentá-lo são dolorosos. Em certa medida, o julgamento deixou de ser um instrumento legal, baseado na constituição, e passou a ser um espetáculo midiático. O júri inocentou Doca em um julgamento que parecia que o réu era a vítima e que o júri era formado por frequentadores da *Conferência de Ação Política Conservadora*⁵. Para mim, a descrição que advogado fez para o júri sobre a personalidade de Ângela saltou aos ouvidos: "uma pantera que arranhava com suas garras os corações dos homens", pois Ângela era conhecida nas colunas sociais como "a Pantera de Minas". Ou seja, Doca agiu em legítima defesa contra uma pantera. A pantera não o atacou com garras e dentes, mas feriu sua honra ao, supostamente, flertar com uma garçonete.

Ângela era uma mulher famosa por sua beleza, de família tradicional mineira, que rompeu com os padrões esperados da dona de casa que foi criada para ser ao se divorciar do seu primeiro marido e pai de seus três filhos. Além de ter se divorciado em uma época que não era um caminho usual, ela perdeu a guarda de seus filhos para o ex-marido e, futuramente, foi acusada de sequestrar a própria filha ao levá-la para passar um tempo com ela no Rio de Janeiro, onde morava. Em revista feita pela polícia em sua casa, devido ao processo movido pelo seu ex-

³ Linchamento virtual.

⁴ Riqueza, luxo.

⁵ Conferência realizada há muitos anos nos EUA que teve sua primeira edição no Brasil em 2019.

marido, foram encontrados cigarros de maconha em seus pertences. Ou seja, uma mulher cheia de desejos e que agia nesses impulsos. Mesmo que Ângela não tenha ficado famosa pela estampa de oncinha, era relacionada, pelo seu apelido, a outro grande felino. Esse caso me mostrou que mulheres fortes e livres também poderiam fazer parte do imaginário da estampa de oncinha.

Recorri ao *Google* para saciar minha curiosidade. Digitei "*leopard print*". O primeiro resultado da pesquisa era o videoclipe da *Drag queen* Alaska Thunderfuck, ex-participante do programa televisivo *Ru Paul's Drag Race*, performando uma música de nome "*Everything must be leopard print*" (tudo deve ser estampa de leopardo). O videoclipe foi lançado em abril de 2020 e tem, em seu *casting*, membros da comunidade LGBTQIA+, todos usando estampa de leopardo enquanto a voz da Alaska, ao fundo, diz que "se não for de estampa de leopardo é irrelevante". Em um momento do videoclipe, até a Casa Branca é colorida com a estampa. Essa pesquisa me levou a questionar: é possível relacionar a estampa de oncinha ao movimento *Queer* atual?

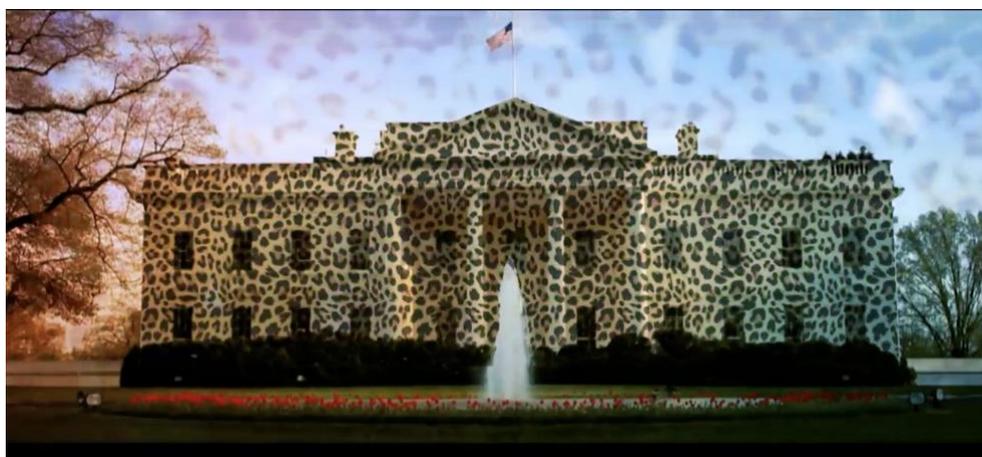


Figura 1. Trecho do videoclipe Alaska Thunderfuck - Leopard Print, de 2020. Autor: Alaska Thunderfuck. Fonte: Alaska Thunderfuck, em canal do Youtube, 2010.

Iniciando a conexão de referências midiáticas, me lembrei do documentário *Tiger King (2020)*, que ganhou fama na plataforma online Netflix durante a quarentena. Joe Exotic, o personagem principal do documentário, é obcecado por grandes felinos e criou um parque no qual mantém muitos desses animais em cativeiro. Apesar de ter cometido inúmeros crimes, seu estilo excêntrico tem causado uma certa obsessão na internet. Revistas de moda como Vogue, CQ e

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=dgQXjxKLG-c>

Dazed fizeram reportagens analisando seus *looks*, sendo que a maior parte deles envolve estampa de oncinha. Joe foi preso por maus tratos aos animais e, durante o cumprimento da sua pena, lançou uma marca de roupas chamada “*Odaingerous*”, que teve suas cuecas esgotadas em apenas um dia. No site, a marca aponta seu objetivo: “criar sua própria realidade e viver sua verdadeira *Odaingerous*, oferecendo a próxima geração de *street wear*. Ousadas, icônicas, irreverentes e perigosamente cheias-de-si”⁷ (tradução nossa).



Figura 2. Cueca da marca *Odaingerous*. Fonte: site oficial da marca, 2020.

A fim de começarmos a estabelecer as diversas conexões dessa pesquisa, é importante considerarmos que os debates que colocam as questões de gênero em voga estão cada vez mais evidentes na sociedade atual, sendo, inclusive, uma das pautas que mais gerou notícias falsas e ataques agressivos pelos apoiadores e pelo, agora presidente, Jair Bolsonaro. O aumento da popularidade das discussões relativas a essa temática pode ser relacionado tanto à consolidação das pautas do movimento feminista, que vem há anos batalhando contra a desigualdade de gênero, quanto à luta dos movimentos LGBTQIA+, que catapultou maior destaque para esse público, politicamente e midiaticamente. Exemplo disso é a fama de

⁷ O site oficial da marca encontra-se disponível em: <https://odaingerous.com/pages/about>.

programas televisivos como *Ru Paul's Drag Race*, seguido pelo sucesso de várias *Drags* na cultura pop.

No Brasil, a *Drag queen* Pablllo Vittar introduz questionamentos, que antes eram exclusivos da cultura *underground*, na cultura de massa. Já adentrando um certo nicho alternativo, temos várias artistas como Linn da Quebrada, Jup do Bairro e Danny Bond, cujas manifestações trazem à tona uma realidade muito particular do Brasil: a arte das autodenominadas travestis, que têm ganhado cada vez mais visibilidade no contexto atual.

A popularização das nomenclaturas que abrangem as questões de gênero (*cis*, *trans*, travesti, gênero fluído, etc.) segue essa tendência. Todas essas classificações refletem, em suas performances sociais, expressões de padrões condizentes com o gênero com o qual os indivíduos se identificam. Tais expressões podem ser comunicadas de várias formas, inclusive por meio da moda, área que este projeto pretende analisar. O aumento de consumidores do gênero masculino que utilizam elementos do vestuário feminino, especialmente em festas e em suas mídias sociais, instiga um novo olhar, que pode ou não estar necessariamente relacionado aos conceitos alavancados anteriormente. A maneira que um sujeito escolhe se vestir é relevante para a construção da subjetividade e ultrapassa uma escolha somente estética. A indumentária, neste caso, é entendida como um meio escolhido especificamente com a intenção de comunicar, simbolicamente, através da sua performatividade diária, uma mensagem política e ideológica.

Se todo corpo é político, a forma como se decide cobri-lo (ou não) é parte essencial da concepção do conceito de política. Logo, a expressão da subjetividade pela primeira camada visível do corpo, a roupa, pode ser uma afronta direta às instituições. De acordo com Deleuze e Guatarri (1976), o desejo é uma ameaça às instituições e a demonstração dos desejos – que, de acordo com a norma, deveria ser mantido no âmbito privado – de maneira simbólica, através da segunda pele, é tornar a existência em sociedade um ato político.

Ao mesmo tempo, enquanto escrevo todas as minhas percepções e a minha relação com a estampa de oncinha, a minha *timeline* está cheia de fotos das onças pintadas com suas patas queimadas, devido aos incêndios criminosos seguidos de uma negligência estratégica do governo que ocasionou na destruição de mais de

21% do bioma desde o início do ano de 2019⁸. Talvez, as gerações futuras vejam essa estampa e nem as relacionem ao animal de fato. O que me faz pensar que muito provavelmente a estampa de oncinha será ou já é somente um representante imagético consumível desse mundo muito distante no qual existiam bichos e que está cada vez está mais desconectado das vivências humanas, assim como um garoto, aprendendo a nomear as coisas, morador da cidade, que ao visitar uma fazenda aponta para uma galinha e a chama de *Knorr*⁹. Consideradas as questões acima, este projeto visa trazer a moda e questões relativas ao universo *Queer* enquanto estética para o centro do debate. O que nos leva a pensar: como e por quem a estampa de oncinha foi abordada na mídia ao longo dos anos? Como ela pode ser relacionada ao movimento *Queer*? Como essa relação entre o *Queer* e a estampa de oncinha manifesta seus usos e imaginários em videoclipes de grande popularidade no ano de 2020? Essa análise será majoritariamente visual, com foco nos personagens que estão vestidos com a estampa (raça, país de origem, posição social, posicionamento político fora do clipe etc.), considerando também, a letra da música, o cenário, o figurino e o *casting* da produção, depois, se desdobrará em uma análise de conteúdo, trazendo as questões de gênero e teoria *queer* levando em consideração letra das músicas. Além de criticar as normas héterocentradas que controlam os nossos corpos. Todas essas questões serão analisadas a partir do estudo acerca do imaginário social¹⁰ criado em torno da estampa de oncinha e a relação que pode ser estabelecida entre este e o movimento *Queer*. No primeiro capítulo, então, analisaremos a história da estampa de oncinha, trazendo uma perspectiva da pesquisadora Jo Weldon, além de uma pesquisa focada na representação midiática dessa estampa, desde o cinema até o mundo da música.

No segundo capítulo aprofundaremos no que poderia ser uma estética preponderante dos *Queers*, trazendo a perspectiva de autores trabalham uma visão atual do movimento, para entender quais as características daqueles que podem ser enquadrados nesse grupo tão diverso. Analisar como uma parte deste grupo tende a se expressar esteticamente e de que forma a estampa de oncinha pode ter se

⁸ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2020/09/setembro-tem-recorde-historico-de-queimadas-no-pantanal.shtml>. Acesso em 3 set. 2020.

⁹ Marca de caldos industrializados vendidos em tabletes.

¹⁰ Conjunto de imagens e conceitos criados através das vivências cotidianas em uma sociedade.

tornado um algo estimado por esse grupo ao escolher o que irão usar como sua segunda pele.

No terceiro capítulo, vamos analisar cinco clipes do ano de 2020 que tem a estampa de oncinha no figurino a partir do imaginário levantado pelo histórico do primeiro capítulo e a relacioná-lo com a estética *Queer* mais especificamente o *Camp*. Os videoclipes analisados serão: *Me gusta* (Anitta ft. CardiB e Mike Towers, 2020), *Sussu* (Lexa, 2020), *Opo* (2Baba ft. WizKid, 2020), *Tímida* (Pablo Vittar e Thalia, 2020) e *WAP* (CardiB ft. Megan Thee Stallion, 2020).

1.1 REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

O estudo que aqui desenvolveremos se caracteriza como uma pesquisa de abordagem qualitativa, de natureza aplicada, de objetivos descritivos e de procedimentos de pesquisa bibliográfica e de estudo de caso - uma vez que nos basearemos nas teorias encontradas para analisar uma parcela dos clipes lançados em 2020 por artistas pop.

No primeiro capítulo, este trabalho pretende, por meio de um levantamento histórico e bibliográfico, entender a história da estampa de oncinha e seus respectivos consumidores mais famosos, levando em consideração a repercussão midiática deles para compreendermos sua relação com o imaginário social formado sobre essa vestimenta.

No segundo capítulo, também utilizamos uma pesquisa bibliográfica para discutir as várias perspectivas que envolvem a Teoria *Queer* atualmente. Ao mesmo tempo, tentamos relacioná-la com a sua representação visual estética possível: o *Camp*. Com a intenção de entender melhor o conceito de Camp, expresso no manifesto de Susan Sontag (1964), foi utilizado o método de elencar as palavras mais citadas pela autora no texto para depois relacioná-las a diferentes conceitos mais abrangentes. Para este trecho do trabalho, a pesquisa bibliográfica tentou trazer perspectivas mais latino americanas por meio de autores que não pertencessem somente aos países que costumam aparecer no meio acadêmico.

O terceiro capítulo tem a intenção de analisar videoclipes do ano de 2020 que trouxessem a estampa de oncinha em seu figurino. Para a seleção dos clipes levamos em consideração a nacionalidade dos cantores, o ano de lançamento e o

número de visualizações (nas contas oficiais dos artistas no youtube). Isso tudo na intenção de obter uma amostra que, ao mesmo tempo, tivesse relevância na indústria musical e personagens representativos da sociedade. Assim, a análise se desenvolverá com foco nos personagens que vestem a estampa de oncinha problematizando questões como raça, posição social, posicionamento político etc. através da letra da música, do *mise en scene*, do cenário, do figurino e do *casting* do videoclipe.

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

1.2.1 Objetivo Geral

Visando identificar diferentes perspectivas sobre a história da estampa de oncinha entendendo seus possíveis significados para aqueles que decidem a vestir; e, considerando a moda como forma de expressão individual de relevância política pois assume as rédeas da sua própria construção subjetiva rompendo com as classificações institucionalizadas e impostas que controlam nossos corpos, o objetivo principal deste estudo é:

Identificar a relação entre cinco videoclipes do ano de 2020 com a história da estampa de oncinha (partindo de uma visão ocidentalizada), movimento Queer e a estética Camp.

1.2.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos são aqueles que cooperam para que o objetivo principal seja alcançado. Eles apresentam, conforme lecionam Lakatos e Marconi (2010), caráter mais concreto porque têm função intermediária e instrumental, permitindo, de um lado, atingir o objetivo geral e, de outro, aplicá-lo a situações particulares. São eles:

- Pesquisar a história da estampa de oncinha para entender quem foram os personagens mais relevantes dessa história;
- Discutir a perspectiva *Queer* atual; relacionando alguns autores que estudam esse tema;

- Relacionar clipes do ano de 2020 que façam uso da estampa de oncinha com estética *Camp*, a Teoria Queer e a história da estampa de oncinha.
- Discutir como a estampa de oncinha faz parte da construção identitária de uma parte da população *Queer*.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 RETROSPECTIVA HISTÓRICA DA ESTAMPA DE ONCINHA

O recorte do trabalho é estético. A intenção é descolar a imagem do senso comum da utilização da estampa de oncinha, contextualizando sua origem e construção ocidental de imaginário, que foi replicado através dos meios de comunicação. É importante entender, que apesar da padronagem característica da estampa de onça aparecer em felinos de diversas áreas do planeta, estes animais são encontrados, em sua maioria, na África e na Ásia. A visão estereotipada mais conhecida remete ao safari africano e esta reforça perspectivas fetichizadas, em que os povos africanos são considerados menos desenvolvidos, aproximando-os do animalesco, conceitos que se desenvolveram a partir de um processo colonizatório que ocorre no continente desde as Grandes Navegações do século XV.

Em seu livro "Fierce - the history of leopard print", de 2018, a autora Jo Weldon, pesquisadora de dança burlesca e ativista dos direitos femininos, conta sobre sua trajetória de pesquisa e sobre sua relação pessoal com a estampa. Estes relatos permeiam, direta ou indiretamente, tudo que será escrito nessa fase deste capítulo. Seguindo o seu pensamento, entende-se, aqui, como estampa de oncinha qualquer padrão de desenho em tecido que se assemelha ao que seria a pele de um felino de grande porte. Nas primeiras páginas do livro, Jo expressa sua opinião sobre a relevância de estudar a estampa, uma vez que, ao escolher um animal que é predador em detrimento de qualquer outra estampa animal, como zebras e girafas, é inegável que existe uma intenção, seja ela consciente ou não.

Aqueles que decidem vestir uma estampa de oncinha não querem necessariamente dizer que são predadores, mas eles certamente querem mostrar que não são presas. A estampa comunica sua força interior poder ou faz com que eles se sintam protegidos do poder que eles podem não ter.

Seu impacto tem origem na natureza. Ela é uma forma muito viva de comunicação não-verbal¹¹ (WELDON, 2018, p.17).

Na história da humanidade, felinos são comumente associados a figuras de poder. Na Grécia antiga, muitos guerreiros foram descritos utilizando pele de grandes felinos devido a difícil penetrabilidade dessas peles. Da mesma forma, deuses de inúmeras culturas são associados a felinos: Shiva, a deusa Hindu, é representada vestindo peles de tigres ou *cheetahs*; no antigo Egito, deuses eram representados com cabeça de gato e seus representantes religiosos na terra usavam pele de felinos como adorno.

Na idade média, havia uma regulamentação específica para as roupas que cada classe poderia usar. A justificativa argumentava que era para evitar que aqueles com poucos bens comprassem mais do que conseguiriam pagar. Peles, no geral, faziam parte dos itens regulamentados durante a idade média e o uso da pele de leopardo era exclusivo de caçadores, de lutadores e de membros das realezas. Ou seja, se não fosse forte o suficiente para conquistar o direito de utilizar tal símbolo de grandeza, teria que nascer nobre, o que acarretaria em ser presenteado por um dos seus súditos com tal iguaria (WELDON, 2018, p. 55).

A estampa de leopardo era um símbolo de riqueza, nobreza e extravagância de tal forma que, nos anos precedentes à Revolução Francesa, uma sátira foi feita colocando a cabeça de Maria Antonieta, rainha famosa pelo seu estilo de vida esbanjador, em um corpo de leopardo, no intuito de criticar a rainha que, na época, estava tentando esconder suas gastanças para tentar acalmar o olhar popular em relação ao estilo de vida luxuoso da corte francesa em detrimento da fome dos franceses (WELDON, 2018, p. 57).

¹¹ Tradução nossa.



Figura 3. Caricature Showing Marie Antoinette as a Leopard, 18th century. Fonte: Site de Museu Metropolitano de Nova Iorque

O século XVIII foi definitivo para a moda como a conhecemos, pois, a França passou a ser o polo da moda mundial e o exagero e a fantasia dominaram os *looks* da corte. Por influência da corte francesa, muitos aristocratas no mundo incorporaram a estampa de felinos ao seu guarda roupa. Ou seja, até um pouco antes da revolução francesa, a estampa de leopardo estava relacionada a demonstração de poder, seja ela financeira ou social, e se tornou uma marca dos ícones fashion masculinos da época.

Os *macaronis*, homens que no século XVIII eram conhecidos por serem obcecados por moda e por terem trejeitos afeminados, foram pioneiros em serem representados com estampa com padrão que simulava a pele de um leopardo - a primeira vez que a estampa aparece dissociada da pele de fato (WELDON, 2018, p. 56). Nesse período, então, a padronagem, deixou de ser um produto derivado de um ato de coragem e bravura e passou a ser uma estampa popularizada por homens conhecidos e zombados na corte por serem andrógenos e aproximados do "sexo frágil".

Apesar da invenção da pele sintética só acontecer na década de 1930, o tecido estampado de grandes felinos se popularizou ainda em 1920, provando que o

interesse havia passado para a padronagem estampada em si e no que ela representava, não mais estava na pele retirada do animal. Essa popularização ocorreu em decorrência da industrialização do segmento têxtil, que permitiu, devido a novas tecnologias, maior reprodutibilidade, tornando mais acessíveis roupas no geral. O surgimento de meios de comunicação em massa também contribuiu, pois possibilitou maior exposição do universo feminino, que antes era mais reservado ao ambiente familiar (WELDON, 2018, p.65).

O principal meio de comunicação que influenciou a criação do imaginário que mantemos hoje sobre a estampa de oncinha foi o cinema. No início de sua história, final do século XIX e início do XX, o cinema era considerado o entretenimento das massas, nos famosos *nickelodeons*, que tem seu nome inspirado no valor dos ingressos (um níquel) e que eram extremamente acessíveis para a população recém-chegada nas cidades em busca de emprego nas grandes indústrias. Com a intenção de atingir um público mais rico, acostumados com os espetáculos operísticos dos teatros, os produtores passaram a investir em grandes produções cinematográficas. As produções eram, majoritariamente, localizadas em Hollywood e contavam com *sets* extravagantes, figurinos impecáveis, efeitos especiais extremamente trabalhosos de se realizar e, não podemos esquecer, atrizes absurdamente belas.

Na década de 20, com a consolidação do modelo das megaproduções hollywoodianas, um padrão de personagens femininas começa a surgir: as *femme fatales*. De acordo com o dicionário de Cambridge¹², se trata de uma mulher que é muito atraente de uma forma misteriosa, geralmente levando os homens ao perigo ou causando sua destruição. Ou seja, uma mulher irresistível, que se aproveita dos homens de bem, sugando todas as suas virtudes e o seu dinheiro, até levá-lo ao fracasso. Importante ressaltar que, naquela época, se não fosse por meio de herança, não havia muitas maneiras de uma mulher enriquecer sem a participação de um homem.

As *femme fatale* ainda aparecem em diversos filmes na história do cinema, mas, no começo dessa utilização, elas costumavam surgir como uma representação das deusas da história antiga, Grega ou Indiana, sentadas sobre peles estampadas,

¹² Disponível em <<https://dictionary.cambridge.org/pt>>.

em ambientes exacerbadamente decorados para parecerem místicos e exóticos¹³ (WELDON, 2018, p.87). Toda a estética escolhida pela direção de arte desses filmes pode ser lida como uma possível intenção de distanciar essas mulheres dos *homo sapiens*, seres racionais e sensatos, e aproximá-las do animalesco irracional cujo único impulso é destrutivo. A relação entre as *femme fatale* e o universo animal são tão presentes que, na maioria dos filmes, há uma referência no figurino que remete ao mundo animal - em grande parte, a felinos. Nessa época dos primórdios do cinema, inclusive, foi lançado o filme mudo chamado *Leopard Woman*, estrelado pela atriz Louise Glaum, conhecida por interpretar papéis desse gênero (anos antes, havia feito parte do elenco do longa *Wolf Woman*). Seu figurino trazia uma cabeça de leopardo que ela utilizava como chapéu.



Figura 4. Louise Glaum em seu figurino no filme *Leopard Woman*. Fonte: Stewart Edward White, 1920.

Em meados dos anos 40, o estilista Christian Dior lançou o seu perfume *Miss Dior*, em homenagem a sua irmã, sobrevivente do Holocausto que havia sido libertada após o fim da segunda guerra mundial, anos antes. Em uma de suas primeiras propagandas, o perfume trazia uma pata de onça e uma mão feminina. Na mesma década, no ano de 1947, Dior lançou sua coleção *Jungle*, na qual todos os *looks* traziam estampas animais. Em 1954, no livro *The little dictionary of fashion*, Dior descreveu, na sua opinião, quem era a mulher por trás desses felinos: "para

¹³ Termo que este trabalho considera fetichista

vestir leopardo é preciso ter um tipo de feminilidade mais sofisticada. Se você é justa e doce, não use" (tradução nossa). A história da estampa de leopardo e a história da marca Dior, que até hoje é uma das mais influentes na moda mundial, estão intimamente ligadas.



Figura 5. Propaganda do perfume Miss Dior na década de 40. Fonte: Bruni Ziggyi, 2011.

Durante a segunda guerra mundial, um movimento, que se tornou praticamente um dever patriótico¹⁴ das mulheres da época, era o de tirar fotos levemente sensuais para que os soldados pudessem levar como lembrança para o campo de batalha. Devido a essa tendência, houve a popularização das *Pin Ups*, mulheres com corpos voluptuosos, com uma estética levemente provocativa e erótica, que ganharam fama estrelando em fotos que eram compartilhadas pelos soldados. As *Pin Ups* eram grandes consumidoras das estampas de oncinha, além de poá e batons vermelhos.

Não coincidentemente, nos anos após a segunda guerra, a marca *Frederick's of Hollywood* transformou a história das "roupas de baixo". O que antes era considerada uma peça de roupa utilitária passou a ser objeto de desejo das mulheres da época. De acordo com Frederick, as peças da loja seriam desenhadas para agradar o gosto masculino e já traziam, em um dos seus primeiros catálogos, a estampa de oncinha. Uma curiosidade sobre a loja é que, apesar de ter a intenção

¹⁴ A ideia por trás fotos sensuais era lembrar os soldados da "recompensa" que teriam ao voltarem para os Estados Unidos como heróis nacionais.

de exacerbar a feminilidade e o corpo feminino, acabaram por atrair consumidores improváveis: homens que se sentiam atraídos pelos *looks* exagerados e caricatos da marca pois gostavam de se vestir com roupas femininas, ou seja, o movimento *Drag*¹⁵ (WELDON, 2018, p. 119).



Figura 6. Catálogo do Frederick's of Hollywood da década de 70. Fonte: Pinterest.

Em 1959, a história da estampa de oncinha toma um caminho improvável quando se torna elemento essencial do guarda roupa da primeira dama dos Estados Unidos da América, Jackie Kennedy. Conhecida por ser um ícone fashion da década de 1960, era a mulher que todas queriam ser e a esposa que todo homem queria ter. Uma mulher inteligente e marcante, foi considerada a princesa que os EUA nunca tiveram. Em contraste, após seu segundo casamento, se tornou símbolo da esposa troféu: uma mulher jovem e bonita que se casa com um homem mais velho e rico, com o intuito de elevar o status social dos dois envolvidos. Sua peça de estampa de oncinha mais icônica era um casaco no qual foi fotografada diversas vezes.

¹⁵ A década de 50 foi o berço dos dos movimentos contraculturais que tomariam conta da década seguinte. Ideais como liberdade sexual, paz entre as nações, valorização do "ser" em detrimento do "ter" criaram o ambiente libertário perfeito para que o movimento drag ganhasse mais força.



Figura 7. Jackie Kennedy e seu marido em 1961. Fonte: Pinterest.

Jo Weldon (2018, p. 133) conta que, o que acreditavam ser um casaco só, na verdade eram dois, ambos recebidos como presentes de governantes do continente africano. Após o sucesso do suposto único casaco, os dois governos, Etiópia e Somália, se encontraram em uma pequena disputa de narrativas de quem havia dado o casaco a primeira dama. O burburinho nos demonstra tanto a influência de Jackie na época, quanto o símbolo de poder que o casaco representava.

Antagonicamente a essa imagem chique, a estética preponderante na década de 1970 ia no caminho do que hoje seria considerado como brega. Mas o que é brega? Muitos consideram um adjetivo elitista, percebendo que tudo aquilo que antes era inacessível para a maior parte da população e passou a ser acessível, por alguma modificação na estrutura, pode ser considerado brega. Além dessa problemática social, é possível associar a questões de gênero, pois a maior parte do que é considerado "brega" é feminino, homossexual ou *Queer*. Mas o que aconteceu na década de 1970 que tornou essa estampa popular?

A moda da década de 1970 já permitia a exploração de diversas silhuetas para o público feminino, até mesmo a mini saia já era naturalizada. O consumo pela população de baixa renda por itens *fashion* aumentava exponencialmente devido a popularização dos shoppings, das lojas de departamento e da tecnologia midiática. E quanto mais a classe alta tentava distanciar seu estilo do que estava nos cabides do "povão" - alegando que o que os diferenciava era o niilismo do gosto, ou seja, que eles tinham bom gosto e os outros tinham mau gosto -, mais eles exageravam naquilo que antes era exclusivo as classes altas. A estampa de oncinha, nesse

cenário, virou um símbolo da resistência ao que era considerado mau gosto (WELDON, 2018, p.155).

Ainda que muitos não tivessem total consciência de todo esse pano de fundo teórico, outros faziam de propósito. Independentemente, a estampa de oncinha se tornou parte da estética que era entendida como *Camp* - definida pela artista Susan Sontag como "predileção pelo exagerado, por aquilo que está 'fora', por coisas que são o que não são" (1967, p.3) - e sobre a qual nos aprofundaremos no segundo capítulo. O cineasta John Waters é considerado uma das maiores referências quando o assunto é estética *Camp*, principalmente depois de apresentar, em um dos seus filmes, a *Drag queen* icônica Divine que representa a personagem Dawn Davenport uma adolescente mimada que foge de casa para viver uma vida libidinosa.

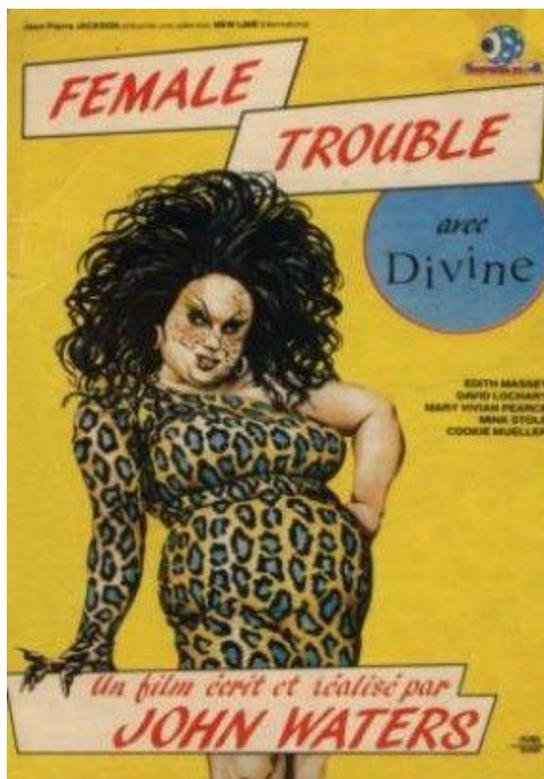


Figura 8. Publicidade do filme Female Trouble, 1974. Fonte: Filmow.

O Camp não ocupou somente o cinema, mas também se fez muito relevante no mundo da música, contribuindo para a identidade visual dos artistas da época, principalmente no rock, no new wave e no pop. O canal de televisão MTV foi criado em 1977 e mudou completamente o funcionamento da indústria musical, já que a coerência visual passou a ser exigida dos músicos: a roupa, o cabelo, a performance no palco, a estética e a história dos videoclipes passaram a ser tão ou mais

importantes que a música. E o *Camp* reinava quando o assunto era estilo nas décadas de 1970 e 1980. A banda Kiss e os músicos David Bowie, Prince, Jimmy Hendrix e Iggy Pop são exemplos de artistas que se identificavam com uma estética andrógina (faz parte do *Camp* brincar com os estereótipos de gênero) e que foram registrados usando estampa de oncinha (WELDON, 2018, p. 169).

Em contraponto aos boêmios da contracultura, que estavam felizes em exagerar na estampa de oncinha, uma outra vertente da moda também fez proveito da força que a estampa pode representar. Na mesma década de 1970, as mulheres já ocupavam cargos importantes no mercado financeiro e Diane von Fursterberg começou a divulgar seus vestidos versáteis, que poderiam ser usados no escritório e nas boates, muitos deles construídos com estampa de oncinha (WELDON, 2018, p. 161). Se a cidade grande é a selva de concreto e as mulheres recém-chegadas no ambiente precisam batalhar pelo seu espaço, nada mais lógico que se vestir como um predador (mesmo sabendo que provavelmente estavam mais próximas da presa nesse ecossistema) para tentar sobreviver.

Ao mesmo tempo, as filhas *baby boomers*, insatisfeitas com a vida pacata de dona de casa que suas mães levavam, se rebelam, pegando tudo aquilo que era considerado brega ou degenerado para tensionar os estereótipos de gênero da época - o que pode ser percebido na figura abaixo, em que duas cantoras, ícones da mesma época, utilizam oncinha em contextos completamente distintos. Seja no movimento Punk ou no Pop, se posicionando politicamente de forma direta ou indireta, refutando o considerado sensual na visão masculina ou reivindicando o direito das mulheres de se divertir, a estampa de oncinha participou ativamente da época mais fervilhante da história da moda. Nesse processo, sua percepção social foi sendo solidificada. Como afirmou Weldon, "não significava que estava mudando, mas estava acumulando significados"¹⁶ (2018, p. 173).

¹⁶ Tradução nossa.



Figuras 9 e 10. Nina Hagen, cantora Punk performando em show (1987) e Cyndi Lauper, no clipe "Girls just wanna have fun" (1983). Fonte: Google Imagens.

No final de década de 1980, a estampa já era aceitável em todos os espaços, mas ainda com um ar de novidade. Estilizações, como mudanças dos matizes para alterar as cores, passaram a ser mais corriqueiras (WELDON, 2018. p. 175). Um estilista que ganhou destaque nessa época, por seu estilo *Camp* (com muitos *looks* estampados de oncinha) e por seu ativismo pela inclusão de modelos negras nos desfiles da alta costura, foi Patrick Kelly. Ele foi também, o primeiro membro negro da *Chambre Syndicale*¹⁷, em 1985, contudo faleceu 5 anos depois de ter assumido o posto.

Na década de 1990, o *hip hop* tomou a cena musical e trouxe com ele um estilo de vida que é baseado na manifestação das individualidades, sendo a moda uma das suas principais formas de expressão. O estilo musical originário do gueto estadunidense e que tem a população negra como principal agente gerou o nicho da moda que hoje é conhecido como *streetwear*. Como disse o professor Dr. Todd Boyd, no documentário *Fresh Dressed* (2015):

Analisando a história da cultura afro-americana, em particular o século XX, estilo, moda e roupas sempre foram partes significantes da identidade de pessoas. Por meio desses, um indivíduo poderia, de certo modo, representar, ou definir, sua imagem para o mundo. Ainda que não tivessem dinheiro, a maneira única de utilizar algo se tornou um meio pelo qual essas

¹⁷ Órgão responsável pela gestão da Alta Costura francesa.

peessoas poderiam ser notadas, identificadas em meio a uma multidão, de se destacarem. [...] Considerando as experiências afro-americanas na sociedade estadunidense, ou mesmo, apesar dessas experiências, esta noção de sentir-se bem quando aparenta-se bem é algo que, acredito, ser evidência da importância da moda e estilo no decorrer do tempo (BOYD, 2015)¹⁸.

De acordo com os relatos do documentário (que conta a história da influência do *hip hop* na moda), naquela época, principalmente para os *rappers*, quando o assunto era moda o importante era sempre estar *fresh*, ou seja, independente da sua situação financeira, o principal investimento era no estilo, já que, ao colocar aquela armadura extravagante, eles se sentiam como a realeza. Compartilhando o mesmo espaço e tempo que o *hip hop*, outros artistas periféricos emergiram em NY que influenciaram o movimento *fashion streetwear*: a cultura Ballroom.

No documentário Paris is Burning (1990), Jennie Livingston até compara as batalhas de *hip hop* com as batalhas de vogue¹⁹, contudo, ressalta que os frequentadores dos *Balls* são, em sua maioria, a população negra e LGBTQIA+. As batalhas consistem em desfiles competitivos - em grupo ou em dupla - que são disputados por categorias, sendo algumas mais voltadas para a performance e outras mais focadas nos *looks*. Os figurinos, portanto, são extremamente elaborados, extravagantes e trabalhosos de confeccionar, já que, como relatado no documentário, a intenção era se aproximar ao máximo do estilo de vida dos ricos e famosos.

Naquela época, uma parte considerável dos acolhidos pelas *Houses*²⁰ eram gays ou transexuais que haviam sido expulsos de casa. Muitos deles, pela situação social, recorriam à prostituição e conviviam no cenário da periferia de Nova Iorque durante a noite. Como essas duas expressões culturais (*balls* e *hip hop*) coexistiram no mesmo espaço, durante a década de 1980, elas tiveram grande influência na concepção da moda urbana e de rua que dominaram as passarelas dos anos 1990. Tom Fitzgerald descreveu esse fenômeno, no blog *fashion Tom & Lorenzo*, ao afirmar que “a moda em geral está sempre se inspirando no *street wear*, não há nada mais *street wear* do que uma prostituta”²¹. A estampa de oncinha circulava nesses dois movimentos como se fossem amigos de vidas passadas.

¹⁸ Tradução nossa

¹⁹ Estilo de dança inspirado nas poses das modelos fashion.

²⁰ Rede de proteção similar a uma família, liderado por uma *mother*, que competem nos *Balls*.

²¹ Tradução nossa



Figura 11. Printscreen do documentário *The Remix: Hip hop X Fashion*. Fonte: Internet.

Mais para o final da década de 1980, a jovem Mysel Hilton realiza seu primeiro trabalho como *stylist* e incorpora a estética do *hip hop* em um grupo de R&B. A ideia dela se popularizou de tal forma que na década de 1990 ela se tornou uma das mais influentes *stylist*, sendo responsável por vestir artistas que marcaram a moda, tornando os seus *looks* icônicos uma referência para os *popstars* até hoje. Uma das suas clientes mais famosas era a rapper e ícone *fashion* Lil Kim. Naquela época, o mercado do rap era quase inteiramente masculino e as mulheres que ousavam tentar penetrar esse universo não expressavam sua feminilidade por medo de não serem respeitadas. Lil Kim foi a primeira rapper que não somente exibia sua feminilidade, como exaltava sua sensualidade, conforme registrou o documentário intitulado “*The Remix: Hip Hop x Fashion*” (2019), cuja direção e produção são assinadas por Lisa Cortés e Farah X.

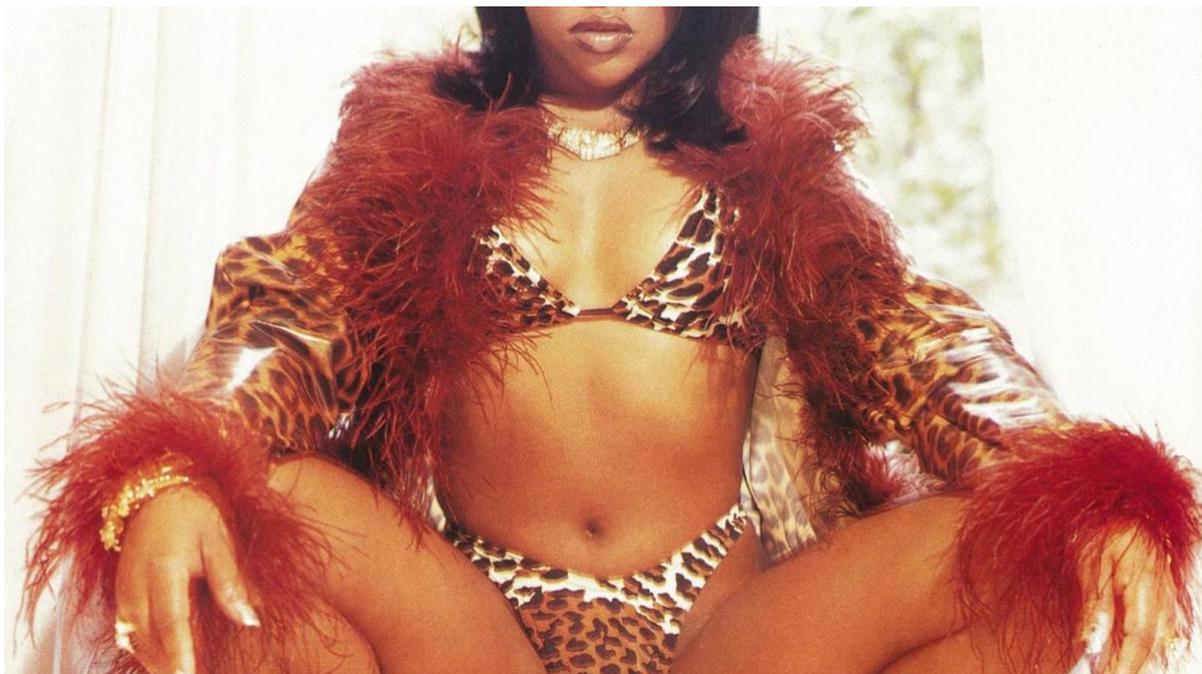


Figura 12. Lil Kim 1996. Fonte: Reportagem da Vice, do dia 16 de abril de 2016.

Nos anos 2000, a estampa de oncinha ganhou mais destaque sendo considerada uma das grandes tendências da virada do século. A moda dessa época se inspirou fortemente no que havia acontecido na década anterior, ou seja, as tendências dos anos 1990 voltaram nos anos 2000, só que de forma exagerada. Nessa primeira década do século XXI, a maior parte dos estilistas tinham pelo menos uma peça estampada de oncinha em destaque na passarela. A marca Yves Saint Laurent trouxe a estampa como atração principal na coleção de 2002, cujo tema seria Safari. Apesar de grandes felinos de pele pintada estarem presentes em todos os continentes, a aparição da estampa de oncinha como o figurino esperado em safári africano era comum e, provavelmente, remete à exotização que foi reiterada pela mídia desde uma das suas primeiras aparições.



Figura 13. Printscreens do vídeo do desfile 2002 da marca Yves Saint Laurent. Fonte: YouTube.

Em 2017, a artista e fotógrafa Émilie Régnier realizou uma exposição do Bronx Documentary Center, cujo nome era "From Mobutu to Beyoncé". Mobutu foi ditador de Zaire (hoje República Democrática do Congo) entre 1965 e 1997 e a sua imagem é marcada por estar sempre usando um tipo de gorro, de nome barrete, feito em pele de leopardo. Em 2017, Beyoncé ainda não havia lançado seu filme "Black is King". Então, por que a relação entre ela e Mobutu? Em sua mostra fotográfica, que trazia fotos de cortes de cabelo de mulheres africanas, Régnier perguntava às mulheres que fotografava qual a intenção delas com tais cortes de cabelo. Em entrevista concedida ao canal BronxNet, ela conta que as modelos costumavam responder que queriam se aproximar de artistas pop como Beyoncé e Rihanna. Duas cantoras que, assim como Mobutu, imprimem na estampa de oncinha uma relação tanto ancestral, quanto atual de empoderamento e ostentação.

Em um de seus ensaios, intitulado "Leopardo", Émilie fotografou os diversos espaços e corpos nos quais a estampa de leopardo aparece. Passando por vários países, suas fotos retratam desde um homem branco, do Texas, todo tatuado com padrão da estampa, até os adornos utilizados pelos líderes espirituais da Igreja Shembe na África do Sul. A religião Shembe é parte da cultura do povo Zulu e a pele dos leopardos, além de serem utilizadas em cultos religiosos, também tem a função de diferenciar os membros da aristocracia do resto da tribo. Como vimos no caso do casaco Kennedy e no barrete de Mobutu, a pele de leopardo ainda representa a força de uma nação para muitas culturas africanas.

Émilie afirma que a estampa de Leopardo é um exemplo de como a cultura ocidental se misturou com a africana e ambas se alimentaram dessa relação na história recente. Porém, a artista também ressalta como, majoritariamente, mesmo nos dias de hoje, essa relação é baseada na apropriação e na sexualização dos povos africanos pelos ocidentais.

Por causa da sua relação com a África, a estampa de oncinha tem uma conotação sexual". "Quando uma mulher vestia uma estampa de oncinha, isso indicava que ela tinha uma sexualidade selvagem e feroz. A estampa se tornou uma das mais populares na alta costura, e da alta costura ela se democratizou na moda de rua, voltando assim para o continente africano desassociada do seu simbolismo original (REGNIER, 2018, trad. nossa).²²



Figura 14. Imagens da fotógrafa Émilie Régnier. Fonte: Internet.

Ao contrário do povo Zulu, que encontra na estampa a identidade humana e cultural da sua tribo, Lerry - à esquerda na figura 14 - expressa repulsa pela sua cultura e contou à fotógrafa ter tatuado seu corpo com padrão de um leopardo como uma tentativa de escapar da vivência humana²³. Enquanto o povo Zulu encontra na estampa o pertencimento ancestral da comunidade em que vive, Lerry é o retrato da solidão e do não pertencimento.

A estampa de oncinha reside nessas dualidades, como bem disse a Professora Selma Regina Nunes Oliveira, em um e-mail quando informei meu tema

²² <https://www.racked.com/2018/3/7/17053964/leopard-print-history> (tradução nossa)

²³ <https://www.newyorker.com/culture/photo-booth/the-meaning-of-leopard-print>

de estudo: "estampa de oncinha vai do marginal ao luxo, do cafona à tendência, da periferia até a alta sociedade" (2020). Desta forma, é interessante relacionar como a estampa de oncinha permeia discussões de gênero, raça e classe (fundamentos das relações sociais) com o fato dela ter sido uma constante da história da moda. Apesar de ter tido seus picos de usabilidade não desapareceu em nenhum período, feito que poucas estampas podem se vangloriar. Isso pode ser associado ao fato ter sido ressignificada ao longo dos anos e por não se encaixar na lógica de uma "estampa pela estampa".

Ainda assim, apesar de estar presente nas vestimentas de ambos os gêneros, Jo Weldon afirma que a usabilidade de peças de roupas associadas a felinos é muito mais feminina do que masculina, na cultura ocidental (2018, p. 52). Apesar de concordar com essa afirmação e perceber como, na história que ela apresenta em seu livro, a estampa é representativa na vivência de mulheres fortes, entendo também que as características do felino são essenciais para qualquer grupo minoritário e que muitas vezes, alguns desses grupos se apropriaram desse imaginário relacionado aos felinos para se empoderar. Por ser uma estampa que biologicamente somos programados para notar, ela passou a ser adotada como estratégia para aqueles que não querem passar despercebidos.

2.2 ESTÉTICA QUEER

A moda só pode acontecer em um ambiente que permite certa autoria do indivíduo em relação às normas coletivas. Assim, em sociedades em que a moda é uma condição para a sobrevivência e não uma condição de socialização, o conceito moderno de moda não se aplica. Na Grécia antiga, por exemplo, homens e mulheres utilizavam o mesmo retângulo de tecido e, dele, faziam suas roupas através de amarrações; ou seja, a silhueta das roupas não era tão diferente entre os gêneros. Logo, percebe-se que a forma de se vestir não era utilizada como um artifício de controle das demonstrações de suas sexualidades.

O conceito de moda, como conhecemos hoje, segundo Gilles Lipovetsky, começa a existir no momento em que se passam a estremar as roupas masculinas e femininas de maneira mais marcante. O nascimento da moda coincide, então, com uma escolha estética, pautada na necessidade de controlar os corpos por meio da diferenciação de gênero, delimitando quais seriam as características a serem

reforçadas, quais deveriam ser escondidas, o que seria considerado sensual, o que seria exclusivo da vivência privada, etc. Esse controle partiu, então, de uma lógica cristã e heteronormativa.

A moda, no sentido estrito, quase não aparece antes da metade do século XIV. Data que se impõe, em primeiro lugar, essencialmente em razão do aparecimento de um tipo de vestuário radicalmente novo, nitidamente diferenciado segundo os sexos: curto e ajustado para o homem, longo e justo para mulher (LIPOVETSKY, 1987, p. 31).

A moda do século XIV, então, é uma consequência da cultura do amor cortês, que caricaturiza a função de homens e mulheres na arte da sedução. Projeta no masculino a função de herói sedutor e galante, no qual a virilidade deveria ser demonstrada pela sofisticação dos seus trajes - “a preciosidade do traje é a extensão e o duplo da estilização do amor” (LIPOVETSKY, 1989, p. 65) -, e projeta no feminino o papel de fragilidade e submissão. Assim, através da estetização desse jogo da sedução, a moda passa a ter como função primordial destacar as diferenças entre masculino e feminino.

Essa lógica só passa a ser questionada de forma mais contundente nas décadas de 1960 e 1970, com os movimentos de contracultura, que trouxeram a exacerbação dos valores individuais, expressos também através do estilo. Nesse sentido, abriu-se uma democratização das peças de roupas, fazendo com que a aparência dos jovens seja mais andrógina, enquanto a dos adultos ainda permanece díspar. Não é como se homens e mulheres não compartilhassem o mesmo guarda roupa antes, mas se torna mais comum vê-los utilizando as mesmas peças de roupa sem causar nenhum alarde social (curiosamente, esse processo dá mais liberdade às mulheres do que aos homens, que ainda tentam manter o estigma masculinista). Esses movimentos contraculturais não acontecem ao acaso, fazem parte de um momento histórico em que muitas estruturas políticas e sociais estavam sendo questionadas, inclusive no que diz respeito a gênero e sexualidade.

De acordo com Beatriz Preciado (2011, p. 14), em seu artigo “Multidões *Queer*: notas para uma política dos ‘anormais’”, a primeira ofensiva dos considerados “anormais” aconteceu na França, em maio de 1970, culminando no MLF²⁴, FHAR²⁵ e nas terroristas da *Gouines Rouges* - movimentos feministas que contestavam a relação entre gênero e as instituições reguladoras da sociedade com seu controle

²⁴ Movimento de libertação das mulheres, fundado na França em 1970.

²⁵ Frente homossexual de ação revolucionária, fundado na França em 1971

sobre os corpos. A partir daí, começa a surgir a multidão que engloba todos os sexualmente desviantes (que não são contemplados pela heterossexualidade masculina e branca que normatiza os corpos): feministas, transexuais, gays, travestis, etc., ou seja, a multidão *Queer*.

A insatisfação desses grupos começa a aparecer socialmente com reivindicações relacionadas ao controle dos corpos pelas instituições, corpos esses que precisam se vestir de uma determinada maneira para serem aceitos. Nesse ponto, a moda se torna essencial para a articulação de movimentos revolucionários, como afirma Barnard em seu livro *Moda e comunicação* sobre aqueles que, na sua opinião, não podem ser chamados de simples consumidores, mas sim de produtores de moda: "usar ativamente a moda e a indumentária para construir e articular identidades de classe e gênero que não aquelas prevalentes na sociedade" (1996, p. 187). Esse processo, para Barnard, seria feito através da reversão e da recusa dos papéis pré-estabelecidos pela sociedade patriarcal e burguesa (1996, p. 256) – e racista, ainda que as identidades raciais não tenham sido consideradas por ele.

Essa insatisfação estrutural, que perdura até os dias atuais e que, quase sempre, é silenciada pelo poder, reflete diretamente no visual que os *Queers* escolhem para comunicar sua subjetividade, de maneira tal que, se analisarmos todos eles em conjunto, é possível perceber alguns padrões. Ao colocarmos esses padrões em perspectiva, é possível aferir uma estética específica dessa multidão, a estética *Queer*, que está majoritariamente baseada na expressão do empoderamento sobre seus corpos e naquilo que lhes é mais caro, levando em consideração suas convicções políticas.

Em primeiro lugar, para definirmos o que seria a estética *Queer* é necessário compreender melhor quem são os sujeitos que integram esse movimento e como é estabelecida sua relação com a sociedade. As ideias aqui colocadas derivam do conceito Foucaultiano (1976) de biopolítica, que considera o corpo e a sexualidade um dos mecanismos de controle das instituições sobre a população, a partir de uma lógica heterocentrada e que, por meio de mecanismos reguladores, propõe a higienização daqueles considerados perversos da convivência pública. Essa perspectiva, por exemplo, nos ajuda a compreender teoricamente o famoso "não tem problema ser gay, mas precisa beijar na minha frente?"

Desta forma, entende-se que na sociedade há uma hierarquia da normalidade, em que comportamentos são colocados em uma escala do que é mais ou menos aceitável. Essa hierarquia foi construída a partir de uma única perspectiva, considerada *Straight* (PRECIADO, 2011). Sendo assim, há uma grande parte da sociedade que não se encaixa no considerado “normal”, pois, historicamente, tal normalidade foi institucionalizada unicamente por homens heterossexuais brancos, a quem era permitida participação política. Ou seja, para Louro (2018), os *Queers* não englobam somente aqueles cuja sexualidade deveria ser escondida, mas também os não brancos, os deficientes físicos, os entendidos como loucos, etc.

Assumo que queer pode ser tudo que é estranho, raro, esquisito. O que desestabiliza e desarranja. Queer pode ser o sujeito da sexualidade desviante, o excêntrico que não deseja ser “integrado” ou “tolerado”. Pode ser, também, um jeito de pensar e de ser que não aspira o centro nem que como referência; um jeito de pensar que desafia as normas regulatórias da sociedade, que assume o desconforto da ambiguidade do “entre lugares”, do indecível (LOURO, 2018, p. 8).

Essa perspectiva abre, então, a possibilidade de um conceito ampliado de *Queer*. “Somos todos *Queer*?” – pergunta Telmo Fernandes em seu ensaio sobre a sexualidade e teoria *Queer*. “Em parte, se o padrão binário de masculinidade e feminilidade é uma prescrição de imagens e atitudes de que permanentemente nos desviamos, inconscientemente ou como gesto intencional de insubmissão” (FERNANDES, 2006, p. 146). Percebemos, então, que as palavras-chaves utilizadas na resposta são relacionadas a imagens e a atitudes que reproduzimos ou deixamos de reproduzir. Ou seja, um conjunto de fatores referentes a nossa performance em sociedade é determinante na concepção de um sujeito *Queer* e esses fatores não envolvem só o gênero com o qual escolhemos nos relacionar no âmbito particular. Ser *Queer* se refere, então, às expressões corporais, que vão desde o gestual até o conjunto de referências imagéticas escolhidas para compor seu estilo. A partir desse raciocínio, podemos considerar que todos os que tentam desviar desse padrão estabelecido podem ser considerados *Queer*.

Todas essas escolhas, mesmo que não tenham sido tomadas com o intuito de questionar a normatividade *straight*, são vistas como ameaça para o sistema constituído. Logo, são marginalizadas e tolhidas de representatividade nas estruturas de poder que organizam a sociedade, pois, no momento que saem do âmbito privado e penetram o público, expõem, para que todos vejam, que existem

outras possibilidades além da construída sob a visão de um só gênero, uma só raça e uma só sexualidade. Aos que questionam intencionalmente essas estruturas, são dispostas várias estratégias, como afirma Preciado:

Aos que se agitam sob a ameaça de guetização, os movimentos e as teorias queer respondem por meio de estratégias ao mesmo tempo hiperidentitárias e pós-identitárias. Fazem uma utilização máxima dos recursos políticos da produção performativa das identidades desviantes (PRECIADO, 2011, p. 15).

No Brasil, há também a discussão sobre a descolonização do termo *Queer*, adaptando o termo para realidade latino-americana, uma vez que não foi possível encontrar uma tradução adequada para o termo e já que, igualmente, não faz sentido falarmos de narrativas desviantes se, dentro de um país que passou por um processo colonizador tão violento, não discutirmos a implementação desses termos sem que haja um processo antropofágico para adaptá-lo à realidade brasileira, em uma lógica decolonial. Por isso, alguns estudiosos consideram a substituição pelo termo *kuir* ou *cuir*, incluindo também as narrativas hiperidentitárias muito específicas da realidade brasileira, como a das autodenominadas bichas, sapatonas, travestis, etc.

O sociólogo e professor brasileiro Luiz Eduardo Soares (2019) utiliza um conceito que remete às narrativas hiperidentitárias de Preciado. Ele entende que a radicalização da individualidade pode expandir, por exemplo, a conexão normatizada de corpo-sexualidade-gênero, e que isso permite que os sujeitos criem sua própria identidade não institucionalizada.

A formação do indivíduo como experiência subjetiva - corresponde a afirmação da individualidade como categoria cultural, como valor e como sujeito de direitos - abre a possibilidade de que os seres humanos se reinventem criativamente, tomando a si como 'obras de arte', estilizando suas vidas, rebelando-se contra classificações sociais que os aprisionam nas gavetas - por exemplo dos gêneros, entre tantas outras (SOARES, 2019, p.171).

Na realidade brasileira atual, podemos encontrar cantoras (como Linn da Quebrada e Jup do Bairro) que procuram transgredir com esses padrões por meio de uma narrativa hiperidentitária, em que suas performances, além de questionar os limites do gênero, trazem também uma estética grotesca, abjeta e bizarra para sua arte. Desta forma, os corpos dessas artistas se apropriam das suas potências desterritorializantes, colocando em cheque a heteronormatividade, tal como afirma

Preciado: “o corpo não é um dado passivo sobre o qual age o biopoder, mas antes a potência mesma que torna possível a incorporação próstética dos gêneros” (PRECIADO, 2011, p. 14).

O fato dos sujeitos *Queer* performarem tensionando os padrões considerados *straight* dialoga com a ideia que Judith Butler aborda em seu livro “Problemas de gênero” (1999). Ela afirma que o gênero é “a estilização repetida do corpo, um conjunto de atos repetidos no interior de uma estrutura reguladora altamente rígida” (BUTLER, 1999, p. 59). Essa visão aproxima a definição de gênero do próprio ato de performar, pois, como se pode distinguir uma performance de outros eventos repetitivos da vida cotidiana, se não como a tentativa de estilizar esses próprios eventos? Aproximar gênero de performance, na visão *Queer*, é conceber a vida prática como o grande palco onde estas divisões se fundem ou entram em conflito.

Renato Cohen (2002, p.38) destaca que “no seu contínuo movimento de ruptura com o que pode ser denominado ‘arte-estabelecida’, a performance acaba penetrando por caminhos e situações antes não valorizadas como arte”. Esse trecho evidencia o paradigma que é definir performance, ao mesmo tempo em que se tem uma clara ideia de que é algo além da arte, que é vivo, inconstante, imprevisível e mutável; uma tentativa de resgatar o ritualístico que existe no dia-a-dia, favorecendo o espontâneo ao ensaiado. É nesse contexto subversivo que o sujeito *Queer* se aproxima do artista. Continua Cohen: “o trabalho do artista de performance é basicamente um trabalho humanista, visando libertar o homem de suas amarras condicionantes” (2002, p. 45).

Sendo assim, a moda pode ser percebida neste limite, entre a performance artística e a cotidiana, unidas para formação da identidade de um sujeito político e questionador, que, ao executar suas tarefas do dia a dia, encontra na moda uma forma de expressar suas opiniões políticas através do seu figurino.

2.3 CAMP

O *Camp* surgiu na década de 1960, principalmente nos Estados Unidos, como uma subcultura do universo gay que se juntava aos outros movimentos da mesma época, mobilizados contra o *status quo*. A primeira descrição do movimento foi feita por Susan Sontag, em um manifesto intitulado “Notas sobre o Camp” (1964), no qual

ela elenca várias características que descrevem o estilo. Como primeiro ponto, Sontag o vincula a estética, ao esteticismo e a estilização. Ou seja, se trata de uma expressão artística que pode ocorrer em todas as artes: música, cênicas, plásticas, etc.

Para começar de maneira bastante geral: Camp é um certo tipo de esteticismo. É *uma* maneira de ver o mundo como um fenômeno estético. Essa maneira, a maneira do Camp, não se refere à beleza, mas ao grau de artifício, de estilização (SONTAG, 1964, p. 2).

E como reconhecer o *Camp*? No ponto de vista de José Amícola, em seu livro "Camp y a posvanguardia" (2000), juntando-se três conceitos: gênero, *kitsch* e a paródia. Ou seja, seria um kitsch repaginado, abarcando as teorias feministas que ganharam força na década de 1960, com o uso da paródia permeando todo o processo estético. Assim, através do deboche, da ironia e da sátira, exerce seu discurso político. Afirma também que, apesar de inicialmente as mulheres não se apresentarem como produtoras de *Camp*, elas foram o alvo favorito de representação, o que é muito problematizado por feministas atuais, já que reforça estereótipos de gênero e ainda debocham dos problemas femininos.

Mas o que é o *kitsch* afinal? Assim como *Camp*, pode estar presente em qualquer coisa: objeto, pessoa, comida, música, cidade, etc. Ele está intimamente conectado com o aperfeiçoamento da reprodução técnica e da cultura de massa, por isso não há uma preocupação com a inovação tecnológica ou conceitual, que normalmente é característica da maior parte dos movimentos artísticos. Ou seja, ao invés de tentar lançar novos paradigmas, ele reflete sobre aqueles que já existiam. Tanto que, em seu princípio, era fundamentalmente formado por imitações de quadros com temas genéricos feitos por pintores de segunda categoria na metade do século XIX (Amícola, 2000, p. 101). Por esse motivo, há polêmica sobre a inclusão dele ou não como movimento artístico.

O *kitsch* costuma ser considerado um estilo muito sentimental e melodramático, não por ocasionar um momento de transcendência ou de reflexão profunda, mas por apelar para o nosso sentimentalismo mais superficial. Aquilo que é tão exagerado que faz sorrir instantaneamente. Caracteriza-se, de certa maneira, por ser um estilo pautado na ausência de estilo. Não se preocupa muito com a autenticidade. No Brasil, o *kitsch* se aproxima do que informalmente é chamado de

brega ou de "mau gosto". O autor Abraham Moles reflete nesse sentido em seu livro "Kitsch: a arte de felicidade" (2001):

Kitsch aparece aqui como movimento permanente no interior da arte, na relação entre original e banal. O kitsch é aceitação social do prazer pela comunhão secreta com um "mau gosto" repousante e moderado (MOLES, 2001, p. 28).

O *kitsch* é aquela senhora que quer "ser sexy sem ser vulgar" e acaba tentando copiar a roupa da novela, já o *Camp* assume sua vulgaridade, porque entendeu há muito tempo que ela faz parte do seu empoderamento. Essa diferença, entretanto, não impede que algo que é *Camp* também seja *Kitsch* para um observador que esteja ciente dos dois conceitos. Assim, a principal característica que separa do *kitsch* do *Camp* é que enquanto um reproduz (*Kitsch*) o outro reproduz com a intenção de criticar, trazendo assim uma perspectiva mais politizada para sua reprodução (Amícola, 2000, p.53). Ou seja, o *Kitsch* é pautado em valores questionáveis, mas que Umberto Eco esclarece ser uma reação ao *status quo*, em seu livro "História de Feiura":

As épocas caracterizadas por uma perda definitiva de valores apoiam-se, de fato, no mal e na angústia do mal, e uma arte que pretenda ser sua expressão adequada deve ser também a expressão do mal que nelas atua" (ECO, 2007, p. 406).

Outro ponto que também pode diferenciar o *Kitsch* do *Camp* é que, enquanto o primeiro é definido como a arte da felicidade, o segundo não pode ser dissociado do humor em um sentido mais vulgar. Apesar do humor poder trazer felicidade (na maioria das vezes), os termos não podem ser considerados sinônimos. Felicidade vem de um lugar mais passivo, mais difícil de ser alcançado, já o humor é mais palpável, o que faz com que o artista consiga ser mais ativo ao expor sua intenção. Outra perspectiva interessante que diferencia esses dois movimentos é a relação deles com o gênero e a sexualidade, uma vez que o *Camp*, diferentemente do *Kitsch*, tem essa relação mais próxima com a vivência *Queer*. Como diz Eco, o *Camp* é "atraído pela ambiguidade sexual" (2007, p.412), o andrógono e o hermafrodita. Se pensarmos em mais um exemplo contemporâneo,

Em relação à função do camp no novo quadro de visibilidade gay, podemos dizer que o camp funciona (como o riso do carnaval) desconstrutivamente, significando uma intercessão no concerto dos discursos sociais: a estética kitsch pode se tornar camp precisamente com base na crise de identificação que está nos alicerces da homossexualidade (AMÍCOLA, 2000, p. 182).

À perspectiva de Amícola, Umberto Eco ainda acrescenta que "a insistência do *Camp* em não ser 'sério', no jogo, também tem uma certa relação com desejo homossexual de permanecer juvenil" (2007, p. 411).

Um grande exemplo brasileiro da estética *Camp* são as músicas que se inspiram em *hits* norte-americanos. A banda Calcinha Preta é uma das mais famosas desse estilo de criação. Na figura abaixo foram colocados dois refrãos, lado a lado, para efeito de comparação: a música original da banda Badfinger e a versão cantada pela banda Calcinha Preta.

A música "Paulinha" se associa ao *Camp* pelo seu alto teor dramático, que pode ser percebido até pela forma de cantar dos artistas. Além disso, a paródia brasileira faz uso da mesma principal, com algumas estilizações, porém o conteúdo da letra não faz nenhuma referência ao da música original, o que assume um caráter cômico.

I can't live, If living is without you I can't live I can't give anymore I can't live If living is without you I can't give I can't give anymore	Paulinha, me diz o que é que eu faço? Paulinha, te amo, amor Paulinha, me diz o que é que eu faço? Paulinha, por que se casou?
(Pete Ham e Tom Evans, banda Badfinger. 1970)	(Calcinha Preta. 2008)

Figura 15. Música "Paulinha" se associa ao *camp*. Fonte: Internet.

A fim de estruturar esse raciocínio, decidi aferir quais seriam as possíveis palavras mais citadas no texto de Sontag (1964), para discutir como que o movimento *Camp* se definia no seu manifesto. Nessa pesquisa, encontrei 18 palavras relacionadas a sexualidade (homossexuais e sexual), 20 palavras relacionadas a gênero (andrógeno, mulher, feminino e masculino) e 20 palavras relacionadas a excesso (exagero e extravagante). Ou seja, em seu nascimento, devido a relação intrínseca do *Camp* com as problemáticas que giram em torno de gênero e sexualidade, comprovada pela aparição desses termos em seu manifesto, considero o *Camp* uma das expressões estéticas do *Queer*, que se articula,

visualmente, com algum nível de excesso. Afirmação que corrobora a visão de Meyer (1994), citado por Amícola em seu livro:

O camp é uma apreciação irônica e paródica de uma forma extravagante, desproporcionada em relação com seu conteúdo, especialmente se esse conteúdo é banal ou trivial (MEYER, 1994, p. 186 *apud* AMÍCOLA, 2000 p. 52).

Nesse sentido, o *Camp* se relaciona com um dos conceitos de moda que se aproxima da tendência, pois o exagero é o que guia o futuro para a moda atual. Não é à toa que as grandes marcas colocam, em seus desfiles, pelo menos 20% da coleção em peças que seus clientes provavelmente não irão comprar, por serem muito extravagantes - exceto pela possibilidade de que alguma *popstar* queira incluir aquela peça em seu armário de figurinos, o que nos servirá de parâmetro mais à frente -: são os chamados *looks fashion*. Esses *looks* realmente não tem a intenção de serem vendidos, eles são compostos por peças conceito, que trazem como inspiração a história da marca e o tema da coleção. São o resumo de todas as tendências que essa marca pretende abordar dentro de um só *look*. Muitas vezes, a própria peça de roupa vira um ato performático teatral dentro do desfile - um dos mestres em misturar essas vertentes artísticas é o falecido Alexander McQueen, cuja marca era tão conhecida por sua teatralidade que o número de peças consideradas *fashion* em seu desfile era bem maior que 20%.



Figura 16. Imagem retirada do desfile de Alexander McQueen em 1999. Fonte: Site Another Meg.

No desfile primavera/verão de 1999, representado na figura 16, modelos e robôs dividiam a passarela. A modelo ficava parada no centro de um círculo giratório, entre dois robôs que, simultaneamente, jateavam tinta preta e amarela em sua roupa branca, enquanto ela girava. O vestido, em si, era o fruto do processo conceitual e teatral, ou seja, performático, daquela cena.

Comandada pela lógica da teatralidade, moda é um sistema inseparável do excesso, da desmedida, do exagero. O destino da moda é ser inexoravelmente arrebatada pela escalada de acréscimos, de exagerações de volume, de amplificação de forma fazendo pouco do ridículo (LIPOVETSKY, 1987, p. 40).

E o excesso é inseparável do *Camp*, a expressão individual exacerbada através da estilização, e essa extravagância é parte estrutural da indústria da moda. Somente o fato de pegar o padrão estampado na pele de um animal e reproduzi-lo em um tecido, retirando-o completamente do seu contexto natural, já é uma atitude *Camp*. Assim, os maiores fãs de *looks* chamativos: os cantores e cantoras pop, são principais consumidoras dos *looks fashion* confeccionados pelas grandes marcas. Desta forma, analisaremos, no próximo capítulo, clipes de grande repercussão em 2020 no pop nacional e internacional.

3 ANÁLISE DOS CLIPES

Na década de 1980, a indústria musical passou por uma reviravolta após o surgimento do canal MTV. A música, que antes era o grande foco dos artistas do meio, passou a dividir espaço com o vídeo. Atualmente, para a música pop, os videoclipes são de extrema importância para a divulgação dos artistas, principalmente depois da relevância que o youtube passou a ter no cotidiano das pessoas.

Neste trabalho, analisaremos cinco videoclipes, do ano de 2020, em que aparecem figurinos com estampa de oncinha. É importante dizer que, devido a pandemia do Corona vírus, poucos clipes foram produzidos neste ano, o que nos leva a acreditar que, ainda que nossa amostra não seja grande, ela é significativa se levarmos em consideração esse contexto. Para a seleção dos clipes, foram considerados os seguintes aspectos: nacionalidade dos artistas, número de

visualizações e ano de lançamento, informações retiradas dos posts das contas oficiais dos artistas no youtube. A intenção é entender como a estampa de oncinha, sendo uma inegável tendência da moda atual, está sendo representada em videoclipes pop? Quem são as personalidades de aderiram a essa tendência? O que isso pode significar?

O primeiro clipe a ser analisado é o que tem maior contagem de visualizações (mais de 280 milhões, no mês de novembro de 2020), das artistas Cardi B feat. Megan Thee Stallion, da música de nome *WAP*²⁶. Lançada em 2020, a música *WAP* gerou controvérsias por sua letra tratar da sexualidade feminina de uma forma bastante explícita. A polêmica fez com Geezer Butler, integrante da banda Black Sabbath, comentasse a letra da música a chamando de "nojenta". É interessante refletir sobre como artistas homens vem objetificando o corpo alheio durante anos sem gerar nenhuma comoção e no momento que uma mulher descreve sua própria sexualidade com palavras chulas cria-se uma abjeção tão grande. Inclusive, a Cardi B diz não ter entendido toda essa repercussão, já que cresceu ouvindo Lil Kim (rapper citada no primeiro capítulo como uma personalidade adepta ferrenha da estampa de oncinha), cujas músicas continham conteúdos tão explícitos quanto *WAP*.

Para o nosso trabalho, esse dado nos chama especial atenção pois vemos, mais uma vez, a estampa de oncinha vinculada a imagem de uma mulher negra que se mostra satisfeita com a sua vida sexual, o que, por si só, quebra uma série de estereótipos considerados *straight*. Pois este considera estas mulheres que ousam trazer a público algo que, hipocritamente, eles entendem ser do âmbito privado, pessoas indignas de respeito, a ponto de serem a minoria social que mais tem seus direitos básicos violados.

A primeira cena do clipe retrata um portão decorado estilo *art nouveau*, que, ao se abrir, mostra um lindo jardim com uma fonte, enquanto a música de fundo repete a frase "there is some hoes in this house" (tem vadias nessa casa). Na fonte, é possível avistar uma estátua com duas mulheres de cores com água saindo dos mamilos. Desse modo, o primeiro trecho do vídeo já traz muitas informações visuais que trazem a questão da sexualidade feminina para o centro da discussão. Além disso, já é possível perceber que o *Camp* será umas referências visuais, já que a *art*

²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=hsm4poTWjMs>

nouveau é um exemplo clássico dessa estética (termo foi citado por Susan Sontag em seu manifesto 12 vezes). A estátua que fica na fonte retrata o corpo feminino de uma forma exagerada, caricata e irônica, fazendo com que a água saia pelos mamilos fartos de uma mulher voluptuosa, parodiando as tradicionais estátuas de crianças do sexo masculino soltando água pelo pênis.

Ao chegar mais perto da casa, percebemos que há água saindo pela porta e caindo pelas escadas da entrada. A água, que possivelmente simboliza o gozo feminino, está presente durante todo o clipe: na cena inicial, ela aparece correndo pelas escadas da mansão e em uma das cenas posteriores ela se torna personagem principal quando as duas artistas dançam em uma piscina, fazendo uma coreografia sensual que acabou viralizando na internet. Essa homenagem ao gozo feminino enaltece a autonomia da mulher sobre suas preferências sexuais, ainda mais, se tratando do prazer dessas duas mulheres racializadas em um mundo construído nas costas de mulheres negras e latinas que tiveram seus corpos desapropriados de forma violenta no período colonial. Nesse sentido, podemos enquadrar as duas artistas na multidão *Queer* de Preciado.

Na próxima cena, avistamos Cardi B e Megan em um corredor com esculturas de bundas e peitos dourados pendurados na parede. Ao longo do corredor, podemos ver várias portas com maçanetas douradas com animais cravados. Nas portas abertas, Cardi B e Megan podem ver onças lambendo os beiços como um predador após uma refeição bem farta. Elas entram pela porta com a maçaneta de cobra e logo vemos as duas deitadas em um chão de areia, cobertas por cobras. Neste momento, o teor da música já é mais explícito e ouvimos frases como "traga um balde e um esfregão para essa buceta bem molhadinha", parte do refrão da música. Em um certo momento, a nova estrela da família Kardashian, Kylie Jenner, passa pelo corredor com uma roupa completamente estampada de oncinha, arrastando a cauda de uma capa pelo chão, como uma rainha. Ela entra pela porta com a maçaneta de onça e temos um corte pra Cardi B em um quarto completamente coberto por estampa de oncinha (figura 18) e em outro quarto, todo decorado de tigre branco, podemos ver Megan (figura 17).



Figura 17. Printscreen do clipe WAP (Cardi B feat. Megan Thee Stallion, 2020). Fonte: Youtube.

Durante o clipe, outras artistas aparecem em outros "quartos" - um todo vermelho, outro todo decorado de *pied de poule*, etc. Interessante pensar que os quartos que Megan e Cardi B decidem entrar são justamente aqueles que estão decorados com animais predadores, o que reflete o que Jo Weldon (2018) afirma em seu livro: que aqueles que decidem se vestir com a pele de um predador estão certos de que não querem ser a presa. E nesse contexto, em que a música é tão controversa e tem a intenção de falar sobre empoderamento feminino, a escolha dessa estampa se torna mais relevante, pois retira as mulheres deste papel de submissão imposto pela sociedade sexista em que vivemos.

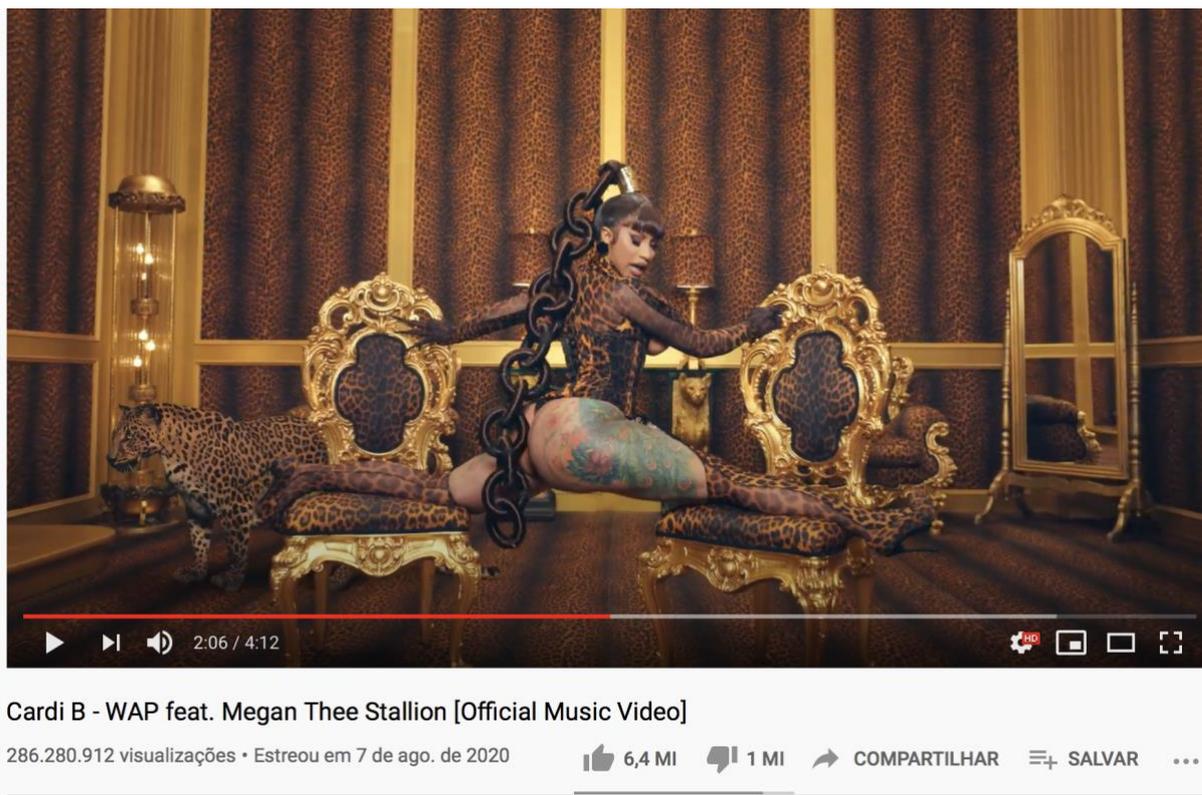


Figura 18. Printscreen do clipe WAP (Cardi B feat. Megan Thee Stallion, 2020). Fonte: Youtube.

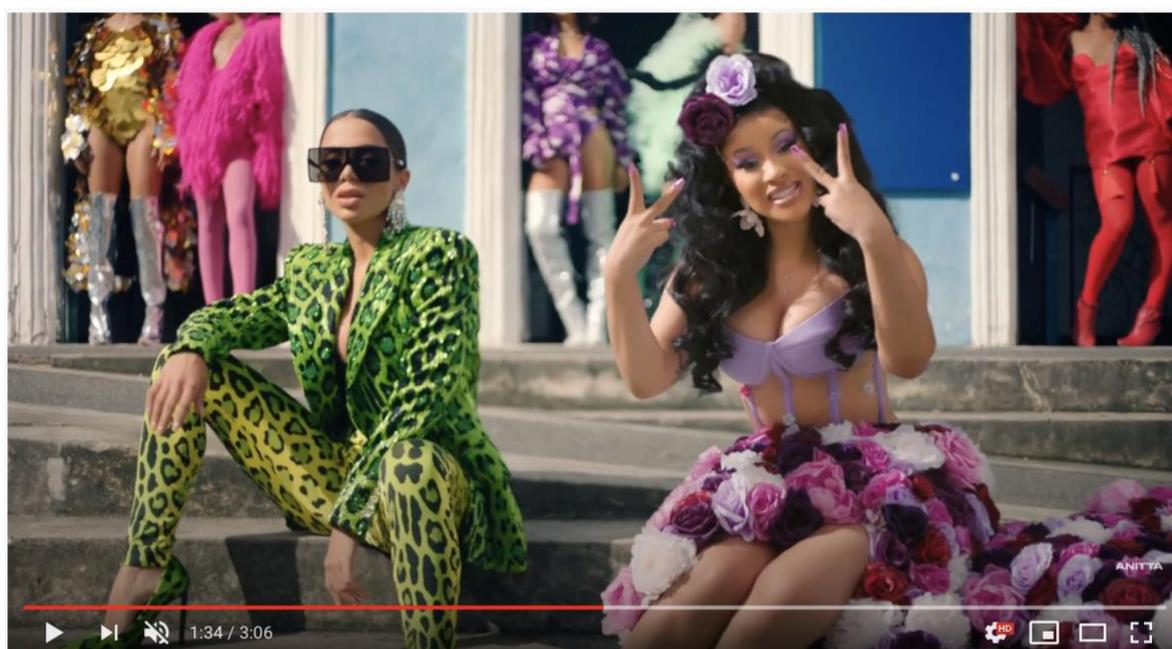
Os próximos dois clipes serão analisados comparativamente por utilizarem a estampa de oncinha em seu figurino de forma semelhante, alterando a cor natural que teoricamente teria o animal. Além disso, ambos são figurinos de cantoras brasileiras e foram gravados no Brasil, o que pode ter influenciado a escolha de cores. O primeiro é o clipe da cantora brasileira Anitta, intitulado *Me gusta* (Anitta ft. CardiB e Mike Towers, 2020)²⁷, que tem mais de 73 milhões de visualizações e foi feito em parceria com a *rapper* Cardi B (autora do clipe analisado anteriormente) e Mike Towers. O segundo é o clipe da música *Sussu*²⁸ (2020), da cantora Lexa, que tem mais de 5 milhões de visualizações. Ambas as músicas utilizam beats de funk como base principal, mas se misturam com outros estilos, o que faz com que não possam ser consideradas músicas de funk propriamente ditas.

Ambas as músicas trazem a dança como um dos seus elementos principais, realçando a importância de balançar a bunda, algo que é parte essencial de dançar o funk brasileiro - no caso da Anitta, isso pode ser percebido na frase "A mí me gustan las mujeres when they shake their ya ya ya", no caso da Lexa, no trecho "ela

²⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=kIbjHtE4fd8>

²⁸ https://www.youtube.com/watch?v=W_Fk_PUmYZ0

joga, ela empina". Porém esse estilo de dança, algumas vezes, é focado em exibir seu corpo e suas habilidades sexuais através da mexida de quadril para os homens ali presentes, o que nos faz refletir se, no caso dessas músicas, a balançada de bunda é uma forma dessas mulheres expressarem sua liberdade ou atenderem a uma vontade masculina que lhes é imposta como algo que deve ser feito para conquistar um homem.



#Anitta #CardiB #MykeTowers

Anitta "Me Gusta" (Feat. Cardi B & Myke Towers) [Official Music Video]

71.332.648 visualizações · Estreou em 18 de set. de 2020

1,8 MI

69 MIL

COMPARTILHAR

SALVAR

...

Figura 19. Printscreens do clipe Me Gusta (Anitta feat. Cardi B e Myke Towers, 2020). Fonte: Youtube.

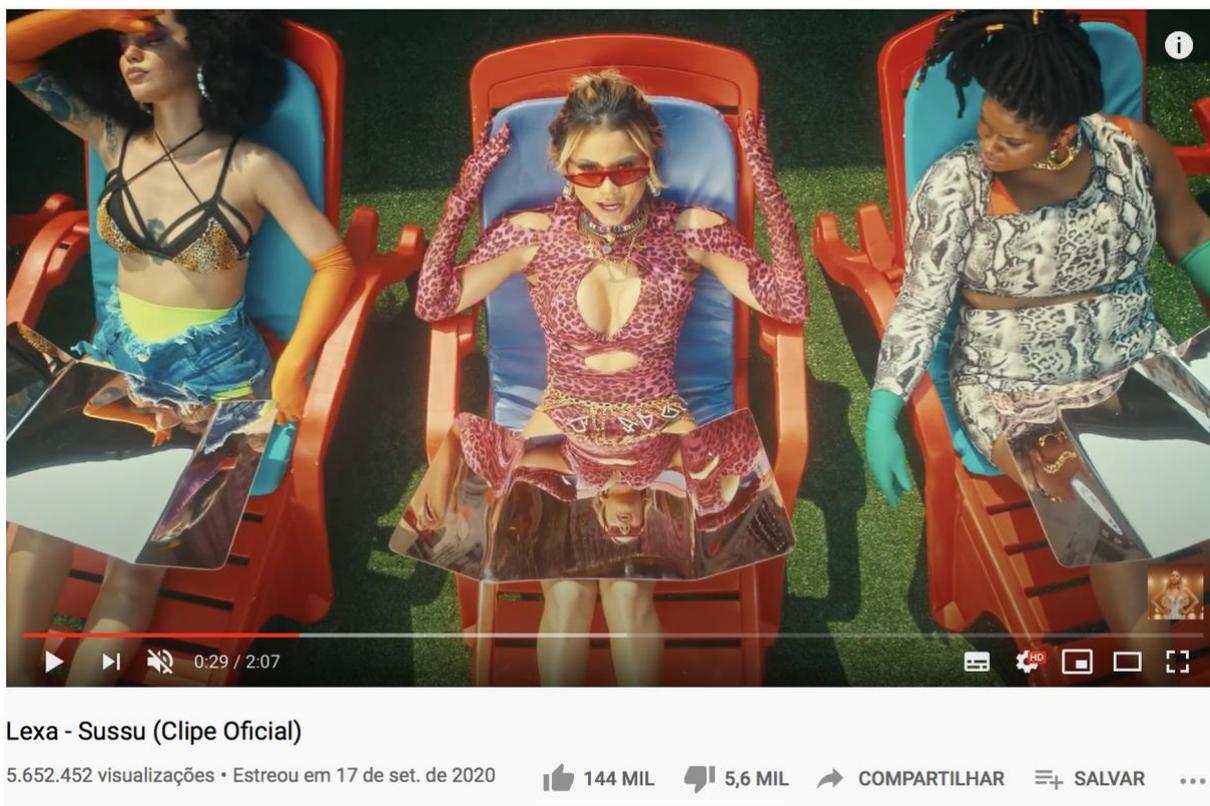


Figura 20. Printscreens do clipe Sussu (Lexa, 2020). Fonte: Youtube.

O primeiro figurino que ambas artistas aparecem em seus respectivos clipes já são os que estão sendo analisados aqui: no clipe de “Me gusta” (Anitta), é um terninho estampado de oncinha estilizado com verde neon; já no clipe de “Sussu” (Lexa), o figurino traz cor rosa e ela veste um maiô. A estilização encontrada nos figurinos já é bastante *Camp*, pois utiliza a estampa do animal para produzir algo estilizado e não natural, como uma estampa de oncinha de fundo neon, seguindo os caminhos da *art nouveau* que utilizava, por exemplo, plantas como inspiração para criarem padrões que poderiam ser colocados em móveis ou papéis de parede.

Assim como na outra canção de Cardi B tratada neste trabalho, a letra de “Me gusta” coloca as mulheres em um papel ativo, expressando seus gostos e suas preferências sem medo de se impor. A frase “A mí me gusta when they want it go and get it yayaya”, por exemplo, traz para seu público pautas importantes para a construção da autoestima feminina em uma sociedade que ainda privilegia a visão do homem branco cis acima de todas, se alinhando, dessa maneira, a uma perspectiva *Queer*. Além disso, outro fator importante que traz a mesma perspectiva, preocupada com as minorias, é o de colocarem um *casting* quase completamente composto por não brancos em ambos os clipes.

Interessante perceber que nos três clipes analisados até agora a estampa de oncinha é trazida nos figurinos principais, mas, juntamente com eles, aparecem alguns figurinos secundários que trazem uma estampa que se assemelha mais com a da cobra do que a de outros felinos. Ou seja, muito provavelmente a estampa de oncinha foi escolhida para ser o representante mais relevante do grupo dos predadores, mas ela não exclui outros animais que carreguem o mesmo significado simbólico. Durante o clipe de Anitta, aparecem em destaque três mulheres negras vestidas com estampa de animais predadores (estou incluindo aqui a cobra, assim como no clipe de WAP), da mesma forma que no clipe da Lexa as duas mulheres que se encontram do lado dela na figura 20 também estão utilizando este tipo de estampa. Ou seja, até agora, com exceção da Lexa, todas as mulheres que usam a estampa são lidas como racializadas.

A cantora Anitta é uma das maiores entusiastas da estampa de oncinha, escolhendo-a como figurino principal em diversas apresentações e videoclipes. O clipe tem a intenção de ser divertido e não parece pretender gerar nenhum tipo de discussão social. Porém, para aqueles que tem a referência, o ambiente em que se desenvolve é o mesmo lugar onde Michael Jackson gravou o seu famoso clipe *They don't really care about us* (1995) e tem a maior parte do seu elenco formado por não brancos, assim como no clipe de Michael. Possivelmente fazendo referência ao clipe de Michael, que contava com o grupo Olodum tocando seus tambores, há interpelações de cenas em que mulheres negras tocam tambores vestidas de vermelho. E quem seria o "They" a que Michael se refere em sua música? Justamente aqueles que corroboram com a lógica excludente de corpos desviantes dos padrões heteronormativos dos homens *cis* brancos. E, na tentativa simbólica de ressignificar um espaço símbolo do massacre que o povo preto viveu na escravidão, o videoclipe traz dois desfiles de moda, nos quais os modelos negros e negras desfilam por esse espaço em um *catwalk* empoderado e com roupas extravagantes.

O próximo videoclipe que analisaremos é dos dois cantores e compositores nigerianos 2Baba e WizKid. O videoclipe, da música de nome *Opo*²⁹, tem mais de 2,8 milhões de visualizações no Youtube e compara atos violentos com o sentimento de um homem (eu lírico) ao ver o corpo de uma mulher. É um videoclipe que, em linhas gerais, mostra mulheres negras dançando. Muitas cenas focam na bunda

²⁹ https://www.youtube.com/watch?v=3Rtb7_hzRPM

dessas mulheres se mexendo - inclusive, vestidas com a estampa de oncinha. O movimento que elas fazem com o quadril são típicos de muitas danças do continente africano, mas, como não há nenhum homem dançando no clipe, é possível dizer que há sexualização desses corpos.

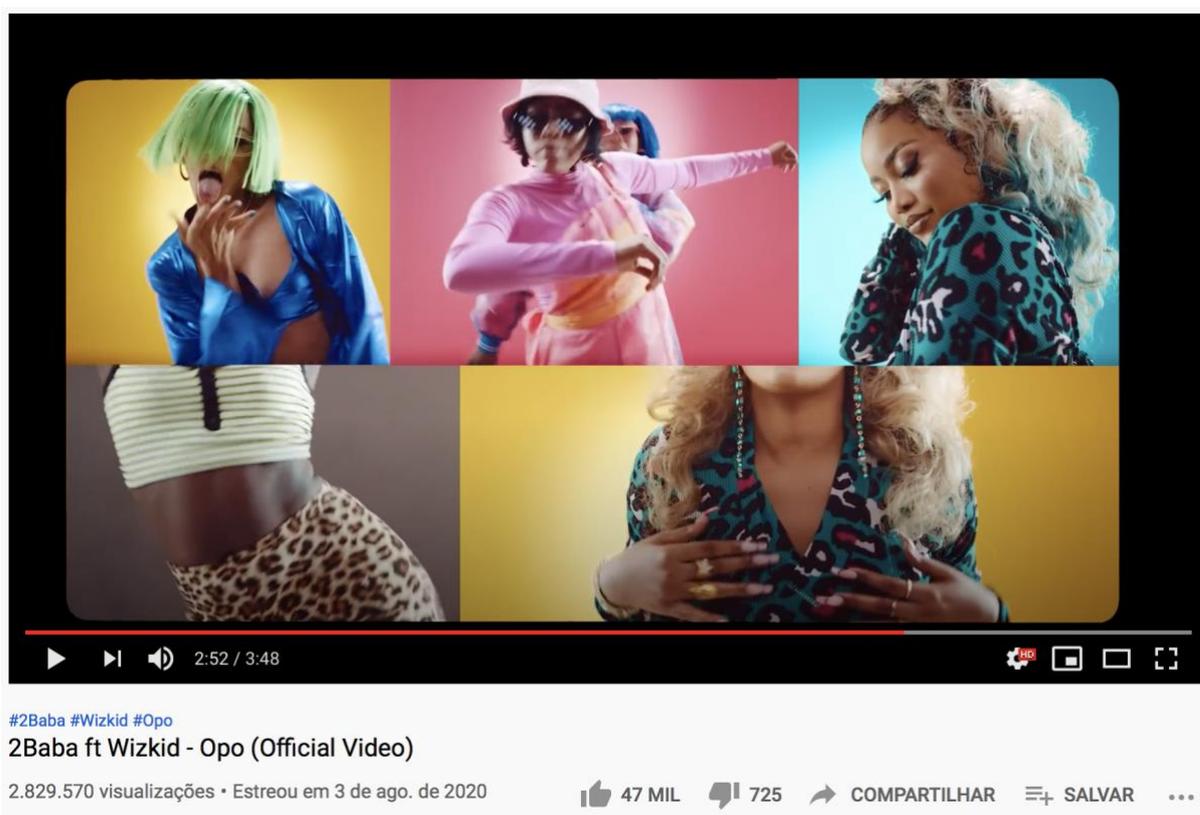


Figura 21. Printscreen do clipe Opo (2Baba ft. WizKid, 2020). Fonte: Youtube.

Outro momento do vídeo em que a estampa aparece, mas de forma menos evidente, é no blazer do cantor 2Baba e na roupa de uma mulher que sempre aparece do seu lado (figura 22), mas não aparenta ter nenhuma função na narrativa do clipe. O vestido dela traz uma estampa estilizada com brilhos, trazendo uma outra versão do que seria uma estampa de oncinha *Camp*, por ter sido desconectada da sua apresentação natural e aparecer relacionada a um elemento ainda mais chamativo e exuberante: o *glitter*.

Já o blazer de 2Baba traz a estampa em sua versão próxima do real, não estilizada, mas em um fundo mais escuro, quase imperceptível. Talvez a intenção na utilização dessas estampas, nesse contexto, seja o que mais se assemelha ao caso da Beyoncé (citado na introdução, pela repercussão causada com a crítica da escritora Lila Moritz Schwarcz). Podemos chegar a essa conclusão porque esses

dois personagens são os que trazem os *looks* mais elaborados do clipe nigeriano, os que mais podem ser entendidos como "chiques", trazendo uma estética de ostentação por meio do *glitter* e de peças de roupas consideradas mais formais. Coincidentemente ou não, eles se colocam acima dos outros, em uma escada, o que é bastante simbólico.



Figura 22. Printscreens do clipe Opo (2Baba ft. WizKid, 2020). Fonte: Youtube.

Apesar de, provavelmente, a estampa de oncinha não estar presente neste videoclipe com a intenção de se referir a uma religião que utiliza dessa estampa de maneira ancestral, a pele dos leopardos tinha também um significado simbólico quando o assunto era o poder entre líderes do continente africano - como podemos perceber pela história da estampa de oncinha citada no primeiro capítulo. Esse símbolo de poder foi capturado pela cultura da ostentação desenvolvida pelo movimento negro nos Estados Unidos e passou por uma reformulação para padrões midiáticos e visuais. Essa nova maneira de usar a estampa para exaltar riqueza e negritude retorna, pela mídia, ao continente africano e, como comprovado por Émilie Regnier em sua pesquisa fotográfica citada no primeiro capítulo, e repercute na

maneira como os mais jovens enxergam os significados da estampa - seguindo modelos estadunidense de beleza, em detrimento de modelos africanos ancestrais.

O próximo videoclipe também traz a estampa com intenção de o ostentar. O videoclipe *Tímida*³⁰ já tem mais de 20 milhões de visualizações e é criação da mexicana Thalia e da *Drag Queen* brasileira Pablló Vittar. A personagem tema da música é uma mulher que não tem vergonha de ser o centro das atenções, principalmente na cama, onde ela "vira um animal", como ressalta o trecho da música. Podemos ver pela foto de divulgação do videoclipe que não há nada de tímida nas escolhas estéticas realizadas: rosa choque, brilho que simula diamante e estampa de oncinha. Ironia e extravagância clássicas do *Camp*.



Figura 23. Foto de divulgação do clipe *Tímida* (Pablló Vittar e Thalia, 2020). Fonte: Youtube.

Pablló Vittar é uma personagem importantíssima no contexto brasileiro, talvez mundial, de alguém que traz as discussões de gênero para a superfície. A paródia de gênero, que é a base da arte *Drag*, nos faz refletir sobre quais são as performances características de cada gênero. As *Drag Queens* podem ter a intenção de causar reflexão acerca das performances de gênero e o fazem através da ironia e da paródia, o que é discutível em relação a Pablló, pois além de repetir padrões de gênero tóxicos para as mulheres no geral, ela não promove as discussões

³⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=r7MI4J9q3Lo>

necessárias sobre esses padrões. Tanto que para os desinformados ela é a "outra loira gostosa" que aparece no clipe da Thalia. O único momento que provoca a discussão de forma mais intensa é quando escolhe manter seu nome masculino - Phabullo - para sua versão feminina - Pablllo Vittar. Apesar de ser uma *Drag Queen* não há nenhum indicativo de que Pablllo é um homem só que em seu personagem feminino.

A música "Tímida" é mais um exemplo de música que trata da sexualidade e do corpo feminino e que decide trazer a estampa de oncinha para sua representação visual. O que, ao mesmo tempo, traz uma expectativa imposta pela ordem *straight* (PRECIADO, 2011) de ser magra, loira, rica e confiante e critica essa expectativa (para aqueles que são informados), ao colocar uma *Drag Queen* como protagonista.

Em um dos capítulos do seu livro, Jo Weldon (2018) discorre sobre como a estampa de oncinha é uma estampa que gostamos de ter perto da nossa pele, já que é um item comumente encontrados em artigos de *lingerie*. Mas mais do que isso, a forma como a tendência da estampa tem se expressado nos videoclipes é feita a partir de roupas, em sua maioria, feitas de malha. Tecido que, assim como a pele, estica, se adequando ao formato dos corpos que está cobrindo, funcionando como uma segunda pele. Todos os *looks* femininos trabalhados nessa análise têm a estampa de oncinha colada no corpo, sendo que em cinco deles a roupa cobre toda a mão, o que dá a ilusão de aquilo não é uma roupa, mas uma continuação corpo. Considerando o fato de que todos os artistas dos clipes selecionados não fazem parte da lógica *straight* (PRECIADO, 2011), talvez seja possível entender que, ao utilizar essa estampa específica, eles tenham a intenção inconsciente de trazer para si as características marcantes desse animal, ou, talvez, que eles estejam se pautando no imaginário sensual que ele representa.

CONCLUSÃO

Após a retrospectiva sobre a história da estampa de oncinha - passando pela sua representação na mídia com as *femme fatales*, a sensualidade das *pinups*, a irreverência das *Drag Queens* e sua relação com as divas do *hip hop* -, é possível perceber a importância que ela tem nos guarda-roupas daqueles que não estão no topo de uma cadeia alimentar social metafórica - na qual o homem branco *cis* ocupa o lugar de destaque. Sendo assim, todas essas personalidades, de acordo com o que foi argumentado por Guacira Louro e Telmo Fernandes (2006), pertencem ao movimento *Queer*.

A moda considerada efêmera e que, anos depois, seria considerada sinônimo de tendência surgiu cerca de um século antes da chamada Alta Costura. Porém, só adquiriu a estrutura que vemos hoje, na qual os lançamentos bianuais se tornaram obrigatórios, no início da era moderna, juntamente com a era da Alta Costura parisiense. Assim, a moda aparece como um dos primeiros produtos de consumo de massa e persiste sendo uma das maiores economias voltadas para a expressão dos múltiplos sujeitos que formam nossa sociedade, mas ela também faz parte de uma economia capitalista baseada no consumo efêmero de tendências. Desse modo, a estrutura da moda permite que a expressão política dos corpos se adapte e se transforme a cada ano ou a cada nova estação. E, no ano de 2020, a estampa de oncinha está sendo tratada como uma tendência, visto a grande quantidade de cliques em que ela apareceu como protagonista

Talvez muitos dos significados aqui abordados, acerca do imaginário que reveste a estampa, não façam tanto sentido nesse contexto em que ela está no pico do seu consumo e no qual a sua percepção social como uma peça de roupa que causa medo nas fashionistas mais conservadoras já não é uma realidade. Entretanto, como vimos ao longo deste trabalho, uma das principais características da onça e da estampa de oncinha é a sua adaptabilidade, sendo capaz de agregar vários significados ao seu imaginário durante a sua jornada.

Sendo assim, uma vez que pudemos mapear a trajetória da estampa de oncinha passando pelo movimento *Queer* e estando associado, politicamente, a maneira como essas pessoas querem se mostrar, fica claro que o imaginário das pessoas comuns acerca da estampa passa, também, por essas figuras. Uma vez

que todos os videoclipes que fazem uso da estampa se referem a temáticas sexuais e ao corpo feminino, percebe-se que, ainda que ela seja uma tendência desse ano, os seus significados ainda estão muito restritos aos personagens do universo *Queer*.

CONCLUSÃO

Após a retrospectiva sobre a história da estampa de oncinha - passando pela sua representação na mídia com as *femme fatales*, a sensualidade das *pinups*, a irreverência das *Drag Queens* e sua relação com as divas do *hip hop* -, é possível perceber a importância que ela tem nos guarda-roupas daqueles que não estão no topo de uma cadeia alimentar social metafórica - na qual o homem branco *cis* ocupa o lugar de destaque. Sendo assim, todas essas personalidades, de acordo com o que foi argumentado por Guacira Louro e Telmo Fernandes (2006), pertencem ao movimento *Queer*.

A moda considerada efêmera e que, anos depois, seria considerada sinônimo de tendência surgiu cerca de um século antes da chamada Alta Costura. Porém, só adquiriu a estrutura que vemos hoje, na qual os lançamentos bianuais se tornaram obrigatórios, no início da era moderna, juntamente com a era da Alta Costura parisiense. Assim, a moda aparece como um dos primeiros produtos de consumo de massa e persiste sendo uma das maiores economias voltadas para a expressão dos múltiplos sujeitos que formam nossa sociedade, mas ela também faz parte de uma economia capitalista baseada no consumo efêmero de tendências. Desse modo, a estrutura da moda permite que a expressão política dos corpos se adapte e se transforme a cada ano ou a cada nova estação. E, no ano de 2020, a estampa de oncinha está sendo tratada como uma tendência, visto a grande quantidade de cliques em que ela apareceu como protagonista

Talvez muitos dos significados aqui abordados, acerca do imaginário que reveste a estampa, não façam tanto sentido nesse contexto em que ela está no pico do seu consumo e no qual a sua percepção social como uma peça de roupa que causa medo nas fashionistas mais conservadoras já não é uma realidade. Entretanto, como vimos ao longo deste trabalho, uma das principais características da onça e da estampa de oncinha é a sua adaptabilidade, sendo capaz de agregar vários significados ao seu imaginário durante a sua jornada.

Sendo assim, uma vez que pudemos mapear a trajetória da estampa de oncinha passando pelo movimento *Queer* e estando associado, politicamente, a maneira como essas pessoas querem se mostrar, fica claro que o imaginário das pessoas comuns acerca da estampa passa, também, por essas figuras. Uma vez

que todos os videoclipes que fazem uso da estampa se referem a temáticas sexuais e ao corpo feminino, percebe-se que, ainda que ela seja uma tendência desse ano, os seus significados ainda estão muito restritos aos personagens do universo *Queer*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

2BABA FT WIZKID - OPo (Official Video). Produtor: Blaq Jeerzy, 2020. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=3Rtb7_hzRPM>. Acesso em 22 set. 2020.

A MÁFIA DOS TIGRES. Direção: Rebecca Chaiklin e Eric Goode. Iger King: Murder, Mayhem and Madness (original title), 2020. [Documentary, Crime; TV Mini-Series]. Duração: 5h17. Arquivo do IMDb. Disponível em: <<https://www.imdb.com/title/tt11823076/>>. Acesso em 2 out. 2020.

ALASKA THUNDERFUCK. **Leopard Print** [Official Music Video]. Estreou em 19 de abr. de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=dgQXjxKLG-c&app=desktop>>. Acesso em 27 set. 2020.

ALEXANDER MCQUEEN. Gainsbury & Whiting - Vestido pintado com spray, Alexander McQueen, Nº 13, S/S99. Cortesia de Catwalking. [Fotografia Online]. Disponível em: <<https://www.anothermag.com/fashion-beauty/gallery/7129/gainsbury-whiting-on-alexander-mcqueen/1>>. Acesso em 05 nov. 2020.

AMÍCOLA, José. La política y la poética del CAMP. **Orbis Tertius**, v. 1, n. 2-3, 1996.

BARNARD, M. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BLACK IS KING. Direção: Emmanuel Adjei; Ibra Ake; Blitz Bazawule; Beyoncé (as Beyoncé Knowles-Carter); Kwasi Fordjour. Duração: 1h 25min [Adventure, Drama, Fantasy], 2020. Lançamento: 31 Jul. 2020 (USA). Disponível em: <<https://www.imdb.com/title/tt12607910/>>. Acesso em 2 out. 2020.

BUTLER, Judith. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”. In: **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

COHEN, Renato. **Performance como linguagem**. São Paulo, Editora Perspectiva, 2002.

CORREIO BRAZILIENSE. **Black is king: As discussões geradas após o lançamento do filme de Beyoncé**. Publicação: Estado de Minas, Correio Braziliense. Publicação: 03 ago. 2020, às 17:41. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/08/03/interna_diversao_arte,878085/discussoes-geradas-apos-o-lancamento-do-filme-black-is-king-de-beyonce.shtml>. Acesso em 12 set. 2020.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **O Anti-Édipo** (1972). Rio de Janeiro: Imago, 1976.

DIOR, Christian. *The Little Dictionary of Fashion: A Guide to Dress Sense for Every Woman*. **V&A publishing**, 1954.

ECO, Umberto. **História da feiúra**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

FERNANDES, Telmo; LOURO, Guacira Lopes. Um Corpo Estranho: Ensaio sobre sexualidade e teoria queer. **Revista Crítica de Ciências Sociais** [Online], v. 76, ano 2006. Publicado em: 01 Out. 2012. Disponível em: <<http://rccs.revues.org/879>>. Acesso em 3 set. 2020.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade 1: A vontade de saber**. 3. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1980.

FRESH DRESSED, 2015. Direção: Sacha Jenkins. Documentário/Gênero musical · 1h 30m. [Vídeo Arquivo IMDb]. Disponível em: <<https://m.imdb.com/title/tt4209900/>>. Acesso em 4 set. 2020.

ID. HALL, Jake. Lil' Kim Big Momma Thang [Música Online]. Publicação: 5 abr. 2016. Disponível em: <https://i-d.vice.com/en_us/article/3kqw4n/in-celebration-of-lil-kim-raps-original-provocateur>. Acesso em 13 out. 2020.

LAKATOS, E. Maria; MARCONI, M. de Andrade. Fundamentos de metodologia científica: Técnicas de pesquisa. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LIPOVETSKY, G; SERROY, J. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. Tradução por Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, v. 2016, 1989.

MASSAROTTO, Ludmila Prado. Moda e identidade: o consumo simbólico do vestuário. **Anais do IV Colóquio de Moda**, 2008.

MOLES, Abraham A. **O kitsch: a arte da felicidade**. São Paulo: Perspectiva, 2001.

ODAINGEROUS. **Cheetah boxer**. Disponível em: <<https://odaingerous.com/collections/mens-boxer-brief/products/financially-recover-cheetah-boxer-brief>>. Acesso em 29 set. 2020.

PARIS IS BURNING, 1990. Diretor: Jennie Livingston [Documentário Vídeo Online]. Arquivo IMDb. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20190908141355if_/https://www.imdb.com/title/tt0100332/>. Acesso em 13 out. 2020.

PINTEREST. **Jackie Kennedy, 1961**. [Fotografia Online]. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/368380444503978888/?nic_v2=1ayObqWXE>. Acesso em 3 out. 2020.

PRAIA DOS OSSOS - Todos os episódios. Entrevistadores: Um podcast original de Radio Novelo. [S. l.]: Estreado em 12 setembro 2020. Podcast do Spotify. Disponível em: https://open.spotify.com/show/2Kki0IWqyMWegWAF2mZOg?si=0G4tcKykT-mdP6cEb1_w5w. Acesso em: 22 dez. 2020.

PRECIADO, Beatriz. Multidões queer: notas para uma política dos ‘anormais’”. Tradução por Cleiton Zóia Munchow e Viviane Teixeira Silveira. **Revista Estudos Feministas**. Florianópolis, v. 19, n. 1, 2011.

PROBLEMAS FEMININOS 1974 - *Female Trouble* (Título original). Dirigido por: John Waters (I). 98 minutos. Filmow - A sua rede social de filmes e séries [Filme Online]. Disponível em: <<https://filmow.com/problemas-femininos-t9687/>>. Acesso em 8 out. 2020.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. Filme de Beyoncé erra ao glamorizar negritude com estampa de oncinha. **Folha de São Paulo** [Online]. Publicação: 2 ago.2020 às 13h45. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/08/filme-de-beyonce-erra-ao-glamorizar-negritude-com-estampa-de-oncinha.shtml>> Acesso em 29 set. 2020.

SHADE, Colette. The Trashy, Expensive, Contradictory Reputation of Leopard Print. An abridged history of class extremes. RACHED. Publicação: 7 Mar 7 2018, às 9h32. [Notícia Online]. Disponível em: <https://www.racked.com/2018/3/7/17053964/leopard-print-history>. Acesso em 3 out. 2020.

SOARES, Luiz Eduardo. **O Brasil e seu duplo**. São Paulo: Todavia, 2019.

SOMBRA, Colette. A repulsa, cara e contraditória da estampa de leopardo: Uma história resumida de extremos de classe. **RACKED** [Revista Online]. Publicação: 7 mar. 2018, 9h32 EST. Disponível em: <<https://www.racked.com/2018/3/7/17053964/leopard-print-history>>. Acesso em 2 set. 2020.

SONTAG, Susan. Notas sobre a estética camp. In: SONTAG, Susan. **Contra a interpretação**. São Paulo: L&PM Editores, 1987.

STEWART EDWARD WHITE. **The Leopard Woman**. Artista Evan L.A, 1920. [Fotografia Online]. Disponível em: <<https://silenthollywood.com/theleopardwoman1920.html>>. Acesso em 1 out. 2020.

THE MET 150. **Caricatura Mostrando Maria Antonieta como um Leopardo, Século XVIII**. Artista: Anônimo, francês, século XVIII. Data: século XVIII. Meio: Etching. Dimensões: folha: 4 5/8 x 3 7/8 in. (11,8 x 9,8 cm). Classificação:

Impressões. Linha de Crédito: A Coleção Elisha Whittelsey, O Fundo Eliseu Whittelsey, 1962. Número de adesão: 62.520.16. Disponível em: <<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/393249>>. Acesso em: 25 set. 2020.

THE REMIX: HIP HOP X FASHION. Direção/Produção: Lisa Cortés e Farah X, 2019. Documentary, Music, Fashion. USA, 67 minutos [Vídeo TV Netflix e IMDB]. Disponível em: < <https://www.imdb.com/title/tt10011480/>>. Acesso em 2 set. 2020.

TÍMIDA, 2020. Cantores: Pablo Vittar e Thalia. Diretor: Gus. Produtor: Israel Consuegra e Liz Lopez. [Música Online]. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=r7MI4J9q3Lo>>. Acesso em 23 set. 2020.

TUMBRL. SISTER WOLF. **Louise Glaum, 1920** [Fotografia Online]. Disponível em: <<https://sisterwolf.tumblr.com/post/34387571355/louise-glaum-1920>>. Acesso em 29 set. 2020.

YVYSANT LAURENT. Year In Fashion: 2002. 300 de jul. de 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=075mU8O78T4&t=765s&app=desktop>>. Acesso em 20 set. 2020.

ZIGGYIBRUNI. **Rene Gruau, Miss Dior, 1949. Ink, black marker and gouache. 70 x 80 cm. Collection "Christian Dior Parfums"**. In: Dior: Under The Sign Of Art (part VII). Publicação: 15 ago. 2011. Disponível em: <https://ziggyibruni.livejournal.com/65903.html#cutid1>. Acesso em 29 set. 2020.