

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

Maria Eugênia Rodrigues Corrêa

**PRETO, BRANCO E EM CORES:
UMA PRODUÇÃO DE MODA A PARTIR DA ALFAIATARIA**

Juiz de Fora
2018

Maria Eugênia Rodrigues Corrêa

**PRETO, BRANCO E EM CORES:
UMA PRODUÇÃO DE MODA A PARTIR DA ALFAIATARIA**

Trabalho de conclusão para Graduação do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientador: Prof.^a Dr.^a Elisabeth Murilho da Silva

Juiz de Fora
2018

Maria Eugênia Rodrigues Corrêa

PRETO, BRANCO E EM CORES:
UMA PRODUÇÃO DE MODA A PARTIR DA ALFAIATARIA

Trabalho de conclusão para Graduação do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientador: Prof.^a Dr.^a Elisabeth Murilho da Silva

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Elisabeth Murilho da Silva - Orientadora
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. Me. Luiz Fernando Ribeiro
Universidade Federal de Juiz de Fora

Especialista João Pedro Basques

Examinado em: 05/12/2018

Dedico este trabalho à minha irmã Têania Rodrigues Corrêa, que acompanhou todo o desenvolvimento e me apoiou para a realização deste sonho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a Deus.

Aos meus pais por sempre me incentivarem e dar total apoio aos meus estudos. Agradeço à minha irmã por participar de tudo, acompanhando os passos da minha caminhada. Aos meus amigos por me apoiarem e estarem disponíveis sempre que possível, em especial ao amigo Lucas Almeida que ficou responsável pela fotografia da produção e ao meu amigo João Luiz Pedrosa, que participou como assistente.

Ao meu namorado Giovane, pelo apoio e carinho.

Ao Instituto de Artes por ser um espaço para o crescimento e principalmente incentivar o desenvolvimento criativo.

Aos professores, pela dedicação em suas aulas com a melhor colaboração para nossos estudos e pesquisas.

À minha orientadora Prof. Dr.^a Elisabeth Murilho, pela disponibilidade e paciência, além das excelentes orientações.

Ao Prof. Me. Luiz Fernando Ribeiro pelas dicas em sala de aula e por me motivar a fazer uma produção de moda em meu Trabalho de Conclusão de Curso.

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar a alfaiataria feminina fazendo uma breve busca de sua história, abordar suas formas de uso e falar sobre seus possíveis consumidores. Além disso, pretende compreender como se manteve na moda até chegar aos dias atuais, inserindo esse vestuário em um contexto mais moderno e jovem. Como consequência dessa pesquisa, foi criado um editorial de moda onde peças de alfaiataria são fonte de inspiração, o preto e branco que são as cores principais, são clássicas e atemporais combinadas com outras cores como o vermelho e o cinza resultando em um visual mais jovem, prático e ao mesmo tempo elegante.

Palavras-chave: Alfaiataria. Alfaiataria Feminina. Moda Jovem. Editorial de Moda.

ABSTRACT

The present study aims to analyze female tailors by making a brief search of their history, approaching their use and talking about their possible consumers. In addition, it intends to understand how it has remained in fashion until reaching the present day, inserting this clothing in a more modern and young context. As a result of this research, a fashion editorial was created where tailor's pieces are inspirational, black and white which are the main colors, are classic and timeless combined with other colors such as red and gray resulting in a more youthful look , practical and at the same time elegant.

Keywords: Tailoring. Female Tailoring. Young fashion. Fashion Editorial.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Mulher de classe média usando traje estilo “alternativo”, Inglaterra 1893.....	16
Figura 02 – Desenho de uma mulher usando o traje Bloomer.....	16
Figura 03 – Ciclista francesa usando saia-calça, França 1895.....	17
Figura 04 – Knickerbocker, Inglaterra 1897.....	17
Figura 05 – Tailleur em tweed Chanel Vogue Francesa Março 1957.....	19
Figura 06 – A atriz Marlene Dietrich usando um terno de tweed 1933.....	19
Figura 07 – Esboço Le smoking Yves Saint Laurent 1966.....	20
Figura 08 – Le smoking Yves Saint Laurent em lã antracita 1970.....	21
Figura 09 – Yuppies nos anos 1980.....	21
Figura 10 – Campanha Armani Primavera/Verão 1980.....	22
Figura 11 – Power Suits das grifes Armani Privé, Paul Smith e Dior 2018.....	23
Figura 12 – Traje Zoot recriado, Chris Ruocco Tailors 1994.....	25
Figura 13 – Teddy Boys em um parque de diversões 1955.....	26
Figura 14 – Teddy Girls em uma área bombardeada em Londres 1955.....	26
Figura 15 – Garotas Mod fazendo compras em Londres 1968.....	27
Figura 16 – Garotos Mod década de 1960.....	27
Figura 17 – Conjunto de alfaiataria André Courrèges em gabardine 1965.....	28
Figura 18 – Conjunto Pierre Cardin década de 1960.....	29
Figura 19 – David Bowie à esquerda em 1973 e à direita em 1983.....	30
Figura 20 – Courrèges década de 1960.....	32
Figura 21 – Twiggy conhecida como “The Face of 1966”.....	33
Figura 22 – Prancha iconográfica do tema.....	35

Figura 23 – Prancha iconográfica de vesturário.....	35
Figura 24 – Prancha iconográfica inspiração anos 1960.....	36
Figura 25 – Prancha iconográfica de cartela de cores.....	36
Figura 26 – Prancha iconográfica de acessórios.....	37
Figura 27 – Prancha iconográfica de beleza.....	37
Figura 28 – Prancha iconográfica de cenário.....	38
Figura 29 – Prancha iconográfica de poses.....	38
Figura 30 – Prancha iconográfica de público-alvo.....	39
Figura 31 – Prancha iconográfica do look 01.....	39
Figura 32 – Prancha iconográfica do look 02.....	40
Figura 33 – Prancha iconográfica do look 03.....	40
Figura 34 – Prancha iconográfica do look 04.....	41
Figura 35 – Prancha iconográfica do look 05.....	41
Figura 36 – Resultado final 01.....	42
Figura 37 – Resultado final 02.....	42
Figura 38 – Resultado final 03.....	43
Figura 39 – Resultado final 04.....	43
Figura 40 – Resultado final 05.....	44
Figura 41 – Resultado final 06.....	44
Figura 42 – Resultado final 07.....	45
Figura 43 – Resultado final 08.....	45
Figura 44 – Resultado final 09.....	46

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. ALFAIATARIA EM PERSPECTIVA.....	12
2.1. CONSUMIDORES DE ALFAIATARIA.....	14
2.2. MULHERES E ALFAIATARIA.....	15
3. ALFAIATARIA E SUAS FORMAS DE USO.....	24
4. A PRODUÇÃO DE MODA.....	31
4.1. EDITORIAL ALFAIATARIA FEMININA.....	32
5. FICHA TÉCNICA.....	47
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
REFERÊNCIAS.....	50

1 INTRODUÇÃO

O trabalho a seguir pretende fazer um breve estudo sobre a alfaiataria, procurando abordar seus usos na moda, apontar de maneira breve quem seriam seus possíveis consumidores, investigar sobre alfaiataria feminina, como se mantém na moda, a atemporalidade que as peças possuem e como se inserem na moda contemporânea. Há muito tempo são peças consideradas essenciais tanto no guarda-roupa feminino quanto no masculino e através dessa importância que ela tem por tantos anos surge o interesse em estudá-la e explorar suas possibilidades contemporaneamente.

A palavra alfaiate deriva do árabe *alkhayyát*, do verbo *kháta*, que significa coser. Portanto, alfaiataria é o ato de cortar e coser (costurar) tecido. Conhecida no inglês como *tailor* e no francês *tailleur*, a alfaiataria se desenvolveu na Europa por volta de 1297, conforme Souza, Barbosa e Queiroz (2015).

Na alfaiataria, o profissional alfaiate produzia peças de vestuário sob medida através de técnicas artesanais de corte e costura. Contudo, com o avanço da tecnologia e da evolução das indústrias de confecção de vestuário e o advento do *prêt-à-porter*, ou pronto para vestir, houve um declínio e desvalorização da profissão do alfaiate e da alfaiataria artesanal, pois com a produção de peças em série houve redução do valor das mesmas e um consequente aumento das vendas. Entretanto não há o cuidado e atenção aos detalhes de cada peça, como ocorre na produção artesanal. No que concerne à parte masculina, a alfaiataria continua tendo uma importância maior que a feminina visto que muitos homens ainda dão valor à produção artesanal por ter mais qualidade e durabilidade, principalmente no que se refere a peças tradicionais, pois, de maneira geral, os homens tendem a consumir menos quantidade de roupas do que mulheres.

Essa pesquisa se propõe a compreender como a alfaiataria se manteve na moda durante todo esse tempo, como ela se insere no vestuário feminino na contemporaneidade e de que forma ela pode ser usada no dia a dia.

Como resultado desse estudo, será realizado um editorial de moda onde peças de alfaiataria feminina são a fonte de inspiração para as fotos. As peças foram obtidas através de diversas origens como brechós e bazares e serão combinadas com outros tipos de peças do vestuário, peças contemporâneas, a maioria de acervo pessoal obtida através de lojas de departamento trazendo para essa alfaiataria tradicional um visual mais contemporâneo

inserido em um contexto mais jovem. Além disso, o *power suit* como um momento de maior liberdade da mulher é um *look* de destaque nessa produção. Os acessórios e algumas poses que compõem a produção foram inspirados na década de 1960, entretanto o preto e o branco que são as cores principais são atemporais, o que torna a produção mais contemporânea.

2 ALFAIATARIA EM PERSPECTIVA

Antes de aprofundar no tema desse estudo, que é a alfaiataria feminina é importante deixar claro a diferença entre alfaiataria e alta costura. Basicamente, a alta costura, segundo Friedman (2018), é uma espécie de feira que acontece duas vezes ao ano durante cinco dias em Paris. Nessa feira, marcas expõem suas coleções de roupas feitas à mão que custam um preço elevado, mas também são feitas de acordo com técnicas artesanais que ressaltam a qualidade e exclusividade das criações. Para se tornar uma casa de alta costura, a marca deve seguir algumas regras estabelecidas pela *Chambre Syndicale de la Haute Couture* como possuir um ateliê em um lugar bem conceituado de Paris, com um determinado número de artesãos, produzir um número específico de *looks* exclusivos para apresentar nos shows que ocorrem duas vezes no ano, entre outros.

Já a alfaiataria é uma técnica antiga de produção artesanal de vestuário onde o sistema de ensino se constitui através da relação de mestre e aprendiz e/ou de pai para filho e assim as técnicas se desenvolveram e foram passadas por gerações, segundo Barbosa e Santos, (2017). Desse modo a alfaiataria se manteve na história. Além de cortar e costurar, o trabalho do alfaiate consiste em uma peculiar minúcia desde escolher o corte e o tecido até os acabamentos para cada peça para que no fim, o produto seja personalizado e único.

Por se tratar de uma confecção de peças de vestuário personalizada, todas as decisões como, corte, modelo, tecido, são combinados com o cliente antes da confecção. Durante o processo, provas das peças são feitas para que sejam feitos ajustes e acabamentos e o resultado final do produto seja um caimento impecável proporcionando satisfação em quem irá vestir.

Segundo Hollander, (2003 apud AUED; SILVA, 2005, p. 7), até o final da Idade Média, os alfaiates homens produziam roupas para homens e mulheres. Alfaiate era uma profissão para homens, e dessa forma era uma profissão respeitada e reconhecida. As mulheres eram denominadas costureiras, e não eram respeitadas da mesma forma que os homens alfaiates. A elas era permitido serem feitos apenas ajustes, acabamentos e “costuras que não exigiam técnica”. (AUED; SILVA, 2005, p. 7)

Na França, por volta de 1675, costureiras conseguiram autorização do rei para formar a Guilda de alfaiates mulheres, conseguindo assim *status-quo* e sendo mais reconhecidas. Entretanto, apenas em 1782 conforme Grumbach (2009 apud SOUZA; BARBOSA;

QUEIROZ, 2015, p. 4) foi permitido que costureiras confeccionassem corpetes, espartilhos, crinolinas para as mulheres e também robes e dominós para baile, para os homens. Logo depois, alfaiates homens produziam roupas para homens e alfaiates mulheres produziam roupas para mulheres, dessa forma, mulheres e moças se sentiam mais à vontade na hora das provas das roupas.

Alfaiates podem efetuar tarefas como desenhar, cortar, costurar, reformar, ajustar e transformar roupas. Para se tornar um alfaiate não é necessário uma formação específica. A pessoa se habilita através de formações, que na maioria dos casos são ministradas por alfaiates em seus ateliês. Um bom alfaiate normalmente possui uma clientela fixa através de seu trabalho bem feito e personalizado.

No século XVI, em especial no reinado da rainha Elizabeth I na Inglaterra, conforme Souza, Barbosa e Queiroz, (2015), a profissão de alfaiate estava vinculada ao luxo, pois com sua maneira de governar, a monarca determinou que para que a nobreza conquistasse sua atenção deveria pagar por bens de luxo como o bom vestuário que passou a ser um instrumento de poder.

Por volta do final do século XVIII, a moda masculina começou a apresentar mudanças como a redução dos adornos e adotar um visual mais austero e discreto, dessa forma deixando os ornamentos, cores chamativas e formas diferenciadas para a moda feminina. Passou-se então a dar prioridade a determinadas peças da alfaiataria tradicional como calções, casacas e coletes, pois aos homens “não importava mais serem considerados belos, o objetivo agora era a praticidade, vestir-se com correção.” (SOUZA; BARBOSA; QUEIROZ, 2015, p.4)

Conforme as mudanças da moda, as mudanças na alfaiataria masculina aconteciam através de alterações no corte e nas técnicas de construção das peças, já na alfaiataria feminina, ocorriam através de acabamentos e ornamentos.

De acordo com Souza, Barbosa e Queiroz (2015), o terno masculino surgiu na França no século XVIII, com o corte largo, era mais utilizado em momentos de descanso ou para andar a cavalo. Nesse momento, cada item do terno (paletó, colete, camisa e calça) era feito com tecidos diferentes, variando padrões e cores. Em 1860, todas as peças passaram a serem confeccionadas com a mesma cor e tecido. A alfaiataria tanto para o homem quanto para a mulher se transforma conforme a moda, momento social, político e econômico.

Com o passar do tempo e as transformações tecnológicas, a profissão do alfaiate vem ficando cada vez mais escassa, antes do *prêt-à-porter* o alfaiate era o responsável pelo vestuário de pessoas de classe alta, entretanto, conforme o passar do tempo essas pessoas passaram a consumir peças prontas além de peças feitas de forma artesanal, dessa forma as peças artesanais passaram a não ser a primeira opção no guarda-roupa dessas pessoas. O advento do *prêt-à-porter* causou grandes transformações na indústria da moda. O mercado passou a comercializar roupas prontas feitas a partir de uma tabela de medidas padronizadas e desde então as pessoas passaram gradativamente a procurar tamanhos que servissem ao invés de ir a ateliês encomendar roupas sob medida.

Essas mudanças se tornaram um grande desafio para que alfaiates se mantivessem no mercado. A alfaiataria artesanal continua com sua fama de qualidade e elegância. A Rua *Savile Row* em Londres continua sendo o local onde se encontram os alfaiates de qualificação superior e de renome. Esses profissionais nos dias de hoje além de atenderem clientes tradicionais que prezam pela qualidade de suas roupas, para conquistarem novos clientes usam de diferentes estratégias de marketing no *e-commerce* e algumas trabalham com aluguel de peças tradicionais para festas e eventos de gala. Atualmente, a procura pelos serviços de alfaiates é menor, tornando o serviço mais caro e exclusivo.

2.1 CONSUMIDORES DE ALFAIATARIA

Desde o surgimento da alfaiataria os consumidores desse tipo de vestuário são aqueles com grande poder aquisitivo. Como já foi mencionado anteriormente, no século XVI adquirir peças de alfaiataria estava relacionado ao luxo, ou seja, somente pessoas da realeza e da burguesia ascendente eram clientes dos grandes alfaiates. Isso sucede durante bastante tempo, ainda no século XX, pessoas de classe alta se vestiam com os *grands couturiers*, conforme Mendes e De La Haye (2009), a classe média se vestia com produtores menores e também compravam roupas prontas em lojas de departamento. Já os pobres, que dificilmente compravam roupas novas, quando compravam, na maioria das vezes eram peças de segunda mão e também usavam roupas doadas.

A partir do *prêt-à-porter* e as transformações que ocorreram na indústria da moda, a alfaiataria “subdividiu-se”. A alfaiataria artesanal mantém a tradição, onde alfaiates produzem peças de forma personalizada para o cliente. Entretanto, as confecções começaram a copiar

algumas técnicas dos alfaiates e a partir de então é possível encontrar peças de alfaiataria industrial, ou seja, pronta para vestir em lojas de departamento, e isso fez com que pessoas de poder aquisitivo mais baixo pudessem adquirir peças de alfaiataria.

A alfaiataria artesanal ainda continua sendo direcionada a aqueles que têm o poder aquisitivo maior, pois geralmente dão preferência a peças únicas, atemporais e de qualidade diferenciada. Além deles, existem os consumidores que necessitam de roupas com o tamanho especial, como não encontram facilmente em lojas acabam optando por encomendar peças sob medida. Já os consumidores de alfaiataria industrial, são aqueles que procuram peças com o valor mais acessível que também sejam atemporais e que permitem certa elegância. Esses consumidores geralmente costumam adquirir outros tipos de peças de vestuário e não estão muito preocupados com a durabilidade das peças.

2.2 MULHERES E ALFAIATARIA

Segundo Crane (2006, p. 197), “O vestuário feminino de hoje deriva em parte dos estilos adotados pelas mulheres das classes média e operária cujo comportamento não correspondia ao ideal feminino vitoriano.”

Durante muito tempo, mulheres sofreram com a falta de liberdade principalmente na hora de se vestirem. Espartilhos, crinolinas, anquinhas, são alguns dos elementos que fizeram parte do vestuário feminino que inibiam essa liberdade da mulher, principalmente a liberdade de movimentos.

No século XIX o vestuário feminino apresenta divergências onde se pode observar o que poderia ter antecipado um pouco do que seria o vestuário feminino atualmente. Conforme Crane (2006), o vestuário possuía o papel de comunicação simbólica, que demonstrava a posição e papel social das pessoas. “Mulheres das classes média e alta dedicavam tempo e quantias enormes para criar guarda-roupas sofisticados, com o objetivo de se apresentar de forma adequada aos membros de seu grupo social.” (CRANE, 2006, p. 199). Dessa maneira deixavam claro seu ócio e o papel submisso da mulher na sociedade.

Nesse mesmo século, além do estilo dominante mencionado, existia o que Crane chama de estilo alternativo, que foi adotado em sua maioria pelas mulheres que trabalhavam fora. O estilo adotava peças do vestuário masculino como camisas, gravatas, paletós

combinados com peças do vestuário feminino como as saias, pois as mulheres ainda não se arriscavam a usar calça comprida.

Figura 01 - Mulher de classe média usando traje estilo “alternativo”, Inglaterra 1893.



Fonte: CRANE, 2006, p. 211.

Amelia Bloomer foi conhecida por apresentar a primeira proposta de reforma do vestuário em 1850 nos Estados Unidos. O traje que ela apresentava “consistia em uma saia curta por sobre uma calça turca volumosa.” (CRANE, 2006, p. 228). Bloomer usava esse traje por considerar “confortável, prático e bem arrumado”. Apesar de apresentar essa possibilidade de liberdade no vestuário feminino o traje Bloomer não perdurou muito por ser censurado e ridicularizado.

Figura 02 – Desenho de uma mulher usando o traje Bloomer.



Fonte: Disponível em: <<https://www.nps.gov/wori/learn/historyculture/amelia-bloomer.htm>> . Acesso em: 03 set. 2018.

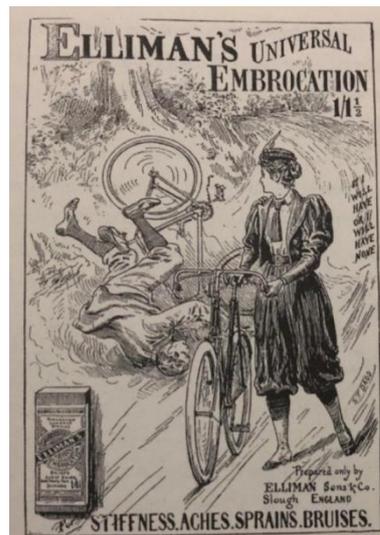
Com o passar do tempo e com a prática de esportes foram sendo adotadas por mulheres, a ideia de praticidade e conforto passou a ser mais valorizada no vestuário feminino. Da metade para o final do século XIX mulheres passaram a praticar o ciclismo onde puderam usar uma espécie de calça por baixo da saia ou calça bufante que aparentava ser uma saia, e os *knickerbockers*, para facilitar a prática do esporte que impossibilitava o uso de roupas elegantes.

Figura 03 – Ciclista francesa usando saia-calça, França, 1895.



Fonte: CRANE, 2006, p. 245.

Figura 04 – Knickerbocker, Inglaterra, 1897.



Fonte: CRANE, 2006, p. 243.

Esses acontecimentos e essas reformas no vestuário feminino juntamente com a chegada da Primeira Guerra mundial no início do século XX auxiliaram na conquista de alguma liberdade feminina, principalmente no quesito vestir. Com a Primeira Guerra a falta de tecidos e dificuldades financeiras, o exagero e exuberância da indumentária feminina foram abandonados, resultando num significativo encurtamento das saias.

No início do século XX, segundo Kasznar e Dwyer (2010, p.50, apud LIPERT, 2012, p.21), o período da Primeira Guerra fez com que as mulheres se sentissem extravagantes com as roupas que usavam, pois consideravam inadequadas para o momento de conflito. Como a maioria, tanto as de classe baixa quanto de classe média, foram recrutadas para a guerra, houve um grande aumento de mulheres jovens no mercado de trabalho, o que contribuiu também para a reforma do vestuário feminino, pois vestidos cheios de camadas de tecido dificultavam a essas mulheres se movimentarem e logo as impossibilitava de exercer suas funções.

De acordo com Mendes e De La Haye (2009), a partir de 1916 com grande parte dos homens se alistando no exército, as mulheres cada vez mais entraram para a força de trabalho realizando tarefas especializadas como trabalhos em indústrias de munição, hospitais e campos, por exemplo. Assim, o vestuário de trabalho foi mudando conforme as necessidades dessas mulheres. As jovens que realizavam trabalhos agrícolas adotaram os culotes, e as que trabalhavam em fábricas e minas adotaram calças e macacões. Consequentemente, tabus em relação a esse tipo de vestuário para mulheres vieram à tona.

Segundo Feghali (2010 *apud* LIPERT, 2012, p. 21), na segunda década do século XX, havia indícios de alfaiataria feminina. Com a guerra as mulheres tiveram que trabalhar fora e também por outros motivos surgiram os trajes úteis que se parecem muito com o terninho de saia e com célebre *tailleur de tweed* criado pela estilista Coco Chanel.

Figura 05 – Tailleur em tweed Chanel, Vogue Francesa, Março 1957.



Fonte: Disponível em: <<http://parismuseescollections.paris.fr/fr/palais-galliera/oeuvres/blouse-en-soie-imprimee-et-tailleur-en-tweed-chanel-vogue-francais-mars-1957#infos-principales>>. Acesso em: 06 set. 2018.

Na década de 1930, a estrela do cinema hollywoodiano Marlene Dietrich já usava peças de alfaiataria do vestuário masculino como as calças. A atriz foi considerada “responsável pela introdução da moda das calças compridas nos Estados Unidos.” (BLACKMAN, 2012, p. 145)

Figura 06 – A atriz Marlene Dietrich usando um terno de tweed, 1933.



Fonte: BLACKMAN, 2012, p. 144.

Com a Segunda Guerra, de acordo com Mackenzie (2010 apud LIPERT, 2012, p. 24), surgiu o utilitarismo na Grã-Bretanha. O Esquema Utilitário de Vestuário, conforme Mendes e De La Haye (2009) em 1942 que perdurou até aproximadamente 1952, instaurado para auxiliar na confecção do vestuário com a finalidade de controlar as etapas de fabricação e nesse momento “As peças eram sóbrias e práticas, eram basicamente peças de alfaiataria elegantes com ombros marcados.” (LIPERT, 2012, p. 24). De maneira geral, houve uma simplificação significativa dos trajes femininos em toda a Europa durante a guerra, contribuindo para que as mulheres se vissem papéis mais ativos em razão do conflito.

Em 1966, o estilista Yves Saint Laurent criou o smoking para mulheres como “alternativa revolucionária ao vestido de noite grandioso” (MENDES; DE LA HAYE, 2009, p.163). A criação do estilista anunciava uma mudança definitiva no guarda roupas e na liberdade feminina. Depois disso, o smoking passou a desfilas em todas as suas coleções.

Figura 07 – Esboço *Le smoking* Yves Saint Laurent 1966.



Fonte: Fonte: MENDES; DE LA HAYE, 2009, p. 163.

Figura 08 – *Le smoking* Yves Saint Laurent em lã antracita, pelo fotógrafo Helmut Newton, 1970.



Fonte: MENDES; DE LA HAYE, 2009, p. 194.

No início da década de 1970, as mulheres aos poucos foram conquistando seus direitos e seu espaço no mercado de trabalho, e com isso elas passaram a se vestir de maneira formal e prática, bem próxima do que os homens vestiam, assim a alfaiataria feminina passou a ser mais comum.

Nos anos 1980 entraram em voga os *yuppies* nos Estados Unidos, jovens profissionais urbanos que visavam sucesso empresarial, e com isso esses jovens, tanto homens quanto mulheres, se vestiam de forma adequada ao ambiente de trabalho.

Figura 09 – *Yuppies* nos anos 1980.



Fonte: Disponível em <<https://br.pinterest.com/pin/539657967829580713/>>. Acesso em: 06 set. 2018.

Também na década de 1980, estilistas importantes como Giorgio Armani trouxeram o terno masculino para o vestuário feminino, porém com tecidos mais macios para definir e valorizar a mulher no meio profissional, esse traje ficou conhecido como “*power suit*”. Além disso, o estilista criou um novo estilo para a alfaiataria, o estilo sexy, que segundo Buckley (1997) e Mackenzie (2004), Armani tirou a estrutura rígida que os ternos masculinos possuíam, trazendo a fluidez para o terno feminino, criando uma nova linguagem para a alfaiataria feminina.

Figura 10 – Campanha Armani Primavera/Verão 1980.



Fonte: Disponível em: <<https://www.designer-vintage.com/en/masterclass/article/giorgio-armani-s-power-suits>>. Acesso em: 06 set. 2018.

Nas últimas temporadas de semanas de moda, a alfaiataria feminina e o terno feminino no estilo “*power suit*” tiveram destaque, com variações de cores e combinações. Marcas como Armani Privé, Paul Smith e Dior trouxeram suas novas versões do traje nas semanas de moda de alta costura de 2018 em Londres e em Paris.

Figura 11 – *Power suits* das grifes Armani Prive, Paul Smith e Dior, 2018.



Fonte: Disponível em: <<https://www.marieclaire.co.uk/fashion/how-to-wear-power-suit-trend-575121>>. Acesso em: 06 set. 2018.

3 ALFAIATARIA E SUAS FORMAS DE USO

Desde o surgimento da alfaiataria, a parte masculina sempre teve um destaque maior do que a alfaiataria feminina. No que se refere a pesquisas sobre o tema, a maior parte de informações encontradas são sobre alfaiataria masculina.

Tratando sobre moda masculina, até meados do século XX, tudo relacionado aos homens está também relacionado à masculinidade. A alfaiataria masculina tradicional está ligada a esses estereótipos. No século XIX, especialmente na segunda metade, as divisões de identidade de gênero se tornaram ainda mais evidentes. A ideia de masculinidade está relacionada a poder, força e a ideia de feminilidade à fragilidade, sensibilidade, delicadeza. O terno é um exemplo dessa separação de gêneros. Pois por muito tempo esteve relacionado ao guarda roupa masculino, mulheres só puderam de fato usar calças sem serem julgadas no final dos anos 1960, ou seja, já no século XX.

No século XX, “o terno de trabalho tornou-se a personificação do estilo que expressa as distinções de classe social” (CRANE, 2006, p. 340). Nesse momento o terno adquiriu as características que ele possui até os dias de hoje, com suas regras de confecção e uso e restrição a cores ligada a ocasião em que ele é usado. Além do ambiente de trabalho, o terno geralmente é usado em festas de gala como formatura e casamento, que requerem maior formalidade.

Todavia, em determinados momentos da história da moda, houve algumas variações do terno e também de outras peças de alfaiataria e das formas de trajá-los. Um exemplo interessante é o terno *zoot*, usado na década de 1940. As origens desse traje são desconhecidas, porém eram usados por homens jovens trabalhadores negros, hispânicos e filipinos que moravam na área urbana na América do Norte. Segundo informações do *Victoria and Albert Museum*, *zoot* significava algo relacionado a um estilo extravagante.

Figura 12 - Traje Zoot recriado, Chris Ruocco Tailors, 1994 exibido na exposição no Victoria And Albert Museum em 1994-5.



Fonte: Disponível em: <<http://www.vam.ac.uk/content/articles/p/powerdressing-zoot-suits/>>. Acesso em: 29 ago. 2018.

Outra variação da alfaiataria tradicional é encontrada no estilo Teddy Boy que foi uma subcultura jovem britânica que começou na década de 1950 depois do fim do racionamento causado pela Segunda Guerra. Foi nesse momento em que os jovens passaram a ter maior necessidade de expressar sua própria identidade e criaram seu próprio estilo. Antes disso, os jovens vestiam roupas que adultos vestiam, pois o interessante era ter uma aparência adulta. Basicamente, o estilo Teddy Boy misturava influências da era Eduardiana e do *rock and roll* americano. Nesse momento também existiam as Teddy girls. Segundo Bell (2014), o estilo das Teddy Girls é mais difícil de definir, pois não havia um grande interesse na parte feminina da subcultura Ted. Entretanto, através de fotografias é possível perceber um estilo andrógino onde as garotas misturavam peças do vestuário masculino como jaquetas, jeans, e influências da era Eduardiana, como por exemplo, as gravatas de veludo, lenços no pescoço e os chapéus mais elaborados.

Figura 13 - Teddy boys em um parque de diversões em Janeiro de 1955.



Fonte: Disponível em: <<http://www.culture24.org.uk/art/photography-and-film/art564323>>. Acesso em 29 ago. 2018.

Figura 14 – Teddy Girls em uma área bombardeada em Londres, 1955.



Fonte: Disponível em <<https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2016/nov/29/ken-russell-post-war-london-in-pictures-rolleicord-teddy-girls>>. Acesso em: 25 set. 2018.

Na década de 1960, que é a década que, em parte, inspira a produção de moda desse estudo devido ao boom da moda jovem, houve a presença de outra subcultura que fazia uso de peças de alfaiataria de um jeito moderno, os Mods. Segundo Horsfield (2013) a subcultura Mod começou no final dos anos 50 em Londres com jovens que ouviam Jazz e vestiam ternos

italianos. Esses jovens foram importantes influências na moda e na música. O visual Mod inspirou bandas como The Who, The Small Faces e os Beatles.

Figura 15 – Garotas Mod fazendo compras em Londres, 1968.



Fonte: Disponível em: <<https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/g10201919/60s-fashion-trends/>>. Acesso em: 02 out. 2018.

Figura 16 – Garotos Mod, década de 1960.



Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/263319909436365940/?lp=true>>. Acesso em: 02 out. 2018.

Além das subculturas, estilistas como André Courrèges e Pierre Cardin produziram uma moda jovem também na década de 60. Courrèges criava modelos de corte despojado segundo Mendes e De La Haye (2009). O estilista se inspirava no vestuário esportivo e nos trajes de astronautas. Em sua cartela de cores, branco e prata eram destaque. “Para ele, o branco significava juventude e otimismo – agradava-lhe o fato de que tinha de ser mantido escrupulosamente limpo.” (MENDES; DE LA HAYE, 2009, p. 166).

Figura 17 – Conjunto de alfaiataria André Courrèges em gabardine, 1965.



Fonte: MENDES; DE LA HAYE, 2009, p. 167.

Pierre Cardin, treinado como alfaiate, abriu sua *maison* em 1950, “permaneceu fiel ao princípio de que um conjunto nunca deve ser sobrecarregado de ideias.” (MENDES; DE LA HAYE, 2009, p. 168.). O estilista, assim como André Courrèges, também era fascinado por temas como a “era espacial”.

Figura 18 – Conjunto Pierre Cardin, década de 1960.



Fonte: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/400820435569507084/?lp=true>>. Acesso em: 02 out. 2018.

Além das subculturas já citadas, o punk também fez uso de peças de alfaiataria. Vivienne Westwood conta em seu livro com Ian Kelly (2016) como ela e seu parceiro Malcom McLaren começaram. Ele começou vendendo artigos de *rock and roll* em um estande na King's Road nos anos 1970 e ela começou customizando alguns paletós no estilo Teddy Boy comprados de um alfaiate.

Helena Abramo, conta em seu livro *Cenas Juvenis* (1996) como foi a formação do punk, dark e new wave na juventude brasileira e além de falar sobre as questões sociais e culturais, a autora fala sobre a questão do estilo que era muito forte nessas subculturas. Abramo relata que uma das fontes de inspiração para o punk e o new wave eram os Mods dos anos 1960 e a moda clássica de 1940. Os jovens procuravam as peças em brechós, pois poderiam encontrar roupas diferentes e baratas, tendo mais liberdade de criar um estilo próprio fora dos padrões da moda da época. Dessa forma, a alfaiataria obteve seu espaço no guarda roupa dos jovens, pois assim eles teriam oportunidade de adquirir peças que antes não eram acessíveis a eles por questões financeiras.

Estrelas da música também fizeram uso da alfaiataria de uma forma não padronizada, mas sem perder a elegância. O astro britânico David Bowie foi o pioneiro no uso da alfaiataria sequinha segundo o site da revista Vogue. Bowie teve diferentes estilos durante as fases de

sua carreira e vez ou outra usava peças de alfaiataria para compor os *looks*. Dentre as fases de sua carreira, as que se destacam são: o *glam rock*, a adroginia e alfaiataria *oversized*. O cantor além de seu legado musical influenciou e ainda influencia tanto a moda quanto a arte. Segundo Falcão (2016), Bowie sempre esteve à frente de seu tempo, conhecido como camaleão do rock por transitar por vários estilos, o astro, vez ou outra inspira editoriais de revistas de moda. Além de inspirar estilistas, inspira também *stylists*, cabeleireiros, maquiadores, fotógrafos e muitos outros profissionais da moda.

Figura 19 - David Bowie à esquerda em 1973 e à direita em 1983.



Fonte: Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2016/01/14/fashion/david-bowies-fashion-legacy.html>>. Acesso em: 29 ago. 2018.

4 A PRODUÇÃO DE MODA

O editorial de moda é um modo de contar uma história através de fotografias que reúnem um conceito estético onde o objetivo é atingir um público-alvo e de certa forma influenciar esse público, além da intenção de venda. Vender uma ideia, vender um estilo de vida, vender um produto. Para que essa história seja compreendida é necessário que uma equipe trabalhe em conjunto. Fotógrafo, maquiador, cabeleireiro, *stylist*, entre outros. Tudo para que o propósito da produção seja alcançado.

Segundo Souza e Custódio (2005 apud ALMEIDA, 2017, p. 48), os editoriais de moda nos dias de hoje apresentam uma grande liberdade criativa. Entretanto, antes do *prêt-à-porter*, as fotografias de moda eram vinculadas à alta-costura. Somente a partir das décadas de 1950 e 1960 quando o *prêt-à-porter* foi incluído nas grandes casas de costura e houve a expansão do consumo de moda (quando a classe média passou a ser valorizada como mercado consumidor), houve também um desenvolvimento da indústria e, conseqüentemente, dos meios de comunicação envolvidos nesse processo. Nesse momento houve a valorização da juventude e assim a mídia criou novos modelos de comunicação para que esse novo público, o jovem, se identificasse. Dessa forma os profissionais responsáveis por uma produção de moda se tornaram cada dia mais importantes.

Os profissionais necessários para realizar uma produção de moda, conforme Almeida (2017) são: o editor de moda, que é responsável pelas pautas do veículo onde o editorial será publicado (revista, por exemplo), esse também é responsável por escolher a equipe que irá realizar o trabalho, responsável pela escolha das roupas e dos *looks*. Além do editor de moda, o *stylist* é importante para definir o conceito da imagem do editorial. Junto desses responsáveis é necessário modelo, ou modelos, cabeleireiro (a), maquiador (a) e por fim o fotógrafo.

Para realizar um editorial de moda é necessário também planejamento. Definir antecipadamente a locação e horários, a equipe de profissionais, a locomoção dos profissionais envolvidos, alimentação, aluguel de objetos para compor o cenário, se necessário, além de ir à busca das peças de roupa e acessórios. No dia das fotos é necessária uma equipe de apoio para auxiliar na organização e manutenção dos *looks*, de equipamentos, alimentação, entre outros.

4.1 EDITORIAL ALFAIATARIA FEMININA

Depois de abordar sobre o que é um editorial de moda e falar sobre os profissionais e suas funções, falaremos um pouco sobre o editorial que será resultado desse estudo.

Depois da escolha do tema, a escolha mais importante foi a da locação. A locação dessa produção será interna, em um apartamento vazio usado como um estúdio, e para o cenário que compõe as fotos um fundo branco e retângulos nas mesmas cores da cartela definida. Um cenário minimalista, com menos informação, para que os *looks* sejam destaque assim como em muitas fotos de moda dos anos 1960.

Figura 20 – Courrèges década de 1960.



Fonte: Disponível em: < <https://www.lilianpacce.com.br/moda/fashionteca/o-visionario-andre-courreges-morre-aos-92-anos/>>. Acesso em: 25 out. 2018.

Figura 21- Twiggy conhecida como “*The Face of 1966*”.



Fonte: Disponível em: < <https://www.marieclaire.com/fashion/g2164/supermodels-of-the-60s/?slide=3>>. Acesso em: 25 out. 2018.

No que se refere aos *looks*, as peças de alfaiataria foram obtidas através de brechós e bazares. O público-alvo dessa produção é jovem, que estuda ou está se formando, essas mulheres ainda não possuem poder aquisitivo para obter peças de alfaiataria artesanal, mas têm desejo de se destacar através de seu vestuário. Essas mulheres preferem dispor em seus guarda-roupas uma quantidade maior de peças atemporais e vez ou outra, peças “descartáveis”, de temporada. Além das peças de alfaiataria, outras roupas de acervo pessoal fazem parte da composição dos *looks* para que a proposta desse editorial seja alcançada: *looks* jovens com peças de alfaiataria que possam ser usados em diferentes ocasiões.

O público-alvo dessa pesquisa é um público que aprecia uma moda diferenciada. Mulheres entre 25 e 35 anos que estão começando uma vida profissional e procuram estar vestidas adequadamente para ocasiões variadas, desde um *happy hour* a uma reunião de trabalho. Essas mulheres procuram manter um guarda-roupa prático onde têm a possibilidade de deslocar uma peça de sua finalidade para outras ocasiões e formas de uso, como por exemplo, peças destinadas ao ambiente de trabalho combinadas com outras peças como uma blusa de malha resultando em uma produção interessante para momentos de lazer. Além disso, apreciam uma peça de roupa com bom caimento, atemporal e, sobretudo fácil de combinar com outras peças. Elas optam por alfaiataria por ser mais formal e elegante, mas ao mesmo tempo combinam com outros estilos de roupa, permitindo uma aparência mais jovem e de certa forma descolada.

Para inspirar essa produção, além das peças de alfaiataria, fotografias de moda jovem feminina dos anos 1960 serão o ponto de partida para inspiração de acessórios e poses. Nesse momento houve o boom da moda jovem e adolescentes passaram a ter seu próprio estilo. Nas fotografias as cores e poses de movimento são protagonistas. E essas serão as principais características para a composição do editorial, cores em pontos de destaque e as poses trazem certa jovialidade para as fotos.

Na cartela de cores estão presentes: preto, branco, cinza, vermelho e azul marinho, cores mais comuns na alfaiataria, porém no editorial elas aparecerão em forma de pontos de destaque. Os acessórios como meias $\frac{3}{4}$, lenços no pescoço e cabelo e brincos de bolas presentes na década de 60 também serão pontuais nessa produção. Os sapatos também são inspirados nessa década.

Além das peças de alfaiataria, os acessórios que foram inspirados na década de 60, outras peças em voga na moda atual serão combinados aos *looks* com o objetivo de trazer as peças tradicionais para um contexto atual e mais jovem. Sobre a beleza, “A maquiagem preta pesada era um pré requisito na moda da década de 1960; para criar contraste, lábios e pele eram mantidos claros.” (MENDES; DE LA HAYE, 2009, p.190). O cabelo aparecerá enfeitado por laços ou lenço em alguns dos *looks*, outros *looks* serão mais naturais.

Pranchas iconográficas com imagens de referências foram elaboradas para criar o conceito do editorial e orientar a produção a alcançar o objetivo final. As pranchas necessárias para esse trabalho são: prancha do tema alfaiataria (p. 35), prancha de vestuário (p. 35), prancha com referências dos anos 60 (p. 36), prancha de cartela de cores (p. 36), prancha de acessórios (p. 37), prancha de beleza (p. 37), prancha de referência para cenário (p.38), prancha com referência de poses (p. 38) e prancha do público alvo (p. 39).

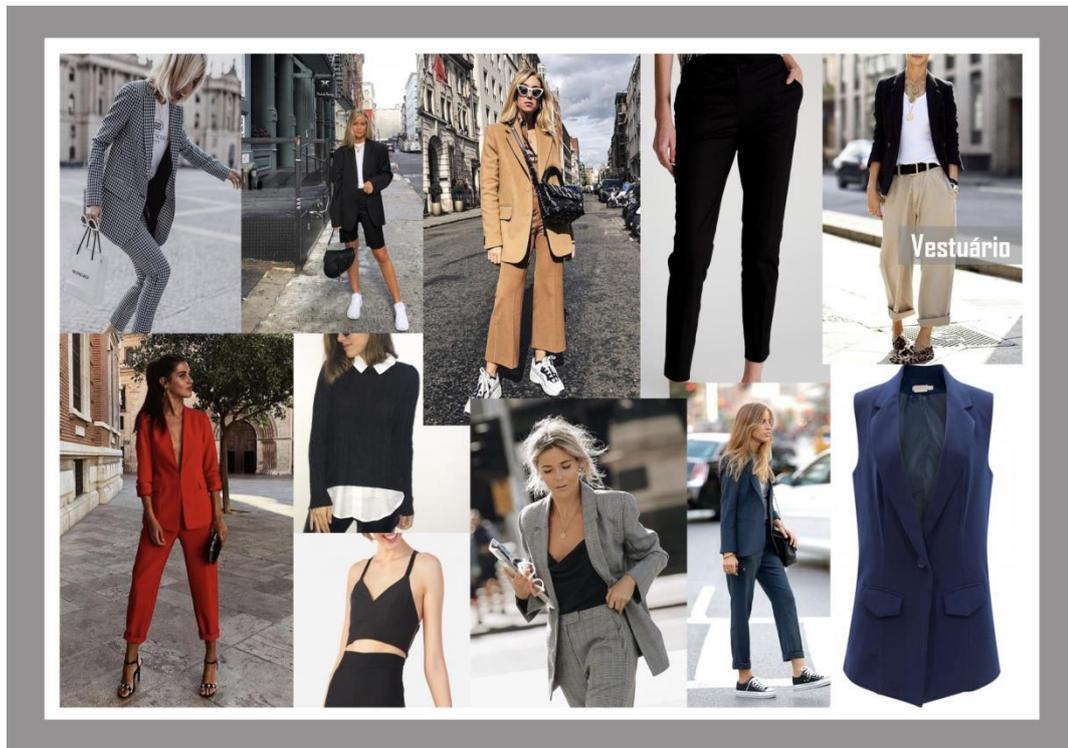
Depois de definir o conceito do editorial, é importante obter as peças de roupa e acessórios desejados, além disso, realizar os testes dos *looks* é fundamental para não haver problemas futuros. Para facilitar no dia da produção, foram feitas pranchas com os testes dos *looks*. A seguir, mostramos em ordem todas as pranchas de referências e as pranchas dos testes. Posteriormente o resultado: o editorial.

Figura 22 – Prancha iconográfica do tema



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 23 – Prancha iconográfica de vestuário



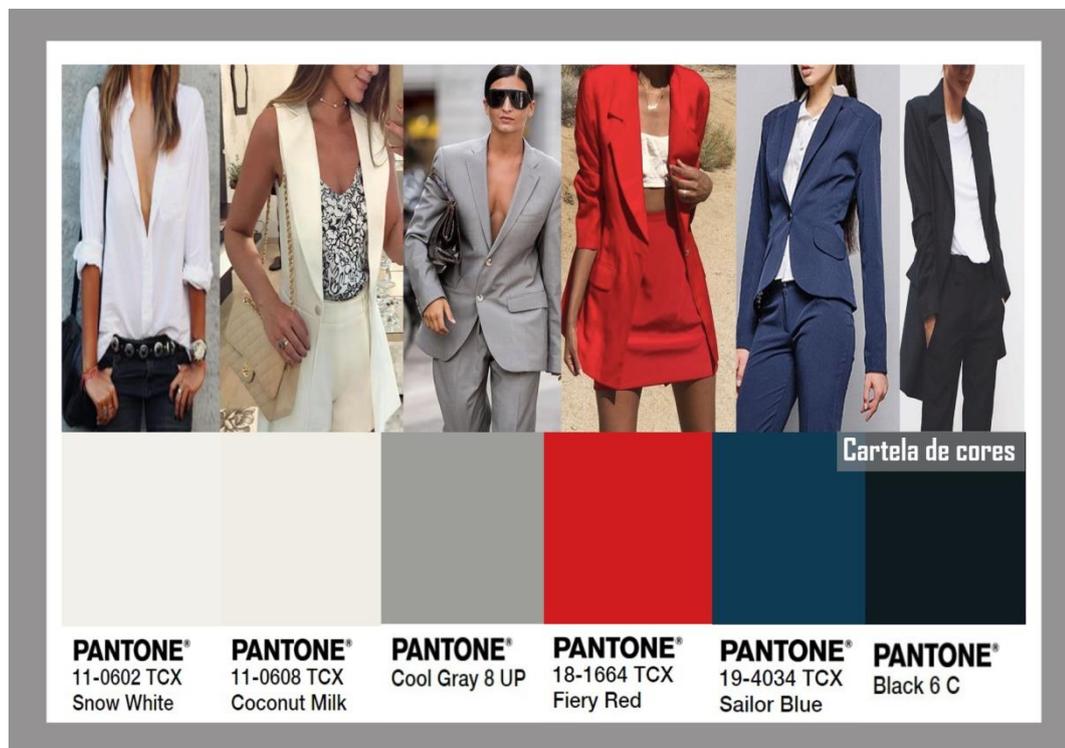
Fonte: Da autora, 2018.

Figura 24 – Prancha iconográfica inspiração anos 1960



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 25 – Prancha iconográfica de cartela de cores



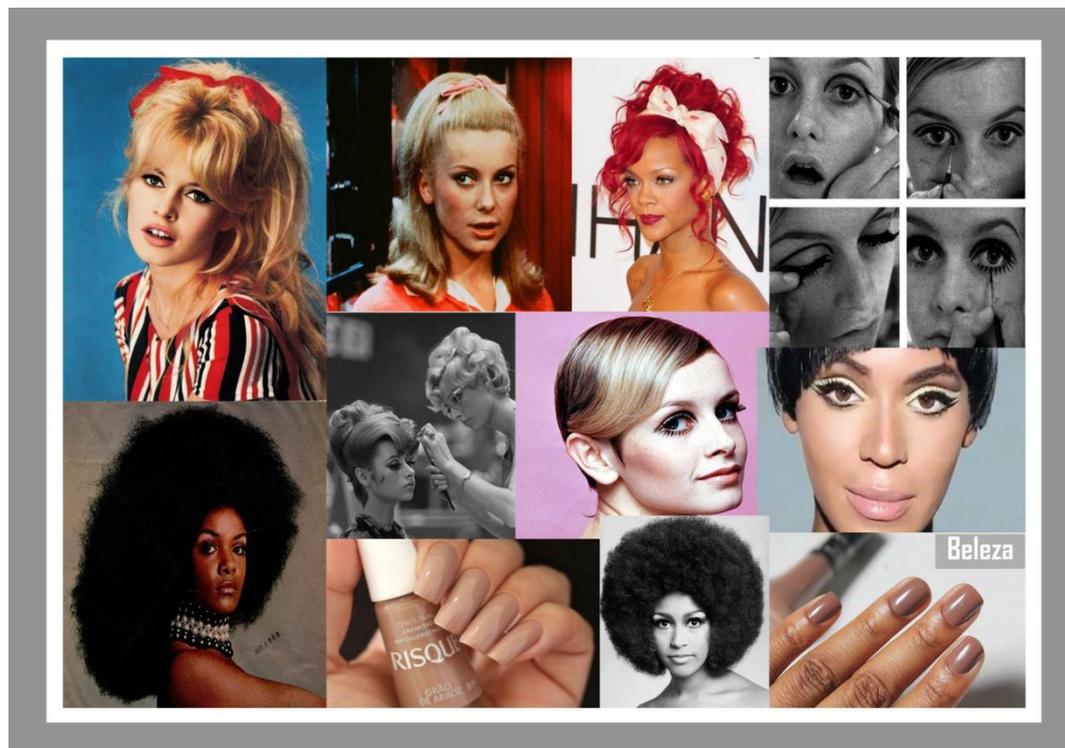
Fonte: Da autora, 2018.

Figura 26 – Prancha iconográfica de acessórios



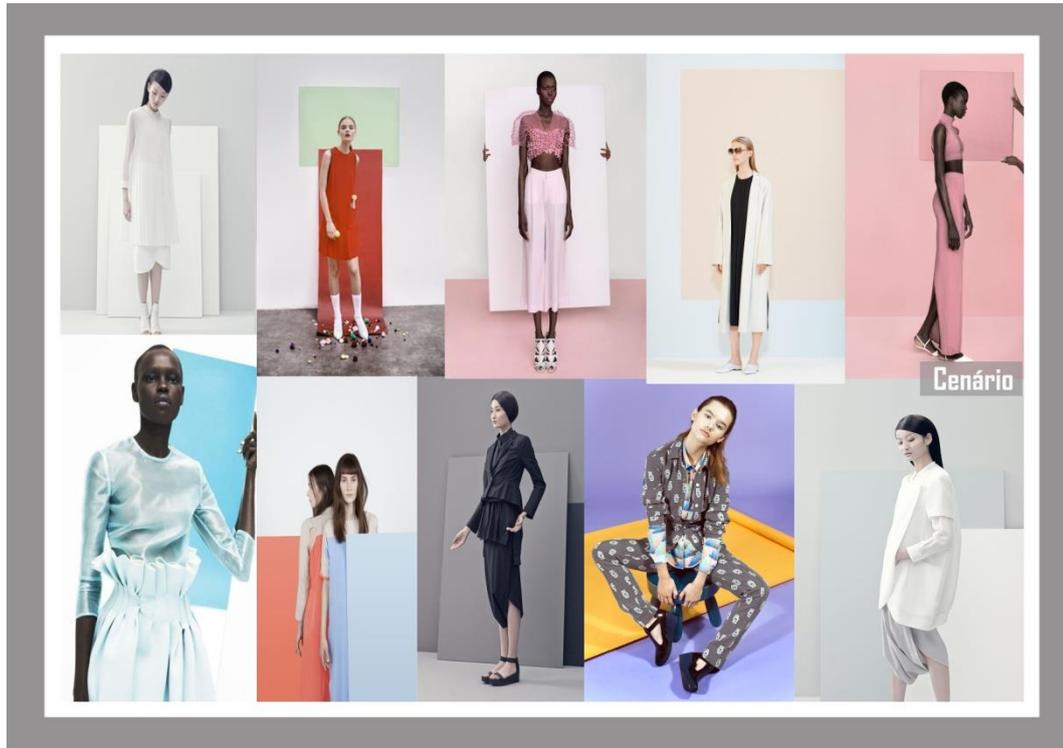
Fonte: Da autora, 2018.

Figura 27 – Prancha iconográfica de beleza



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 28 – Prancha iconográfica de cenário



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 29 – Prancha iconográfica de poses



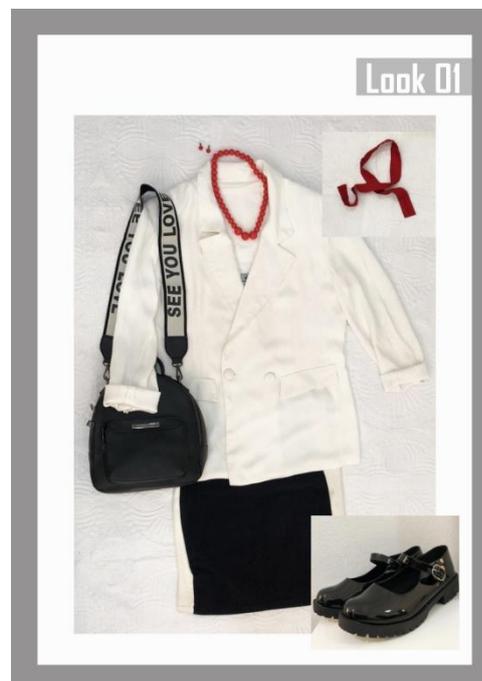
Fonte: Da autora, 2018.

Figura 30 – Prancha iconográfica de público-alvo

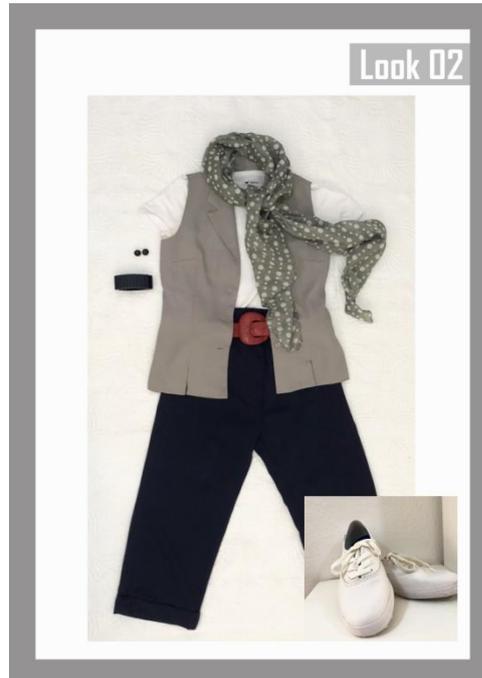


Fonte: Da autora, 2018.

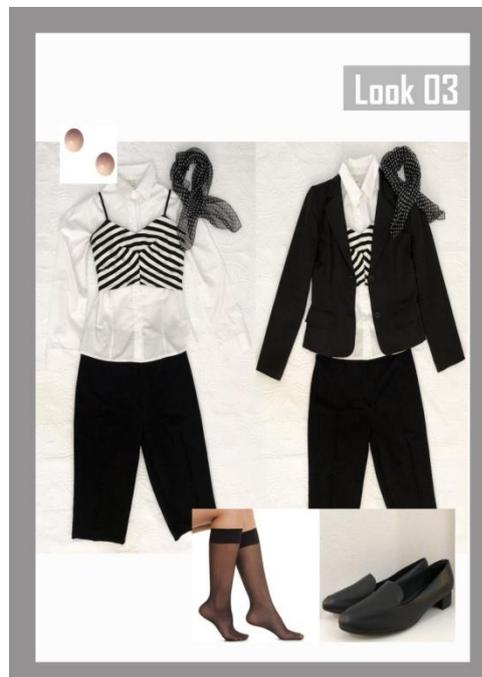
Figura 31 – Prancha iconográfica do look 01



Fonte: Da autora, 2018.

Figura 32 – Prancha iconográfica do *look 02*

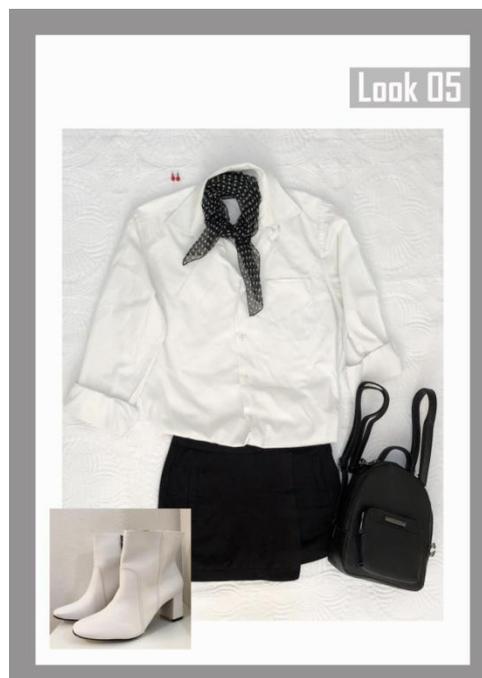
Fonte: Da autora, 2018.

Figura 33 – Prancha iconográfica do *look 03*

Fonte: Da autora, 2018.

Figura 34 – Prancha iconográfica do *look 04*

Fonte: Da autora, 2018.

Figura 35 – Prancha iconográfica do *look 05*

Fonte: Da autora, 2018.

Figura 36 – Resultado final 01



Fonte: Fotografia Lucas Almeida, modelo Gabriela Alencar.

Figura 37 – Resultado final 02



Fonte: Fotografia Lucas Almeida, modelo Gabriela Alencar.

Figura 38 – Resultado final 03



Fonte: Fotografia Lucas Almeida, modelo Gabriela Alencar.

Figura 39 – Resultado final 04



Fonte: Fotografia Lucas Almeida, modelo Gabriela Alencar.

Figura 40 – Resultado final 05



Fonte: Fotografia Lucas Almeida, modelo Gabriela Alencar.

Figura 41 – Resultado final 06



Fonte: Fotografia Lucas Almeida, modelo Gabriela Alencar.

Figura 42 – Resultado final 07



Fonte: Fotografia Lucas Almeida, modelo Gabriela Alencar.

Figura 43 – Resultado final 08



Fonte: Fotografia Lucas Almeida, modelo Gabriela Alencar.

Figura 44 – Resultado final 09



Fonte: Fotografia Lucas Almeida, modelo Gabriela Alencar.

5 FICHA TÉCNICA

Conceito, Direção, Produção geral: Maria Eugênia R. Corrêa

Styling e Produção de Moda: Maria Eugênia R. Corrêa

Fotografia e Tratamento de imagens: Lucas Almeida

Orientação: Prof^a. Dr^a. Elisabeth Murilho da Silva – IAD – UFJF

Acessórios: Maria Eugênia R. Corrêa (acervo pessoal)

Calçados e Bolsas: Complemento Calçados – Santos Dumont

Roupas: Mistura Fina Brechó, Bazar do Centro Espírita João Batista, Espaço Carolina Alvim,
Maria Eugênia R. Corrêa (acervo pessoal), Teânia R. Corrêa (acervo pessoal)

Assistente de produção: João Luiz Pedrosa, Teânia R. Corrêa

Modelo: Gabriela Alencar

Maquiagem: Maria Eugênia R. Corrêa

Cabelo: Maria Eugênia R. Corrêa

Locação: Apartamento no Centro de Santos Dumont – Marcos Montessi Corretor de Imóveis

Agradecimentos: Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, Marcos
Montessi Corretor de Imóveis.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto realizado teve o objetivo de explorar as possibilidades da alfaiataria feminina na moda, principalmente no contexto de moda jovem. O intuito era deslocar as peças de seu uso tradicional, normalmente no ambiente de trabalho, para outras ocasiões como um passeio no shopping ou um *happy hour* pós expediente usando as roupas destinadas ao trabalho combinadas com outras peças mais contemporâneas como o *top cropped* tornando o *look* menos sério.

A princípio o cenário seria montando em um estúdio (estúdio Almeida Fleming no Instituto de Artes e Design), que fora reservado com antecedência, entretanto por motivo de imprevistos, não foi possível realizar a produção nessa locação. A locação escolhida foi um apartamento vazio com paredes brancas e bastante espaço, fazendo a vez do estúdio. A proposta do cenário foi mantida, retângulos nas cores escolhidas para a cartela, criando uma conexão com os *looks* em referência à combinação de cores das roupas e acessórios usadas na década de 1960.

A modelo escolhida atendeu ao critério de aparência jovial, porém não infantil. Por se tratar de uma modelo profissional, não houve dificuldade quanto às poses de referências, poses de movimento, a mesma se dispôs a se inspirar ao máximo nas fotografias de inspiração.

Quanto à beleza, cabelo e maquiagem, ambos foram inspirados na década de 1960. O cabelo semi-presos, inspirado nos penteados da atriz Brigitte Bardot e a maquiagem inspirada na icônica modelo Twiggy.

Além do incidente da locação, outra dificuldade encontrada no desenvolvimento desse projeto foi encontrar sapatos inspirados na década de 1960 disponíveis no tamanho da modelo. A loja Complemento Calçados foi essencial para que essa dificuldade fosse resolvida, e emprestou cinco calçados para os cinco *looks* da produção. Além disso, foi necessário ajustes para que as peças de alfaiataria servissem na modelo.

A produção teve duração de 6 horas, contando desde o início com a maquiagem e penteado na modelo até a alimentação dos envolvidos na mesma. Posteriormente é necessário fazer a seleção de fotos para a edição e tratamento de imagem e depois uma nova seleção, onde as imagens são anexadas ao referencial teórico e apresentação do projeto.

Concluimos que a pesquisa para o referencial teórico foi fundamental para a decisão de cada detalhe da parte prática. Mesmo com os contratemplos a produção alcançou o objetivo estabelecido e a organização foi essencial para realizar cada etapa desse projeto.

Além de tudo, a alfaiataria feminina, artesanal ou industrial continua tendo extrema importância no vestuário atual. São peças versáteis que possibilitam diferentes combinações e podem ser usadas em diversas ocasiões. As peças desse projeto em questão, que foram adquiridas através de bazares e brechós, mesmo que por um custo mais baixo permitiram produzir *looks* sofisticados e elegantes.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas Juvenis: Punks e Darks no Espetáculo Urbano**. São Paulo: Scritta, 1996.

ALGOO, Jennifer. **In Photos: The Best of 1960s Fashion**: A look back at the decade that continues to influence today's style. 2017. Disponível em: <<https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/g10201919/60s-fashion-trends/>>. 2017. Acesso em: 02 out. 2018.

ALMEIDA, Mariana Silva de. **O Eterno Clássico: Branca de Neve, História e Recorte do Passado, Referência e Influência do Presente**. 2017. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/moda/files/2018/06/TCC-O-eterno-cl%C3%A1ssico.pdf>>. 2017. Acesso em: 27 set. 2018.

BARBOSA, Juliana; SANTOS, Eloisa Helena. **Alfaiataria: Evolução Histórica, Publicações e Metodologias de Ensino**. 2017. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20%202017/COM_ORAL/co_3/co_3_A_alfaiataria_evolucao.pdf>. 2017. Acesso em: 29 ago. 2018.

BELL, Amy Helen. **Teddy Boys and Girls as Neo-flâneurs in Postwar London**. 2014. Disponível em: <<http://www.literarylondon.org/london-journal/autumn2014/bell.pdf>>. 2014. Acesso em: 25 set. 2018.

BLACKMAN, Cally. **100 Anos de Moda: A História da Indumentária e do Estilo no Século XX, dos Grandes Nomes da Alta-Costura ao Prêt-à-Porter**. 1. ed. São Paulo: Publifolha, 2012.

BUCKLEY, Richard. **Since Dawn of Armani, Italian Tailoring a Touchstone for Quality**. 1997. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/1997/03/17/news/since-dawn-of-armani-italian-tailoring-a-touchstone-for-quality.html>>. 1997. Acesso em: 06. set. 2018.

CAMA, Victor Hugo. **David Bowie: Veja evolução do estilo e relembre os looks mais marcantes**. 2016. Disponível em: <<http://ego.globo.com/moda/noticia/2016/01/david-bowie-veja-evolucao-do-estilo-e-relembre-os-looks-mais-marcantes.html>>. 2016. Acesso em: 29 ago. 2018.

CASTRO, Paula Campos de. **Ainda Há Espaço Para Alfaiates No Mundo Do “Pronto Para Vestir”?**. 2009. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/posmoda/files/2010/09/Monografia-Alfaiataria2.pdf>>. 2009. Acesso em: 10 set. 2018.

CRANE, Diana. **A Moda e Seu Papel Social: Classe, Gênero e Identidade das Roupas**. 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2006.

FRIEDMAN, Vanessa. **David Bowie’s Fashion Legacy**. 2016. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2016/01/14/fashion/david-bowies-fashion-legacy.html>>. 2016. Acesso em: 29 ago. 2018.

FRIEDMAN, Vanessa. **Why We Cover High Fashion**. 2018. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2018/06/30/insider/covering-high-fashion-haute-couture.html>>. 2018. Acesso em: 27 set. 2018.

HORSFIELD, Martin. **There's a new breed of mods in the UK: it's just a pity their music is no good**. 2013. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/music/2013/apr/26/modern-mods-music-no-good>>. 2013. Acesso em: 31 out. 2018.

KELLY, Ian; WESTWOOD, Vivienne. **Vivienne Westwood**. 1 ed. Anfi teatro: Rio de Janeiro, 2016.

LEAPER, Caroline. **The best of 1960s fashion and the icons who helped shape it**. 2017. Disponível em: <<https://www.marieclaire.co.uk/fashion/1960s-fashion-icons-designers-trends-34260>>. 2017. Acesso em: 30 ago. 2018.

LIPERT, Angélica Cardoso. **Alfaiataria Feminina**. 2012. Disponível em: <<http://angelicalipert.yolasite.com/resources/Ang%C3%A9lica%20Lipert.pdf>>. 2012. Acesso em: 10 set. 2018.

MACKENZIE, Suzie. **The gentle touch**. 2004. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2004/dec/11/fashion.shopping>>. 2004. Acesso em: 06 set. 2018.

MENDES, Valerie; DE LA HAYE, Amy. **A Moda do Século XX**. 2. ed. São Paulo, SP: WMF Martins Fontes, 2009.

MENKES, Suzy. **Gender Blending: o legado de David Bowie na moda.** 2016. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/Suzy-Menkes/pt/noticia/2016/01/gender-blending-o-legado-de-david-bowie-na-moda.html>>. 2016. Acesso em: 29 ago. 2018.

MARASCIULO, Marília; ROMANI, Giovana; ROMBINO, Anna. Editores de moda falam sobre o legado fashion de David Bowie. 2016. Disponível em: <<https://emails.estadao.com.br/noticias/moda-e-beleza,editores-de-moda-falam-sobre-o-legado-fashion-de-david-bowie,10000006771>>. 2016. Acesso em: 06 dez. 2018.

MITCHELL Amanda; VALENTI Lauren. **The Supermodels of the 1960's.** 2018. Disponível em: <<https://www.marieclaire.com/fashion/g2164/supermodels-of-the-60s/?slide=3>>. 2018. Acesso em: 25 out. 2018.

PACCE, Lilian. **O visionário André Courrèges morre aos 92 anos.** 2016. Disponível em: <<https://www.lilianpacce.com.br/moda/fashionteca/o-visionario-andre-courreges-morre-aos-92-anos/>>. 2016. Acesso em: 25 out. 2018.

REIS, Benildes Mendes dos. **Alfaiataria na contemporaneidade: Alfaiataria Artesanal e Alfaiataria Industrial um estudo caso.** 2013. Disponível em: <<https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1729/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Benildes%20Reis%20Final.pdf>>. 2013. Acesso em: 01 set. 2018.

SILVA, Maria Izabel da; AUED, Bernadete Wrublewski. **Alfaiates Imprescindíveis.** 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/extensio/article/view/5512/4971>>. 2005. Acesso em: 07 set. 2018.

SOUZA, Walkiria; BARBOSA, Rita Claudia; QUEIROZ, Cynthia. **Alfaiataria Hoje.** 2015. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-3-ALFAIATARIA-HOJE.pdf>>. 2015. Acesso em: 01 set. 2018.