

Universidade Federal de Minas Gerais

Escola de Belas Artes

Design de Moda

Tiago Gonçalves Silva

**Moda & Subcultura:**

As narrativas visuais da performatividade cênica no cenário *tecno underground* de Belo Horizonte

Belo Horizonte,

2025

Universidade Federal de Minas Gerais

Escola de Belas Artes

Design de Moda

Tiago Gonçalves Silva

**Moda & Subcultura:**

As narrativas visuais da performatividade cênica no cenário *tecno underground* de Belo Horizonte

Trabalho de Conclusão de Curso do bacharelado em Design de moda da Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais.

**Orientação:** Prof<sup>ª</sup>. Angélica Adverse.

**Co-orientação:** Me. Marina Seif

Belo Horizonte

2025

TIAGO GONÇALVES SILVA

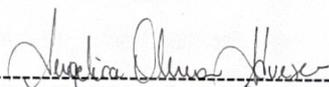
**Moda & Subcultura:** As narrativas visuais da performatividade cênica no cenário  
*tecno underground* de Belo Horizonte

Trabalho de Conclusão de Curso do bacharelado em Design de Moda da Escola de  
Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em:

06 / 02 / 2025

Banca examinadora:



-----  
Profa. Dra. Angélica Oliveira Adverse  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS



-----  
Profa. Dra. Juliana Pontes  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS



-----  
Antônio Diniz  
Presidente da A.C.R.I.E.M

---

Me. Marina Seif

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

## **Agradecimentos**

Este trabalho é o resultado de muito esforço e dedicação, mas não teria sido possível sem o apoio e o incentivo de pessoas especiais que fizeram parte dessa jornada.

Em primeiro lugar, agradeço aos meus pais, que sempre me proporcionaram uma base sólida, me apoiando em cada decisão e me encorajando a seguir em frente, mesmo nos momentos mais difíceis. Ao meu irmão, pelo carinho, companheirismo e pelas palavras de motivação que sempre me fortaleceram.

Agradeço à minha família como um todo, que sempre acreditou em mim e esteve presente de maneira incondicional, dando-me forças para continuar em busca dos meus objetivos.

Agradeço a minha família de quatro patas que é uma base de constante aprendizado sobre amor, respeito e companheirismo. Meus filhos felinos Salem, Gatinha e Marilene que alegram meus dias.

Aos meus amigos Henrique Matos, Louí, Mariana Lobato e Tays Bianchetti que compartilharam comigo os desafios e as alegrias ao longo dessa caminhada, tornando os momentos de estudo e trabalho mais leves e prazerosos.

Minha profunda gratidão à minha orientadora Angélica, cuja orientação, paciência e sabedoria foram fundamentais para a realização deste trabalho. E a minha coorientadora Marina pelo incentivo, apoio e preciosas contribuições para que esse trabalho fosse executado. Suas contribuições foram valiosas e vocês são inspiradoras.

Também agradeço a professora Dra Juliana Pontes e à Antônio Diniz pela presença, disponibilidade em compor minha banca de TCC e pelas valiosas colaborações.

Aos professores que compõem o corpo docente da moda e a todos os funcionários da UFMG;

Por fim, agradeço à Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), por me proporcionar um ambiente acadêmico enriquecedor e por todas as oportunidades de aprendizado e crescimento que tive durante esse período.

A todos, o meu sincero muito obrigado.

*“Liberdade sexual nunca se restringe a si mesmo. Transcende para a valorização da sua existência. Ao mesmo passo que a Horny transcende em sua arte”.*

*(Vina Jaguatirica, 2024)*

## Resumo

O texto explora como a moda influencia nossa sociedade contemporânea, transcendendo sua função básica de proteger o corpo para se tornar um meio de comunicação e expressão de identidade. Moda é um campo interdisciplinar que abrange aspectos sociais, culturais, econômicos e estéticos, integrando áreas como marketing, design, psicologia, história, sociologia e economia. A antimoda e as subculturas emergem como formas de resistência às normas predominantes, desafiando e subvertendo padrões estabelecidos até emergirem ao *mainstream*. Este estudo apresenta uma análise da antimoda, explorando os aspectos performáticos e cênicos da cultura *underground* em Belo Horizonte. A cena *underground* é essencial para a criação e disseminação de novas tendências, na capital mineira festas como Avulsa, Masterplano, Trembase, Horny e Dildo se destacam pela música eletrônica e pela criação de espaços seguros para a expressão da comunidade *Queer*.

**Palavras-chave:** Moda; underground; antimoda; Camp; festa *Horny*.

### **Abstract**

The text explores how fashion influences our contemporary society, transcending its basic function of protecting the body to become a means of communication and expression of identity. Fashion is an interdisciplinary field that encompasses social, cultural, economic, and aesthetic aspects, integrating areas such as marketing, design, psychology, history, sociology, and economics. Antifashion and subcultures emerge as forms of resistance to prevailing norms, challenging and subverting established patterns until they reach the *mainstream*. This study presents an analysis of antifashion, exploring the performative and scenic aspects of underground culture in Belo Horizonte. The underground scene is essential for creating and disseminating new trends; in the capital city, events like Avulsa, Masterplano, Trembase, Horny, and Dildo stand out for electronic music and the creation of safe spaces for expression within the Queer community.

**Keywords:** Fashion; underground; antifashion; Camp; Horny party.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Performance da multiartista Vina Jaguatirica .....	p.22
Figura 02 – Campanha PREp .....	p.23
Figura 03 – Página inicial @cometoh_rny .....	p.24
Figura 04 – Página inicial @cometoh_rny.....	p.24
Figura 05 – Artes gráficas Instagram .....	p.25
Figura 06 – Fachada do prédio cine Odeon .....	p.26
Figura 07 – Palco e performance da artista Mona Lisa Le Blanc .....	p.26
Figura 08 – Bloco de carnaval <i>Horny</i> .....	p.27
Figura 09 – Multiartista <i>REZMORAH</i> .....	p.29
Figura 10 – <i>Moodboard</i> texturas e aviamentos .....	p.31
Figura 11 – <i>Moodboard</i> festa <i>Horny</i> 06 de Jul. 2024 .....	p.32
Figura 12 – <i>Moodboard</i> persona <i>Horny</i> .....	p.33
Figura 13 – Festa <i>Horny</i> 06 de Jul. 2024.....	p.35
Figura 14 – Festa <i>Horny Dark room</i> .....	p.37
Figura 15 – Geração de alternativas .....	p.38
Figura 16 – Coleção apresentada para banca intermediária .....	p.39
Figura 17 – Cartela de cores.....	p.40
Figura 18 – Cartela de têxteis .....	p.41
Figura 19 – Amostra de tingimento .....	p.41
Figura 20 – Família 01 .....	p.42
Figura 21 – Família 02 .....	p.43
Figura 22 – Família 03 .....	p.44

Figura 23 – Família 03 (sem sobreposições) .....	p.44
Figura 24 – Família 04 .....	p.45
Figura 25 – <i>Moodboard</i> público-alvo .....	p.48
Figura 26 – Ficha técnica 01 .....	p.49
Figura 27 – Ficha técnica 02 .....	p.50
Figura 28 – Ficha técnica 03 .....	p.51
Figura 29 – Ficha técnica 04 .....	p.52
Figura 30 – Ficha técnica 05 .....	p.53
Figura 31 – Ficha técnica 06 .....	p.54
Figura 32 – <i>Moodboard</i> de tendências .....	p.55
Figura 33 – Referência de iluminação .....	p.57
Figura 34 – <i>Moodboard</i> do editorial .....	p.58

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>p.10</b>
<b>2 MODA: SISTEMA, FENOMENO E CAMPO .....</b>	<b>p.12</b>
2.1 Antimoda .....	p.12
2.2 Música e moda .....	p.15
2.3 Belo Horizonte: <i>underground</i> , festas e moda .....	p.15
<b>3. A CENA <i>TECNO UNDERGROUND</i> BELO-HORIZONTINA .....</b>	<b>p.19</b>
3.1 Festa <i>Horny</i> .....	p.21
3.2 Camp, montagem e a liberdade nas subculturas urbanas .....	p.28
<b>4. A COLEÇÃO: CORPOS URBANOS .....</b>	<b>p.30</b>
4.1 Processo criativo .....	p.34
4.2 Geração de alternativas .....	p.37
4.3 Grupos de estilo .....	p.42
4.4 Público alvo .....	p.45
4.5 Plano de custos e precificação .....	p.48
4.6 Avaliação critica .....	p.53
<b>5. IMAGEM DA COLEÇÃO .....</b>	<b>p.55</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>p.57</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>p.60</b>

## INTRODUÇÃO

A moda desempenha um papel significativo na sociedade contemporânea, indo além da função de proteção do corpo para atuar como um meio de comunicação e expressão da identidade individual. Nos tempos modernos, o *prêt-à-porter* e o *fast-fashion* ampliaram o alcance da moda, incluindo cosméticos, perfumaria e decoração em seus portfólios de produtos, e mesmo a indústria de produtos piratas que copiam peças de luxo, e também influenciam na hierarquia da moda. Geralmente a produção dessas falsificações ocorrem em condições precárias de trabalho, utilizam insumos de baixa qualidade e impactam diretamente no design e inovação, prejudicando o setor. Mesmo tendo seus pontos negativos, o mercado de consumo de produtos falsificados desempenha um papel de subversão e antimoda, pois quando ela se populariza, pode ser vista como uma forma de resistência aos padrões de consumo impostos pelas marcas de luxo. O que começa como uma imitação, se ressignifica e, eventualmente torna-se uma tendência legítima dentro do cenário da antimoda. A ideia de usar peças falsificadas ou alternativas como um *statement* pode evoluir para um estilo próprio, ganhando força na moda underground e em subculturas como a moda punk ou grunge. Isso ocorre porque o falso pode se tornar um símbolo de contracultura.

Segundo Gilles Lipovetsky (1987), a moda é um sistema caracterizado pela efemeridade e pela incessante busca por novidades. Georg Simmel (1993) argumenta que a moda permite aos indivíduos se diferenciarem dentro dos limites da aceitação social, funcionando como uma expressão simbólica. Já Roland Barthes (2009) analisa a moda como um sistema semiótico complexo, onde as roupas e acessórios funcionam como signos que comunicam. A antimoda e as subculturas emergem como formas de resistência às normas hegemônicas, desafiando e subvertendo os padrões estabelecidos. Em Belo Horizonte, a cena *underground* e a antimoda desempenham papéis fundamentais na criação e disseminação de novas tendências. Festas como *Avulsa*, *Masterplano*, *Trembase*, *Horny* e *Dildo* destacam-se pela música eletrônica e pela criação de espaços seguros para a expressão da comunidade *queer*<sup>1</sup>. Essas festas promovem encontros, música, dança e performances, além de conscientizar sobre questões como sexo seguro

---

<sup>1</sup> De acordo com o Dicionário LGBTQIAP+, “Queer: Um termo guarda-chuva para pessoas que não se enquadram nas normas tradicionais de gênero e/ou sexualidade”. Fonte: Dicionário LGBTQIAP+: Descomplicando a Diversidade. Disponível em: <[https://www.ongarco.org/post/dicion%C3%A1rio-lgbtqiap-descomplicando-a-diversidade?gad\\_source=1&gclid=CjwKCAjw8fu1BhBsEiwAwDrjOn6pKOPhO9dhg52j\\_57P\\_qeYSvY Zuap5y0vetMbCavuRANg8bsulhoCjxIQAvD\\_BwE](https://www.ongarco.org/post/dicion%C3%A1rio-lgbtqiap-descomplicando-a-diversidade?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw8fu1BhBsEiwAwDrjOn6pKOPhO9dhg52j_57P_qeYSvY Zuap5y0vetMbCavuRANg8bsulhoCjxIQAvD_BwE)> Acesso em 16 ago. 2024.

durante as festas distribuídos preservativos e nas redes sociais com postagens conscientizando sobre utilização da profilaxia pré-exposição (PREp), também sobre a utilização de preservativos e sobre a importância da testagem contínua para o vírus HIV e outras infecções sexualmente transmissíveis visando a saúde sexual e a desmitificação sobre a convivência com o vírus, além de campanhas contra o racismo, e a LGBTfobia.

A escolha do tema para este trabalho se deu pela compreensão de que a moda é um meio importante de comunicação, estando presente em diversos aspectos de nossa vida, como nas roupas, na publicidade, na música, nos comportamentos e até mesmo na alimentação. A cena *underground* e a antimoda, que surgem de grupos marginalizados, são responsáveis pela criação de novas tendências e apresentam um conjunto de signos, como vestimentas, músicas, festas e espaços, que refletem essas transformações culturais. A antimoda, como uma forma de resistência, desafia os padrões estabelecidos pela indústria da moda convencional, ao mesmo tempo em que se posiciona além do tempo atual, recuperando elementos de subculturas e estilos identitários. Em sua obra, Erika Palomino (2024) destaca como o retrô é um dos principais elementos da moda *underground*, transformando locais como brechós e asilos em fontes para a criação de looks de montagem noturna. Em contextos como esses, a moda se torna uma ferramenta de expressão e resistência, onde os indivíduos têm liberdade para se expressar sem o peso dos julgamentos sociais, promovendo um encontro entre corpos e culturas diferentes. A escolha de investigar a relação entre moda, antimoda e a cena *underground* se justifica pela importância desses elementos na dinâmica de construção de sentido da sociedade contemporânea, revelando como a moda, ao se conectar com o comportamento, a música e a cultura, se torna um fator relevante para a construção da identidade e para a transformação cultural.

O trabalho visa desenvolver uma coleção cápsula masculina composta por 12 looks, dos quais dois serão executados. A proposta é investigar como a identidade performática do sujeito é construída e influenciada por essas experiências, utilizando a moda como meio de expressão dentro de espaços de liberdade como a cena *underground*. O estudo também busca compreender a interação entre moda, cultura e identidade, e como esses elementos se manifestam nesses ambientes, em específico na festa *Horny*. A coleção será complementada por um projeto de *branding* para a marca própria, incluindo materiais gráficos, um editorial, e a produção do *press kit*.

Para embasar este estudo, importantes contribuições teóricas de autores como Roland Barthes (2009), Gilles Lipovetsky (1987), José María Paz Gago (2016) e Moacyr Marangoni Neto (2016), nos fornecem uma compreensão aprofundada da moda como um fenômeno cultural complexo e influente. Além de Erika Palomino (2024), que investiga em sua obra a cultura jovem, alternativa e *underground* no Brasil.

## **2 MODA: SISTEMA, FENOMENO E CAMPO**

A moda e a forma como a entendemos hoje, divide-se em três aspectos, a moda enquanto sistema, a moda enquanto campo e a moda enquanto fenômeno. Ao pensarmos a moda enquanto um sistema, refere-se as questões organizacionais: produção, distribuição e consumo, envolvendo aspectos culturais, normas estéticas e identidades sociais. Gilles Lipovetsky (1987) que aborda a moda como um sistema em *O império do efêmero*, explora a moda como uma manifestação caracterizada pela efemeridade e pela busca incessante por novidades e inovações “A moda é a representação social da vontade coletiva de mudança” (Lipovetsky, 1987, p. 11). A moda enquanto campo se refere ao domínio interdisciplinar que compreende a moda como um acontecimento social, cultural, econômico e estético englobando o marketing, design de moda, psicologia, história da moda, sociologia e economia. Para Georg Simmel (1993) que aborda a moda como uma circunstância sociológica e é autor de *Filosofia da moda e outros escritos*, argumenta que a moda é uma forma de expressão simbólica que permite aos indivíduos se diferenciarem dentro dos limites da aceitação social. E por último a moda como fenômeno que se refere as mudanças e influências que ela exerce sobre a sociedade e na cultura. As tendências são mudanças em todo um sistema simbólico da moda que se comunica com o todo. Roland Barthes (2009) autor da obra *Sistema da moda* analisa a moda como um sistema semiótico complexo onde as roupas e acessórios funcionam como signos que comunicam. Ele explora como a moda funciona através do conceito da significação e como as tendências são estabelecidas. A moda é um fenômeno que responde simultaneamente a uma necessidade de renovação e a uma necessidade de conformidade social. (Barthes, 2009)

### **2.1 Antimoda**

Com o desenvolvimento da indústria da moda crescem também as subculturas transgressoras. “Onde existe uma cultura hegemônica dificilmente não há subculturas,

mesmo em regimes autoritários.” (Neto, 2016) Cultura refere-se a um conjunto de padrões de comportamentos que envolve crenças, valores e práticas sociais, ela engloba tudo que envolve aprendizado e compartilhamento. Não sendo estática, ela está em constante transformação e evolução. Já a contracultura que também é um movimento cultural, surge como crítica ou oposição aos valores dominantes, ela desafia e subverte.

A moda, também é uma forma de controle, na qual existem necessidades em se seguir padrões, tendências e estilos estabelecidos pela indústria para pertencer a um ou mais grupos. As formas de expressão que são contrárias à indústria, passam a ser chamadas de antimoda, que é uma corrente significativa que questiona e subverte a moda e sua relação temporal, a antimoda é anacrônica e também exerce um papel fundamental para compreendermos a moda e todas as suas instâncias:

[...] Antimoda, especialmente onde o corpo é permanentemente customizado, é o mais intimidante, e assim a mais forte arma com que a sociedade pode proteger-se contra as mudanças. Antimoda é uma cápsula do tempo onde uma geração vive para a próxima, uma máquina desenhada para simbolicamente defender e destruir mudanças. (POLHEMUS, 2011, p. 63 *apud*. NETO, 2016)

As subculturas e a antimoda são transgressoras, as tribos urbanas de tempos em tempos se tornam múltiplas e efêmeras, em que um indivíduo pode pertencer a um grupo apenas virtualmente ou se considerar parte de um grupo apenas pelas suas ideologias, o indivíduo é livre para transitar em grupos, culturas, ideologias, tribos e gêneros, o que para Neto (2016) reflete sobre o conceito de *multivíduo* onde se pode ter uma identidade em um momento e em seguida outra, existindo dentro de um multiverso de estilos.

As culturas transgressoras, - esta fala refere-se aos grupos que se opõem as culturas vigentes e denominadas *mainstream*. Estas subculturas assumem o papel de quebrarem as tradições da indústria da moda, mas pelo fato de ter fácil aderência pelo público jovem, geram uma nova oportunidade imagética e cultural para a indústria da moda: “Mesmo quando a gente nega a moda, ela também é moda, a antimoda também é moda” (FIO DA MEADA, 2025. [23:26]). E também pode ser entendido pelas palavras de Neto (2016) sempre que surgem novos movimentos e tribos urbanas, esses signos são aderidos pela indústria da moda, criando um movimento de trocas muitas das vezes inesperadas que podem atingir camadas complexas. E também nas palavras de Gago (2016, p.44), que diz:

A revolução da moda, como já foi dito, dá-se por meio de uma série de signos vestimentários distintivos dos diferentes grupos que se opunham ideologicamente: os revolucionários republicanos e os antirrevolucionários partidários da antiga monarquia absolutista. No fascinante fenômeno cíclico da

moda, a juventude de então opta, como as de todas as épocas, por uma provocadora forma de antimoda.

A importância de grupos minoritários não pode ser negligenciada pela indústria da moda pois estes grupos emergem também através da manifestação do vestir, que é absorvida pela indústria e vendida como tendência. As tendências são amplas, e representam mudanças fundamentais na sociedade e na cultura. Nas sociedades contemporâneas, as tendências, nascem muitas vezes de pequenos grupos, que podem assumir formas, muitas vezes, diferentes e inovadoras. E à medida que evoluem, influenciam mais o mercado e o consumidor. Para McCracken (2010), que estuda a cultura e o consumo, na teoria *trickle-down* existem pontos fortes que corroboram a difusão da moda como é compreendida hoje:

A teoria *trickle-down* tem vários pontos fortes. Primeiro, insere a difusão da moda em um contexto social. Permite-nos perceber como o movimento da moda se articula com o sistema social no qual se desenrola. A teoria pressupõe que este sistema consistirá na distribuição diferencial de status, que será constituído por grupos sociais classificados como altos e baixos. Sustenta que o movimento da moda será dirigido pela natureza hierárquica dessas relações sociais e pela interação social que essas relações engendram. Em resumo a teoria *trickle-down* nos fornece uma compreensão de como o contexto social no qual o movimento da moda determinará sua direção, ritmo e dinâmica. (McCracken, 2010, p.123)

Ou seja, as tendências são difundidas dos grupos mais altos e transitam até os grupos mais baixos, que são constantemente observados por quem está acima da pirâmide, que absorvem alguns padrões e signos menos convencionais, fazendo um movimento inverso na pirâmide, que é chamado de *bubble-up* destacando-se exatamente por ser um ruído em meio as tendências de moda e por mais que seus elementos sejam utilizados, geralmente são menos processados.

A antimoda também possui seu aspecto conservador, que pode ser transmitida de geração a geração, como pode ser visto como exemplo em signos muito utilizados por alguns grupos de forma religiosa e não estão de acordo com mudanças ou ressignificações de tais símbolos, como pode ser observado em alguns grupos da comunidade punk. Porém a antimoda transgressora que preza pelas mudanças, hoje é mais fortalecida, devido ao seu desejo pela mudança como propósito. Buscam ir em oposição as culturas hegemônicas vigentes o que aproximam os jovens mais das culturas urbanas do que de seus ambientes familiares e religiosas.

Por mais que cultura e moda estejam do lado oposto da subcultura e da antimoda, ambos se relacionam através de múltiplos elementos complexos. As características que

identificam o tempo histórico se devem a moda e a antimoda, a moda como responsável pela massificação dos elementos e a antimoda serve como fomento sociocultural e estético para as criações da indústria.

## 2.2 Música e moda

A música sempre foi um fator marcante para que grupos minoritários se popularizassem, como o *Rock and Roll* que fez e faz parte da subcultura e impulsionou a aderência dos seus elementos que objetivavam transgredir a moda. Outro fator, foi o tempo histórico que foi um importante marco para algumas subculturas, como por exemplo o movimento *Hippie*, que se reuniu para manifestar contra Guerra do Vietnã, conseqüentemente tornando-os um estilo histórico, e que hoje é visto como moda da época.

A música e a moda se relacionam por ambas serem formas de expressão cultural e se influenciam mutuamente. Refletindo valores de gerações e moldando identidades, como vemos na moda dos anos 1960 e 1970 quando Viviane Westwood colaborou com a banda *Punk Sex Pistols*, nos anos 2000 Kanye West transcende a música para influenciar a moda com sua linha *Yeezy*. E em 2024 a cantora britânica Charli XCX lançou o álbum *Brat*, que tem influências das pistas da música *underground*, a utilização dos tons de verde limão da capa do álbum apenas com o título *Brat*, escrito em Arial na cor preto acabou caindo no gosto da moda e o verde limão foi utilizado como um símbolo de subversão aos padrões, e foi explorado na moda *mainstream* sendo um exemplo de como o *underground* se torna uma tendência. A música e a moda criam uma linguagem em comum que transcende as barreiras culturais e econômicas. Por tanto, a moda e a música relacionam-se de maneira dinâmica, onde cada campo comunica e inspira o outro, refletindo em mudanças sociais e culturais.

## 2.3 Belo Horizonte: *underground*, festas e moda

Em Belo Horizonte, uma cidade cosmopolita, eclética em sua arquitetura e cultura, não se pode deixar de falar da cena *underground* que já exportou bandas como o Sepultura para o rock mundial. Para além do rock, Belo Horizonte também possui uma cena *techno-underground* em constante efervescência, -festas como *Avulsa*, *Masterplano*, *Trembase*, *Horny* e *Dildo*, eventos que são destaque pela música eletrônica, são alguns dos muitos exemplos desta cena, e que sempre deram espaço para o público da cena *queer* belorizontina se expressar e performarem a si mesmos sem importunações, preconceitos e limitações, onde promovem encontros, música, dança, performances de artistas locais e

vindos de outros estados. Além de promover projetos de conscientização sobre questões inerentes aos frequentadores da cena *underground*, sendo elas a prática de sexo seguro, expressões corporais, racismo, assédio e LGBTfobia; a promoção de tais iniciativas ocorre através da divulgação de ações em suas redes sociais e sendo extremamente rigorosos quanto a qualquer tipo de discriminação ou assédio durante os seus eventos.

A cena *clubber* que emergiu no final dos anos 1980 e início dos anos 1990 é um fenômeno cultural associado a música eletrônica e *clubs* noturnos, e teve sua origem em várias cidades ao redor do mundo como Nova York, Ibiza, Berlim, São Paulo e foi caracterizado por um forte senso de comunidade, liberdade de expressão e inovação musical. A cultura *clubber* teve um grande impacto social em questões como liberdade de expressão, inclusão e diversidade.

A moda *clubber* sempre foi eclética e expressiva refletindo a diversidade dos frequentadores dos *clubs* noturnos. De acordo com a Escritora e Jornalista Erika Palomino em sua participação no podcast Fio da Meada (2025) todo o conceito da moda *clubber* surge através da ideia de “Montação”, palavra do dialeto *Pajubá*<sup>2</sup> muito utilizado pelas travestis e pessoas da rua que se montam para a noite:

A montagem *clubber* era muito sobre uma estética de brechó e o brechó daquela época era muito anos 60 e 70, ainda não se tinha um revivalismo da década de 80 porque era muito recente, era só uma década anterior, então não tinha essa temperatura. Depois nos anos 2000 o livro diagnostica a moda que vem da internet que já é muito inspirada nos anos 80 principalmente a partir do movimento *clash* que olha pra uma sonoridade dos anos 80 ali trabalhada com a linguagem eletrônica da música daqueles tempos, com a tecnologia, aí sim já com a própria internet e o celular e o digital, e essas pessoas saindo montadas para serem fotografadas e depois para se fotografarem e de como esses códigos de fato tem uma relevância imensa, porque, ne? Pessoas da moda, pessoas da noite, assim se destacam, são vistas, são percebidas, são fotografadas e aí essa mecânica das celebridades ainda que de uma forma mais restrita se estabelece. Então o vestir ele é muito importante e ele vai mudando muito rápido também. Então tem alguns clubes que se localizam esteticamente pelo jeito que as pessoas se vestiam. Mas tudo se dá em torno dessa ideia da montagem. (Fio da Meada (Fio da meada, 2025, [tempo 20:49]).

Roupas vibrantes e acessórios exagerados são combinados de maneira propositalmente desmedida, evocando uma essência teatral e irônica. Maquiagens dramáticas e quase

---

<sup>2</sup> O "pajubá" é uma linguagem usada pela comunidade LGBTQIA+, com um vocabulário formado por expressões que foram criadas ou adaptadas. Elas incorporam palavras de origem de grupos étnico-linguísticos africanos, como nagô e iorubá. Fonte: <https://gshow.globo.com/cultura-pop/noticia/gurias-lgbtqia-descubra-o-que-e-o-significado-das-expressoes-do-pajuba.ghtml> Acesso em 06 de jan. de 2025

caricatas complementam os looks, transformando o visual em uma obra de arte performática:

A moda clubber serve como injeção de ânimo nos criadores. Primeiro em São Paulo, depois no Rio, traz, junto à falta de preconceitos, possibilidades criativas e de difusão de ideias que só o underground ou o alternativo podem proporcionar (PALOMINO, 2024, p.333).

O exagero não é apenas um detalhe, mas o coração da expressão, rompendo com normas tradicionais de estilo e redefinindo o conceito de bom gosto. Cada composição é uma declaração de ousadia, onde o individualismo se destaca em sua forma mais criativa e provocativa:

A moda permite que se pense as experiências que são articuladas entre o sujeito e a história, possibilitando que se observe novas experiências estéticas pela compreensão da impermanência das ações e dos modos de vida no que diz respeito à transformação permanente da história e da cultura (ADVERSE, 2019, p. 27).

O futurismo encontra o retrô de maneira inesperada, misturando referências com humor e excentricidade. Mais do que chamar a atenção, esses visuais comunicam uma mensagem clara: a liberdade de se reinventar sem limites e sem medo do excesso.

Os primeiros *clubs* noturnos de Belo Horizonte abraçaram a cultura *Clubber* foram essenciais para a criação e crescimento dessa cena. Locais como o *Roxy Club*, que abriu suas portas em 1991, se tornando espaço para os amantes da música eletrônica. Esses *clubs* não eram apenas locais de dança, mas também espaços de experimentação e expressão, onde as pessoas podiam se vestir de maneira extravagante e se conectar com uma comunidade de indivíduos com os mesmos interesses. Desde 2015 o movimento *Clubber* está em constante crescimento na capital mineira.

Na cidade, é possível destacar organizações como 1010, Masterplano (coletivos independentes de música eletrônica de BH) e Mientras Dura (festa), que realizam, além de eventos em boates ou espaços públicos, de forma paga ou gratuita, momentos culturais como *showcases* e oficinas para divulgar arte independente. (CoLab – PUC Minas, 2021).

Em Belo Horizonte também se encontra *clubs* como o *Deputamadre* que possui reconhecimento nacional<sup>3</sup> e coletivos independentes<sup>4</sup> que se formaram ao longo dos anos. A festa *Horny* que também é um coletivo independente, é um exemplo de ambiente *clubber* onde os frequentadores podem performar como indivíduos livres, seja no vestir

<sup>3</sup> CoLab – PUC Minas. *As dificuldades do movimento clubber em BH*. 2021. Disponível em: <https://blogfca.pucminas.br/colab/as-dificuldades-do-movimento-clubber-em-bh/>. Acesso em: 18 ago. 2024.

<sup>4</sup> Coletivo 1010, *Mientrasdura*, *Masterplano*, Coletivo *Cave* e *Horny*

ou no não vestir. Suas vestimentas podem ser incorporadas aos seus corpos, ou se o frequentador se sentir confortável, pode vestir-se apenas com sua pele, performando o seu corpo nu livremente pelo espaço. Deixando de ser apenas mais um corpo no meio da multidão e se tornando um corpo político. Como Gago (2016) nos elucida sobre a moda enquanto fenômeno, ele alega que consiste no compromisso entre o impulso de ocultar o corpo por causa das normas sociais e morais, e pelo impulso instintivo de exibi-lo por questões estéticas. E ao tratar do exibicionismo, diz respeito ao corpo nu que se desloca para a indumentária nas sociedades modernas. Tendo a moda como propósito fundamental despertar interesse sexual, provocar e seduzir. Portanto a percepção do corpo humano está mediatizada pela indumentária. Com a interação entre corpo e vestuário.

Independente da sexualidade, orientação sexual, identidade de gênero, cor ou peso, -a relação entre os corpos também é um dos atrativos da festa, - as danças sensuais, as performances que tem o corpo e o sexo como temática e a liberdade sexual emergem em um ambiente livre e sem julgamentos que além de promover a liberdade, também presta serviços de conscientização sobre testagem e vivência com HIV, distribuição de preservativos para genitálias e testes rápidos para detecção vírus<sup>5</sup>.

A música eletrônica, é destaque da noite *clubber*, -originada na França no ano de 1948 por Pierre Schaeffer<sup>6</sup> - Entende-se por música eletrônica toda aquela que é criada ou modificada através de equipamentos eletrônicos e se subdividem em diversos estilos dançantes, dentre eles o *techno*, *acid house*, *trance* e *drum 'n' bass* que foram difundidos no auge da música *disco*.

Ser *Clubber* é pertencer ao um grupo de indivíduos, ou seja, um grupo urbano que frequenta clubes noturnos. São os responsáveis em difundir para o *mainstream* gêneros musicais como o *house* e o *tecno* que movimentavam a vida noturna nas grandes metrópoles, influenciando a indústria musical, as artes e a moda.

---

<sup>5</sup> “O evento também oferece uma ação junto à Secretária de Saúde de BH com informações sobre PrEP, PEP, distribuição de preservativos e autotestes para HIV” HORNY Festival acontece na próxima semana. BH Eventos, 4 maio 2023. Disponível em: <https://bheventos.com.br/noticia/04-05-2023-horny-festival-acontece-na-proxima-semana>. Acesso em: 28 jan. 2025.

<sup>6</sup> “O criador da música eletrônica é o músico francês **Pierre Schaeffer**, que começou a experimentar a fusão de diferentes instrumentos e gravações de toca-discos, em 1948, na França, criando assim as primeiras mixagens sonoras. Schaeffer inovou ao manipular a velocidade e a direção das gravações, técnicas que prefiguram as práticas dos DJs atuais.” *Qual a origem da música eletrônica?*. Juca na Balada. Disponível em: <https://www.jucanabalada.com.br/musica-eletronica/#:~:text=Qual%20a%20origem%20da%20m%C3%BAstica,e%20sintetizadores>. Acesso em: 28 jan. 2025.

O *underground* ou cultura submundo vem do termo inglês subterrâneo que tem como signo ambientes que fogem das convenções comerciais dos modismos sazonais. A cultura *underground* também pode ser chamada de movimento *underground*, que designa toda a sua produção cultural. Muito comumente usados, o termo *cena underground* se refere a produção de um determinado grupo e local. O *underground* pode estar relacionado a produções musicais, literárias, de moda ou de qualquer produção cultural artística urbana contemporânea. Porém, com o crescimento dos meios de comunicação, cada vez mais, produtos vindos do *underground* emergem para o *mainstream*, surgindo as expressões *saiu do underground* ou *deixou o underground* que é quando artistas, ou produções atingem o grande público e ganham notoriedade.

### 3 A CENA *TECNO UNDERGROUND* BELO-HORIZONTINA

A história da cena *underground* de Belo Horizonte<sup>7</sup> parte de diversas ramificações, os roqueiros, os *Hippies*, as famílias do *ball room*. No baixo centro, locais como viaduto Santa Tereza, o prédio conhecido durante o dia como Sulacap na noite abre espaço para nascer a Sula, um local de encontro de jovens que apreciam música eletrônica e alternativa, a rua Sapucaí, que atualmente se tornou um espaço no *mainstream*, já foi um lugar *underground* em BH. Porém a cena *tecno underground* vem ganhando notoriedade pela qualidade de suas festas, djs e performances.

Em 2015, surgia o coletivo Masterplano, que de acordo com Melo (2023. p.156), em seu artigo: **Dançar até perder a forma humana:** Aproximações entre o movimento atual da cena techno em Belo Horizonte e as estratégias da alegria na Argentina em ditadura, o coletivo se descrevia como: “Serviço relacionado ao uso de produtos químicos e gás\_ situações frenéticas & ortotóxicas” possuindo 18 membros, o coletivo fundou suas premissas em divulgar música nas ruas, ampliando a experiência para lugares diversos como fabricas, galpões, estacionamentos e casas de show. Para Melo:

Pensar outros usos para o espaço público e se relacionar de outro modo com a cidade são pautas comuns ao coletivo, que conta também com integrantes que impulsionam o pensamento urbano de ressignificação dos espaços durante as

---

<sup>7</sup> De acordo com o artigo "O techno de rua marca a segunda leva da cena eletrônica de Belo Horizonte", publicado no site Vice, "A capital mineira, que já foi chamada de meca da música eletrônica, está vivendo um momento de revival. VICE. O techno de rua marca a segunda leva da cena eletrônica de Belo Horizonte. Disponível em: <https://www.vice.com/pt/article/qk9jkd/techno-de-rua-belo-horizonte>. Acesso em: 28 jan. 2025.

festas, um traço que vem se construindo em Belo Horizonte, ainda mais visível após o movimento da Praia da Estação em 2010. (MELO, 2023, p. 156)

A praia da estação <sup>8</sup> foi um momento importante ao se imaginar as ocupações das ruas na cidade. Foi através dele que as pessoas puderam se inserir nos espaços urbanos com pertencimento e descobriram que também poderiam utiliza-los como acreditasse ser melhor e com essa efervescência outros coletivos sentiram-se confortáveis para também irem as ruas. Em entrevista para o jornalista do O tempo Lucas Buzatti, Lagoeiro afirma:

A resignificação do espaço público é um traço característico das festas, que costumam acontecer na rua ou em ambientes inusitados, como galpões e estacionamentos. “Pensar a festa como ferramenta para descobrir a cidade com outros olhos pode ser transformador. Você está convidado para ficar num lugar que não foi desenhado para te receber, então começa a ter outras perspectivas desses lugares, a descobrir toda uma potência criativa da cidade”, defende Lagoeiro (BUZATTI, 2017, s/p).

Estas festas na rua é formada por um público que não se identifica com os ambientes fechados das boates, e que também não concordam com práticas misóginas, segregadoras e preconceituosas que muitas vezes acontecem em ambientes fechados, os coletivos começaram a abraçar públicos a margem, pessoas LGBTs, pessoas pretas, mulheres e pessoas de corpos diversos, e nas palavras de (MELO, 2023, p.159): “torna a experiência, no meu caso enquanto uma mulher na pista, mais segura e, por isso, acesso uma sensação próxima a ideia de liberdade, ainda que tardia.”

Para que sejam realizadas festas na rua, é de costume dos coletivos fazerem festas pagas, para arcar com custos, compra de equipamentos entre outras despesas. Com a crescente efervescência dos coletivos, como o *Masterplano*, que vem tendo notoriedade e sendo contratados para participar de eventos patrocinados pela cervejaria *Brahma* no carnaval, representando a cena *tecno* que vem das ruas de Belo horizonte para o grande público.

A cena *tecno underground* belo-horizontina tornou-se um espaço de celebração e desconstrução da normatividade dos corpos e contra o conservadorismo, utilizando o próprio corpo, ocupação de espaços, as artes visuais e performáticas, a música e a dança como ferramentas de luta, que de acordo com (MELO, 2023, p.161): “Para além da música, a experiência passa também pelas performances de artistas e coletivos que

---

<sup>8</sup> Movimento que brinca com o fato de minas não ter mar, emerge de um movimento de resistência da gestão do prefeito Márcio Lacerda em meados de 2008, proibindo a ocupação popular de praças e ruas de Belo Horizonte. BRASIL DE FATO. Após reabertura de praça, movimento Praia da Estação tem retomada em Belo Horizonte. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2024/10/13/apos-reabertura-de-praca-movimento-praia-da-estacao-tem-retomada-em-belo-horizonte>. Acesso em: 28 jan. 2025.

permeiam o campo ‘cuir’, feminista e antifascista, onde o corpo é o verbo e as imagens desafiam o conservadorismo mineiro.”

Belo Horizonte é conhecida por exportar grandes nomes da música, a revista *House Mag*<sup>9</sup>, elencou em março de 2024, nove coletivos alternativos de BH, que surgiram de pequenos grupos e hoje alcançam grandes números de público em suas festas. Sendo elas: *Mientras Dura*, *Masterplano*, *Love/Paranoia*, *1010*, *Red Room*, *Trembase*, *Tumulto*, *Baile Room* e *Rua do Bass*. E ainda que com nomes consolidados na cena, ainda continuam surgindo novos coletivos e festas em Belo Horizonte como: *Coletivo Cave*, *Festa Avulsa*, *Dildo*, *Horny* dentre outras.

### 3.1 Festa *Horny*

A *Horny* fundada em 2018 é um evento cultural, sensorial e sensual que preza pela expressão dos corpos *queers* através da música eletrônica, arte, saúde, com atuação ininterrupta desde 2022 em Belo Horizonte e que completa 07 anos em dezembro de 2024. Além de suas festas e festivais, a *Horny* realiza atividades educativas e de conscientização sobre corpo e sexualidade, destacando-se o Bloco da *Horny*, que reuniu mais de 25 mil participantes durante o carnaval da cidade em 2023 segundo o site BH eventos.

---

<sup>9</sup> HOUSE MAG. 9 coletivos alternativos de Belo Horizonte para você ficar de olho. Disponível em: <https://www.housemag.com.br/9-coletivos-alternativos-de-belo-horizonte-para-voce-ficar-de-olho/>. Acesso em: 28 jan. 2025.

Figura 01. Performance da multi-artista Vina Jaguatirica na festa Horny 06 jul. 2024, Imagem digital, 1080px X 1920px, autoria Rafaela Urbanin, 2024, Belo Horizonte.



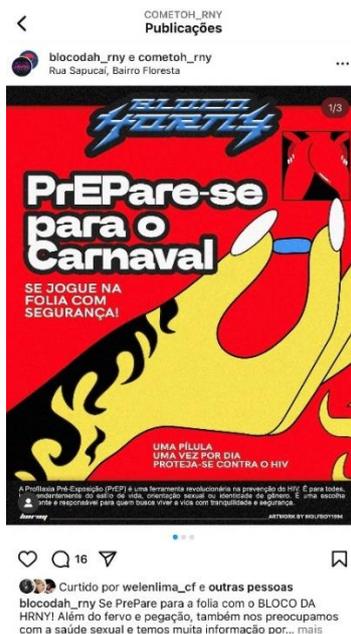
Fonte: FLICKR. **Álbum de fotos**. Disponível em:

<https://www.flickr.com/photos/201190275@N04/albums/72177720322764894/>. Acesso em: 28 jan. 2025.

Em 2022, depois de um hiato por causa da epidemia COVID em sua programação, a primeira postagem do Instagram (@cometoh\_rny) sobre a festa destacava o seguinte: “foram quase 2 anos sem fervo. Mas trabalhamos incansavelmente durante esse período para manter aceso o fogo em nossos corpos, conectando pessoas, levando informação e entretenimento através de novas experiências.”

O festival da Horny é um evento que promove a diversidade e a liberdade de expressão, contando com uma programação de artistas LGBTQs. O evento levanta questões relacionadas à prevenção de ISTs (infecções sexualmente transmissíveis) e direitos sexuais. Em parceria com a Secretaria de Saúde de Belo Horizonte, a Horny oferece informações sobre PrEP (profilaxia pré-exposição), PEP (profilaxia pós-exposição), distribuição de preservativos e autotestes para HIV.

Figura 02. Campanha pela utilização da PrEP, arte digital, 1080px X 1920px, autoria @wolfboy1994, 2024, Belo Horizonte.



Fonte: [https://www.instagram.com/p/C2heyM-ubZb/?next=%2Fp%2FCrYSM8KqJan%2F&img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C2heyM-ubZb/?next=%2Fp%2FCrYSM8KqJan%2F&img_index=1). Acesso em: 18 ago. 2024.

Thales Albuquerque, criador da festa e do festival, diz que o evento celebra a diversidade sexual e a inclusão, proporcionando um ambiente seguro e acolhedor para todas as identidades de gênero e orientações sexuais. O festival também representa uma oportunidade para explorar diferentes estilos de vida e fetiches, utilizando a música e a arte como instrumentos de transformação social. Dessa forma, a Horny promove a igualdade e a união da comunidade, demonstrando que a diversidade deve ser valorizada e respeitada. Stuart Hall, em *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*, diz que a construção da identidade cultural é um processo complexo e multifacetado. Destacando que eventos culturais têm um papel essencial na formação e afirmação de identidades diversas, contribuindo para a coesão social e a promoção da igualdade (HALL, 2014).

O evento é uma ferramenta poderosa para a sociedade, destacando a importância da diversidade e inclusão no contexto cultural contemporâneo. A Horny não apenas celebra a cultura *queer*, mas também desempenha um papel importante na educação e conscientização sobre saúde e direitos humanos.

A principal ferramenta de comunicação utilizada pelo evento, é a rede social Instagram, que até o dia de hoje 28 de jan. de 2025 possui 11.300 seguidores e é classificado como: Artes e espetáculos.

Figura 03. Página inicial @cometoh\_rny, 2024, Belo Horizonte.



Fonte: [https://www.instagram.com/cometoh\\_rny/](https://www.instagram.com/cometoh_rny/). Acesso em: 28 jan. 2024.

E é através dele que é feita toda a comunicação com o público do evento, desde a divulgação das datas, locais de evento, atrações e campanhas de conscientização e prevenção, a página também é repleta de fotos e vídeos contendo melhores momentos da edição. A festa acontece atualmente a cada dois meses, podendo ocorrer edições especiais extras.

Figura 04. Página inicial @cometoh\_rny, 2024, Belo Horizonte.



Fonte: [https://www.instagram.com/cometoh\\_rny/](https://www.instagram.com/cometoh_rny/). Acesso em 18 ago. 2024

As artes gráficas das edições são desenvolvidas na maioria das vezes pelo artista gráfico de codinome *Wolfboy*, e são personalizadas para cada uma delas, seguindo uma linguagem única para cada edição, é cheia de informações, cores, efeitos e texturas como podem ser observados na imagem a seguir:

Figura 05. Artes gráficas @cometoh\_rny, 2024, Belo Horizonte.



Fonte: [https://www.instagram.com/cometoh\\_rny/](https://www.instagram.com/cometoh_rny/). Acesso em 18 ago. 2024

Nele também é divulgado marcas parceiras, ensaios sensuais artísticos, além de promover artistas locais da música eletrônica. Os eventos acontecem em casas noturnas variadas pela cidade, dentre elas: Casa Sapucaí, *Deputamadre* e Cine Odeon que é um prédio tombado pelo patrimônio histórico.

Figura 06. Fachada do prédio Cine Odeon, 2024, Belo Horizonte.



Fonte: <https://soubh.uai.com.br/agenda/festas/predio-do-cine-odeon-abriga-boate-lgbtqiapn-com-inauguracao-nesta-sexta-25-8>. Acesso em 18 ago. 2024

O design do ambiente é projetado para o dia do evento e produzido pelo organizador da festa: Thales Albuquerque. No que concerne a divulgação, as imagens públicas da festa são limitadas às redes sociais; no *Instagram*, as fotos são mais recatadas para respeitar as políticas da plataforma, enquanto na rede social X, as imagens são mais liberais. Para preservar a identidade dos frequentadores, as fotos só são postadas com o consentimento deles

Figura 07. Palco e performance da artista Monalisa LeBlanc, 2024, Belo Horizonte.



Fonte: <https://www.instagram.com/p/Cz87c-FOJFQ/>. Acesso em 18 ago. 2024

Um ponto importante, que foi observado é a pouca utilização do *smartphone*, inclusive a utilização do mesmo em alguns ambientes mais intimistas do evento é expressamente

proibido e funciona como uma política de boa vizinhança e para conforto de todos que venham a se sentir constrangidos.

O Festival *Horny* que acontece na rua, tem como objetivo a divulgação do evento, com espaços de conscientização, venda de artigos fetichistas, performances visuais e música eletrônica. Já o carnaval funciona como um tradicional bloco de rua, com trio elétrico tocando música eletrônica, o fetiche é utilizado como fantasia de carnaval e ser livre é a lei.

Figura 08. Bloco de carnaval *Horny*, 2024, Belo Horizonte.



Fonte: [https://www.instagram.com/p/C5RzYyXvroD/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C5RzYyXvroD/?img_index=1). Acesso em 18 ago. 2024

O evento é um momento para ser experienciado em todas as suas possibilidades, seja pela música, pelas performances visuais, pelo prazer sexual e por se sentir seguro e acolhido. Apenas sentindo o momento sem a necessidade de registros, a experiência só pode ser descrita.

### 3.2 Camp, montagem e a liberdade nas subculturas urbanas

Susan Sontag, em seu ensaio *Notas sobre Camp* (2004), abre um diálogo teórico para compreender como estética, identidade e cultura se entrelaçam, especificamente em contextos em que minorias sociais como a comunidade LGBT subvertem normas tradicionais e criam seus próprios códigos. Mais do que uma categoria estética, o *Camp* é uma sensibilidade que celebra o artifício, o exagero e a teatralidade, desafiando o que é considerado “bom gosto” e trazendo para o foco aquilo que, em outras esferas, seria visto como excessivo ou falho, que de acordo com a autora:

A essência do *Camp* é o amor ao que não é natural: ao artifício e ao exagero. E também, claro, o espírito da extravagância. O *Camp* é uma sensibilidade que, convertendo o sério em frivolidade, neutraliza o moralismo. Ele torna a experiência estética uma questão de engenho, humor e inteligência (SONTAG, 2004, p.279)

Essa perspectiva transforma o *Camp* em uma força cultural que não apenas diverte, mas subverte, criando um espaço de resistência e liberdade onde normas culturais podem ser questionadas. A teatralidade e o artifício, portanto, tornam-se ferramentas essenciais na construção de identidades alternativas e na afirmação de singularidades.

O *kitsch*, termo de origem alemã, refere-se a objetos ou formas de arte caracterizados pelo sentimentalismo e pela simplificação excessiva, muitas vezes associados à cultura de massa e ao "mau gosto". Ele surge no século XIX, em um contexto de industrialização e democratização cultural, onde o acesso à arte e à decoração se expande, mas perde o refinamento das produções consideradas eruditas. O *Camp* e o *kitsch* compartilham uma relação com o “mau gosto”, mas possuem abordagens distintas. O *kitsch* é frequentemente associado a produtos culturais de consumo massificado com forte apelo emocional. Ele está ligado à repetição de fórmulas que simplificam e diluem intenções artísticas. Sontag descreve o *kitsch* como algo literal e passivo, afirmando que: “Pode ser consumido sem reflexão, pois opera dentro de limites previsíveis de gosto e aceitação cultural. Diferente do *Camp*, o *kitsch* raramente possui a reinterpretação que transforma o erro em arte” (SONTAG, 2004, p.285). O *Camp*, por outro lado, exige um olhar mais sofisticado e irônico, capaz de reinterpretar o vulgar ou o trivial como algo sublime. Ele celebra o “bom gosto do mau gosto” (SONTAG, 2004, p. 288), subvertendo normas culturais e criando novas possibilidades estéticas. Essa distinção entre o *Camp* e o *kitsch* é fundamental para entendermos como o *Camp* se manifesta na moda e em subculturas transgressoras incorporando símbolos do cotidiano nas montações e colocando a “moda” entre aspas.

Figura 09. Multi-artista REZMORAH em festa Horny, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: [https://www.instagram.com/cometoh\\_rny/](https://www.instagram.com/cometoh_rny/). Acesso em: 28 jan. 2025.

A relação entre *Camp* e moda é inevitável. O vestuário, por sua própria natureza, opera no campo do artifício, da criação e da transformação de identidades. Sotang observa que:

O *camp* tem afinidade com certas artes mais do que com outras. Vestuário, mobília e todos os elementos de decoração visual constituem grande parte do *Camp*. Pois a arte *Camp* frequentemente é uma arte decorativa que enfatiza a textura, a superfície sensual e o estilo em detrimento do conteúdo (SOTANG, 2004, p. 281).

Essa ênfase na superfície torna a moda um campo privilegiado para a expressão *Camp*. Estilizações, combinações bizarras e a celebração do que é considerado “excessivo” encontram na moda um espaço fértil para serem expressadas. As festas *underground*, por exemplo, são ambientes onde o *Camp* é materializado através do vestuário, permitindo que indivíduos desafiem normas culturais e explorem novas possibilidades estéticas.

No contexto brasileiro, o conceito de montagem, oriundo do Pajubá, amplia ainda mais a relação entre *Camp* e moda. Segundo Fio da Meada (2025), a montagem é um conceito essencial na cena clubber, onde o vestir se torna uma forma de expressão e visibilidade, com as pessoas se montando para serem fotografadas, o que fortalece a ideia de

celebridade na noite. Montação não é apenas vestir-se de forma exagerada. é um ato de construção de identidade e resistência de corpos muitas vezes marginalizados. Como o *Camp*, a montagem celebra o artifício e o exagero, utilizando o corpo como suporte para a sua arte. Ela transforma o processo de vestir em um ritual performático, onde cada elemento do figurino carrega significados de subversão e liberdade. A montagem pode ser vista como uma aplicação prática da arte *Camp* no vestuário. Assim como Sontag diz que “ser é representar um papel” (2004, p. 283), a montagem permite que indivíduos assumam personagens, rompendo com as expectativas normativas de gênero e comportamento. Nas festas e espaços *underground*, a montagem se torna um manifesto visual, onde a extravagância e o excesso são celebrações de singularidade e autenticidade.

O bizarro é outro elemento central na estética *Camp*. Ele vai além das categoriais tradicionais de bonito ou feio, provocando uma sensação de estranheza e fascínio. Para Sontag, o *Camp* é “uma glorificação do artifício e da excentricidade” (2004, p.291), e o bizarro intensifica essa excentricidade ao desafiar convenções estéticas. Na moda, o bizarro pode se manifestar em silhuetas desconstruídas, materiais, ou combinações que rompem com padrões estabelecidos. O bizarro, assim como o *Camp*, não busca conformidade ou aceitação, ele celebra a diferença e o impacto.

Por fim, o *Camp* e a montagem encontram na moda um espaço de liberdade e transgressão. Eles permitem que os indivíduos rompam com normas sociais e explorem identidades alternativas, utilizando o vestuário como meio de expressão e resistência. Como aponta Sontag: “O *Camp* não busca destruir normas, mas deslocá-las, transformando o que é visto como falho em algo glorioso. Ele celebra a imperfeição e a diferença como elementos fundamentais da experiência humana” (2004, p.290). É essa celebração da imperfeição que torna o *Camp* tão relevante para as subculturas urbanas e para a moda. Ele nos lembra que a liberdade estética e cultural é um ato de resistência, e que o artifício está longe de ser superficial e mais próximo de ser uma expressão de autenticidade.

#### **4 A COLEÇÃO: CORPOS URBANOS**

A coleção *Corpos urbanos*, traz uma reflexão sobre a união entre o corpo e o espaço urbano, explorando como a cidade, com sua dinâmica multicultural, transforma e é transformada pelos corpos que a frequentam. A ideia de corpos aqui não se limita ao corpo físico, mas abrange a multiplicidade de identidades sociais, culturais e sexuais que o corpo

carrega e expressa. Já o termo urbanos remete ao ambiente contemporâneo, com suas complexas relações entre ver e ser visto. A junção dessas duas palavras, “corpos” e “urbanos”, aponta para a tensão entre a liberdade e os condicionamentos sociais, revelando a cidade como um palco para a subversão das normas e a construção de novas identidades. O corpo, enquanto construção social e cultural, é marcado por diversos rótulos sociais, muitas vezes impostos pela sociedade, que definem as formas de viver, de vestir e de se comportar. Estes rótulos, embora muitas vezes invisíveis, sempre se manifestam as superfícies do corpo, nas roupas que escolhemos vestir, nas posturas que adotamos e nos lugares que frequentamos. A coleção “Corpos urbanos” se propõe a questionar esses estigmas e a explorar a forma como a moda pode tanto reforçar, quanto subverter tais rótulos. A escolha das peças e dos elementos da coleção, busca dar voz ao corpo que, ao mesmo tempo que carrega tais rótulos, também os transgride, subverte e os ressignifica.

Figura 10. *Moodboard* texturas e aviamentos, 1920 X 1080px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

Dentro desse contexto, a ideia de “ousar no look masculino” emerge como um fator central para a coleção. Inspirado pela cidade e pela vida noturna, o conceito de ousadia está diretamente ligado a liberdade de expressão e a quebra de padrões. E na moda de rua, no underground, no punk dentre outros estilos ou grupos a ousadia é vista como uma

ferramenta de resistência, ressignificação e marcação. Ao se permitir criar e/ou adotar um estilo diferenciado, o indivíduo se insere em um movimento contínuo de transformação pessoal, inspirado pela multiplicidade e fluidez dos estilos urbanos. E é através dessa facilidade de se acessar estilos e culturas diferentes, podendo-se transitar por diversos espaços e identidades que o indivíduo passa a ser chamado de multivíduo.

Figura 11. *Moodboard festa Horny*, 1920 X 1080px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



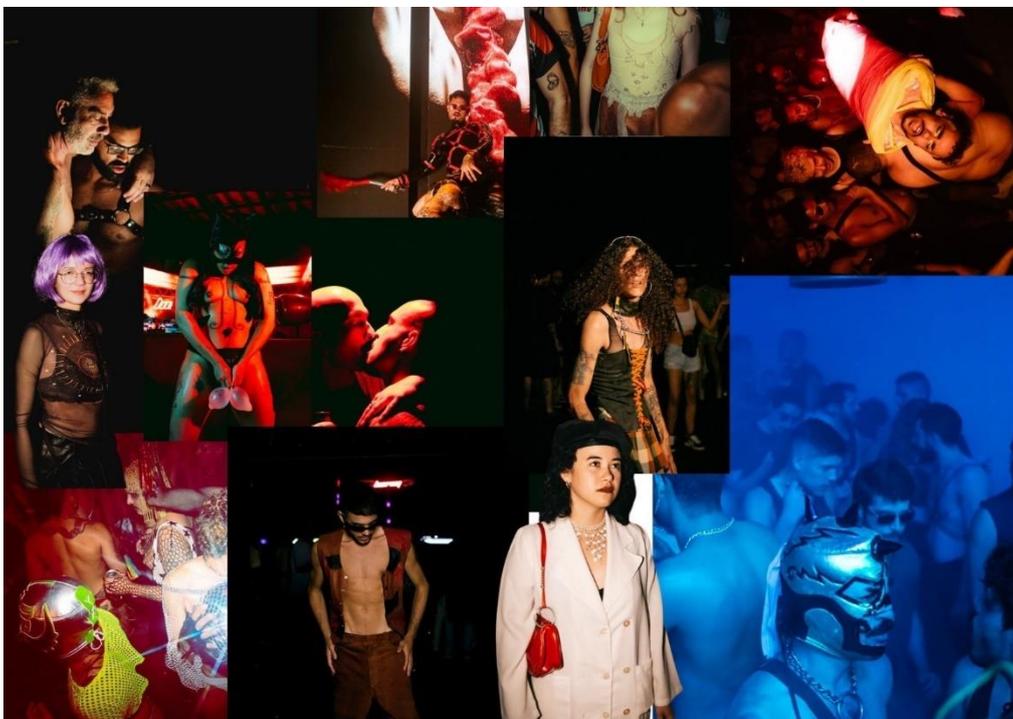
Fonte: Arquivo do autor.

A coleção utiliza formas vazadas como um elemento de estilo, remetendo à ideia de mostrar o corpo de maneira parcial, como um convite para a observação e ao desejo. As formas vazadas evocam a ideia de voyeurismo, de olhar através de uma janela ou da fechadura, e ao mesmo tempo exploram a sensualidade do corpo parcialmente exposto. O uso do couro, por sua vez, funciona como um simulacro da pele humana, intensificando a ideia de sensualidade e da materialização do corpo na moda. Essa combinação de elementos faz referência aos encontros e aos desejos que se expressam através do toque e da proximidade, em uma conexão natural ao espaço urbano e a suas dinâmicas noturnas. Também marcada pela desconstrução das formas usuais do vestuário masculino, que remete à ideia de transformação pessoal e de evolução. Na coleção transmite a ideia de transformação que o corpo passa ao vivenciar uma nova experiência. “Como performar a

partir de agora?”. E especialmente no contexto urbano, onde o indivíduo está em constante processo de adaptação e mudança.

A coleção apresenta uma persona masculina que se insere nesse cenário urbano contemporâneo: um homem que se veste bem, que expressa sua sensualidade e liberdade através da moda e do estilo. Ele é influenciado pela música eletrônica, que, assim como a moda, possui uma capacidade transformadora e de conexão emocional. Este homem explora as fronteiras da norma, utilizando a moda como uma forma de afirmar sua liberdade e identidade.

Figura 12. *Moodboard persona Horny*, 1920 X 1080px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

Corpos urbanos é uma reflexão sobre as conexões entre o corpo e a cidade, a liberdade e as normas sociais, a transformação e a identidade. Ao trazer à tona essas questões através da moda, a coleção questiona e subverte a expressão do corpo masculino na sociedade contemporânea.

#### 4.1 Processo criativo

O processo criativo para o desenvolvimento da coleção foi fundamentado em uma metodologia imersiva e investigativa, partindo de observações participativas diretas e indiretas na festa Horny. Esta festa explora a liberdade de expressão, a sensualidade e a performatividade da identidade. O ponto de partida para essa pesquisa iniciou-se pela experiência pessoal e participação em diversas edições da festa. Logo, parte desta pesquisa advém de uma vivência performativa do evento, pois ele é reconhecido por sua temática subversiva e pelo espaço que oferece para outras experiências de liberdade corporal e comportamental. E assim foi dividido em etapas que permitiram a organização das observações e o direcionamento criativo para as famílias da coleção.

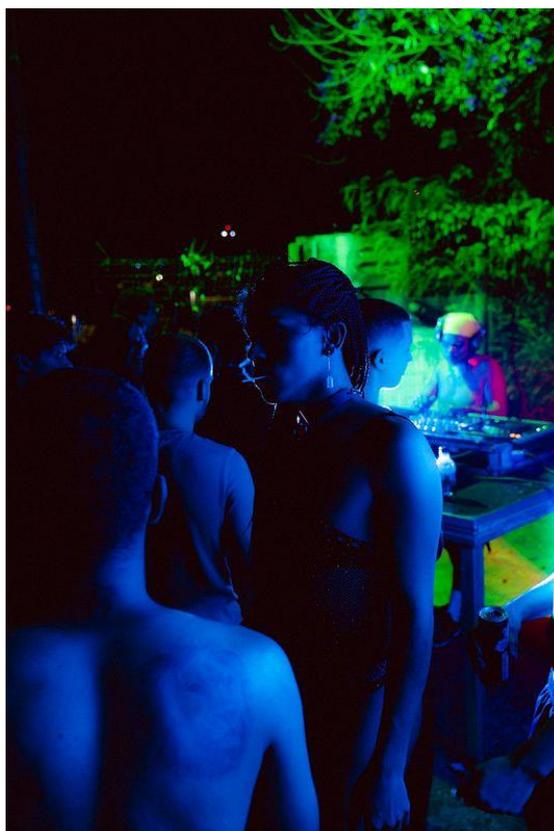
A primeira observação ocorreu durante o festival *Horny* na Rua, em 15 de abril de 2023. Ao chegar ao evento por volta das 20h, as sensações iniciais foram de estranhamento e receio, pois o cenário era novo e marcadamente provocativo. Havia uma dificuldade em identificar comportamentos que traduzissem a essência da festa e seus frequentadores. A decodificação desse ambiente começou pela observação detalhada dos momentos iniciais: os trajes, suas interações e a atmosfera da festa. À medida que o evento prosseguia, percebia-se que os frequentadores estavam ali para se divertir, sem se preocupar com a presença de observadores externos, a não ser que houvesse um interesse direto.

A festa que anteriormente era realizada na rua, e funcionou como um festival com diversas performances artísticas da cena local, continuou em um ambiente fechado, na Casa Sapucaí. A atmosfera interna era de liberdade: pessoas vestindo desde trajes convencionais, como camisa polo e calça jeans até cuecas, *jock straps*, arreios ou não vestindo nada. As interações variavam entre beijos, carícias, dança e sexo. A pista era o epicentro de toda essa energia, enquanto o *dark room* servia como um local para experiências sensoriais, onde a visão era substituída pelo tato e outros sentidos. A observação aprofundada permitiu identificar a dinâmica de entrega e vulnerabilidade dos frequentadores, bem como o fetichismo presente no evento.

Outras edições da festa *Horny* trouxeram novas perspectivas. No dia 05 de agosto de 2023, a festa ocorreu no Gis Club, apresentando um espaço novo, novas observações e experiências musicais, incluindo a presença de DJs renomados, como a Dj Malka de São Paulo, que oferece um som completamente contemporâneo e experimental. A partir deste ponto, as observações tornam-se mais sistemáticas, com foco em detalhes como a

formação de filas, os trajés dos frequentadores e as interações sociais. Vale ressaltar alguns comportamentos observados como: distanciamento das filas, utilização de mochilas, casacos, utilização de mascarás (em específico uma máscara de proteção da época do COVID) que acreditamos ter sido utilizada para ocultar a identidade do frequentador em questão.

Figura 13. Festa Horny 06 jul. 2024, Imagem digital, autoria Rafaela Urbanin, 2024, Belo Horizonte.



Fonte: FLICKR. **Álbum de fotos**. Disponível em:

<https://www.flickr.com/photos/201190275@N04/albums/72177720322764894/>. Acesso em: 28 jan. 2025.

A festa do dia 06 de setembro de 2023 marcou a parceria entre a *Horny* e a *Lust* (Festa de Brasília com os mesmos moldes da festa *Horny*), ampliando a diversidade de participantes, vieram de Brasília dois ônibus com pessoas para a festa e proporcionando uma experiência ainda mais imersiva no antigo Cine Odeon que também já deu lugar à uma sauna gay na cidade e foi transformado em um espaço para festa em Belo Horizonte, vindo a fechar novamente recentemente.

Com base nas observações realizadas, identificaram-se padrões comportamentais e simbólicos que foram cruciais para a elaboração da coleção. Entre os aspectos destacados estão:

1. O desejo de Ocultar-se: Frequentadores que tentam esconder sua presença no evento, em um misto de medo e curiosidade, carregando consigo rótulos sociais.
2. A liberdade plena: Indivíduos que abraçam a experiência da festa como um espaço para expressar-se, mostrando-se de corpo e alma.
3. A dinâmica do *Dark room*: Um ambiente de mistério e exploração sensorial, onde a visão perde o protagonismo e a pele torna-se o principal elemento de interação.
4. Transformação Pós-experiência: A maneira como as experiências vividas desconstruíram rótulos e paradigmas, permitindo um renascimento pessoal e social.

Essas observações foram traduzidas em quatro famílias distintas, cada uma representando uma fase ou sensação derivada das experiências vividas durante os eventos. A família 01 é inspirada nos frequentadores que enfrentam o desconforto dos rótulos sociais, utilizando-se de elementos que simbolizam ocultamento e proteção. Já a família 02 representa a entrega plena ao momento, explorando materiais confortáveis, remetendo a dança e à alegria. A família 03 é focada no universo do *dark room*, com materiais que simulam a pele e formas que evocam o fetichismo, sensualidade e sexo. E a família 04 traduz a transformação e desconstrução de padrões, utilizando formas que sugerem uma nova identidade.

Figura 14. Festa *Horny Dark room* 06 jul. 2024, Imagem digital, autoria Rafaela Urbanin, 2024, Belo Horizonte



Fonte: FLICKR. **Álbum de fotos**. Disponível em:

<https://www.flickr.com/photos/201190275@N04/albums/72177720322764894/>. Acesso em: 28 jan. 2025.

Todo processo criativo para a coleção foi um percurso de autodescoberta e compreensão das dinâmicas sociais e culturais presentes nos eventos observados. A partir da imersão em um universo repleto de liberdade e intensidade, foi possível desenvolver uma narrativa que conecta moda, identidade e experiência humana, resultando em uma coleção que celebra a pluralidade e a liberdade dos corpos urbanos.

#### **4.2 Geração de alternativas;**

A geração de alternativas é uma etapa essencial para o desenvolvimento de uma coleção de moda. Explorando as possibilidades visuais que foram observadas através do processo metodológico, nessa fase do desenvolvimento do projeto foram realizadas experimentações a fim de refinar e filtrar as ideias que fariam parte da coleção. Para o desenvolvimento dos croquis, a ferramenta utilizada foi o aplicativo de ilustração digital *Procreate*, a partir do qual, inicialmente foram realizados rascunhos sem refinamento, a fim de apurar as ideias. Inicialmente, pensou-se em uma coleção unissex. No entanto, ao observar que a maioria do público da festa *Horny* é masculino e que existe em Belo Horizonte uma certa dificuldade em encontrar looks que fogem do tradicional para esse público, decidiu-se que a coleção para este projeto seria masculina. No entanto, sem descartar a possibilidade de, futuramente, inserir peças do vestuário feminino para ampliar o público da marca *Alvisti*.

Figura 15. Geração de alternativas 01, 987 X 896px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

A ideia da coleção sempre foi refletir a performatividade dos corpos inseridos no evento da cena underground, observando comportamentos, vestes e ambientes. A partir desta observação e da coleta de imagens relacionadas às ideias apresentadas, foi montado um *moodboard*, e a partir desse *moodboard*, foram retiradas as cartelas de cores iniciais para o desenvolvimento da coleção. Após a definição das famílias, se seguiu para uma segunda etapa do desenvolvimento da coleção, que foi apresentada no projeto de banca intermediária. Com as famílias já definidas e estruturadas foram desenvolvidos croquis com colorações e elementos que identificassem cada família de maneira distinta.

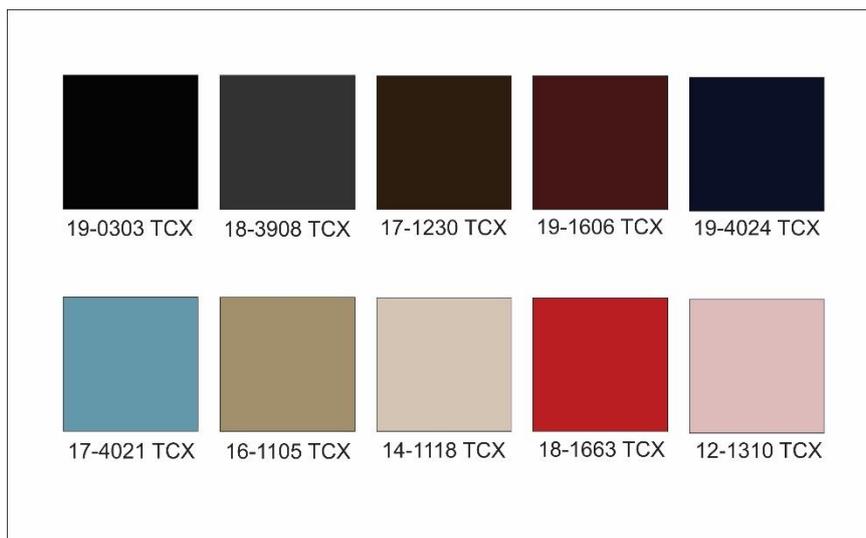
Figura 16. Coleção apresentada na banca intermediária, 987 X 896px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

O processo de refinamento da coleção se iniciou por um estudo detalhado da cartela de cores observando no design dos ambientes e materiais de divulgação uma certa predominância dessas cores selecionadas. Em seguida, o trabalho de pesquisa se deteve na composição dos materiais: tecidos, aviamentos e materiais para acabamento das peças. Ademais, o trabalho de beneficiamento têxtil foi iniciado a partir de testes de tingimento e de modificação da superfície têxtil. Além dessas pesquisas, foram realizadas as experimentações referentes ao design de superfície com tingimento experimental, e de recortes no têxtil para gerar novas texturas.

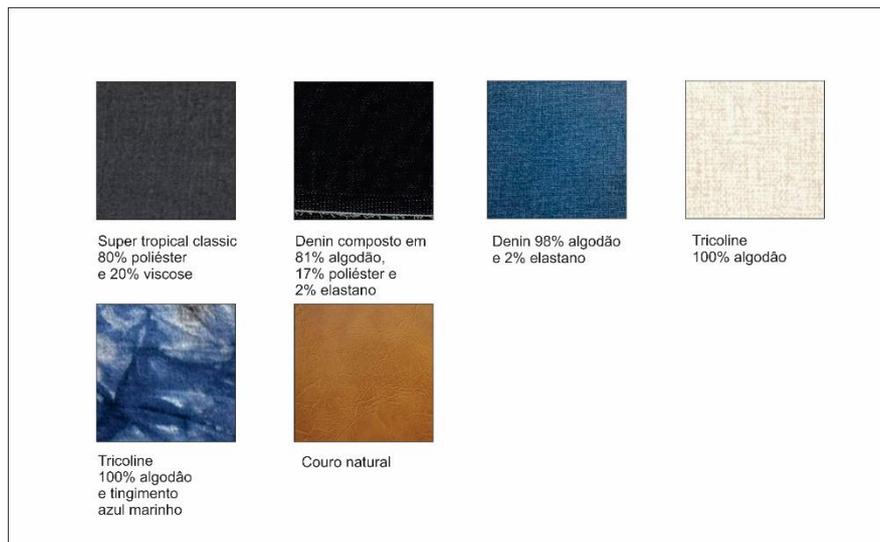
Figura 17. Cartela de cores final, 987 X 896px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

Como resultado, deste processo de pesquisa foram escolhidos os seguintes elementos de estilo para o trabalho com os tecidos: tingimento utilizando a técnica de marmorizado com interferências de tinta *spray* sobreposição de materiais, utilização de metais e argolas, o couro como símbolo de pele e recortes vazados que encarnam a ideia de voyeurismo do corpo. Por fim, diante de uma intensa pesquisa de materiais, os tecidos escolhidos foram Tricoline 100% algodão, o Denim 98% algodão e 2% elastano, o Denim composto em 81% algodão, 17% poliéster e 2% elastano, o tecido Super tropical *classic* 80% poliéster e 20% viscose, sarja 100% algodão, o Brim 100% algodão e o couro.

Figura 18. Cartela de têxteis e não têxteis, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

Para a coleção *Corpos urbanos*, também foi desenvolvida uma estampa a partir de tingimentos experimentais em tecidos de fibra natural, a ideia é trazer para o tecido manchas e formas orgânicas que foram feitas a partir da técnica de marmorizado.

Figura 19. Amostra de tingimento experimental em tricoline 100% algodão 12x12cm, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

Assim definido os croquis escolhidos, todos foram finalizados digitalmente, e desenvolvidos seus respectivos desenhos técnicos, e fichas de produção e modelagens dos dois looks produzidos para a coleção.

### 4.3 Grupos de estilo

Os grupos de estilo presentes na coleção refletem não apenas a narrativa visual das festas underground, mas também uma análise aprofundada das dinâmicas sociais e culturais observadas durante os eventos da cena tecno de Belo Horizonte. Cada grupo foi desenvolvido a partir de uma interpretação simbólica das diferentes fases e experiências vividas nessas festas, permitindo a construção de uma narrativa que une moda, identidade e espaços urbanos.

*Warm-up* é o grupo de estilo que abre a coleção, e representa o início da festa, um momento de chegada e adaptação. Os frequentadores, ainda envolvidos por suas reservas sociais, apresentam looks mais fechados e introspectivos, trazendo uma postura inicial de timidez ou repressão. As peças desenvolvidas para este grupo refletem uma paleta de cores sóbrias, como pretos, cinzas e marrons, associados a shapes H que cobrem mais o corpo, criando uma barreira simbólica entre o indivíduo e o espaço.

Esse grupo foi inspirado na necessidade de proteção e conforto inicial, representando os rótulos sociais que os frequentadores ainda carregam antes de se entregarem completamente à experiência.

Figura 20. Família 01 – Warm-up, 2000px X 1414px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

O *Front* é o espaço onde a festa atinge seu ápice, caracterizado por performances, música e sons intensos, a celebração e exaltação do Dj e a presença de figuras de destaque. É um local para ser visto e também para ver. Os looks deste grupo são ousados e fashionistas e representam a dança como um esporte. As cores mais vibrantes foram utilizadas para

detalhes em vermelho, e as técnicas de tingimento para a criação de estampas. Os metais, detalhes em couro e recortes vazados pretendem transmitir o protagonismo do corpo. As interações sociais, a energia vibrante da pista de dança e o desejo de se destacar no espaço influenciaram a criação das peças deste grupo, reforçando a individualidade e a confiança dos frequentadores.

Figura 21. Família 02 - Front, 2000px X 1414px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

No grupo *Dark*, a exploração da sensualidade e do desejo, remetendo ao espaço *dark room*, onde a visão é substituída pelo tato e os sentidos são aguçados. As peças desse grupo apresentam formas ajustadas em shapes I e materiais táteis, como o couro que evocam o fetichismo e a sensualidade. A paleta de cores inclui preto, azul-marinho e cinza, reforçando a atmosfera misteriosa e íntima desse espaço. A ideia de voyeurismo e a relação direta com o corpo e o desejo foram centrais na construção desse grupo, evidenciando a liberdade sexual e a intensidade emocional presentes na festa.

Figura 22. Família 03 - Dark, 2000px X 1414px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

Figura 23. Família 03 – Dark (Look 01 e 02 sem sobreposições), 1563px X 905px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

O grupo *After* simboliza o encerramento e a transformação, onde os frequentadores emergem das experiências vividas durante a festa. As peças dessa família refletem um amanhecer simbólico, com tons claros e terrosos, como caramelos, beges e rosa. Shapes desconstruídos e materiais sobrepostos representam a evolução e a reconstrução da identidade após a vivência da noite. Este grupo foi formado para capturar a sensação de renovação e liberdade, onde a experiência vivida desconstrói paradigmas e possibilita a construção de novas narrativas pessoais.

Figura 24. Família 04 - After, 2000px X 1414px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

Os grupos de estilo na coleção *Corpos urbanos* estão interconectados por uma linha narrativa que reflete o percurso de transformação dos frequentadores ao longo da festa. Desde a chegada tímida, passando pela exaltação e protagonismo, até alcançar a libertação dos sentidos no *dark* e, por fim, a renovação e reconstrução pessoal. Essa progressão de acontecimentos ilustra a dinâmica da festa *Horny* que possui seus próprios códigos e padrões pré-estabelecidos, e também explora como a moda pode capturar e traduzir emoções e sentimentos de experiências vividas em espaços urbanos noturnos. Para além disso, os grupos de estilo da coleção destacam como a moda pode ser utilizada como ferramenta de análise e expressão das interações humanas em cenários contemporâneos. Cada grupo com sua especificidade, permite que a coleção funcione como uma narrativa visual das vivências e transformações que ocorrem nos espaços da *Horny*.

#### 4.4 Público-Alvo

A coleção foi pensada para o público masculino que experiencia a moda como uma extensão de sua identidade. São homens que não se limitam a tendências tradicionais, mas que buscam peças que reflitam personalidade e seu estilo de vida. Esse público é plural, mas compartilha valores como a liberdade de expressão, a individualidade e a conexão com a cultura urbana noturna. Os homens que fazem parte do público-alvo da coleção estão em sua maioria na faixa etária entre os 20 e 40 anos. São jovens adultos e homens maduros que se encontram em fases de vida diferentes, mas que tem em comum o desejo

de se manter conectado às tendências estéticas e culturais do cenário contemporâneo. Muitos deles vivem em grandes centros urbanos e têm uma rotina multifacetada. Durante o dia, transitam entre ambientes de trabalho, reuniões e compromissos pessoais; à noite, exploram a cidade, participando de eventos culturais, festas e encontros que valorizam a individualidade, a liberdade e a expressão. Estão associados a áreas criativas como design, moda, cinema, teatro, música e artes visuais, mas também há aqueles que, mesmo fora dessas áreas, compartilham o desejo de se destacar por meio do que vestem. Esses homens enxergam na cidade uma extensão de suas personalidades, as ruas, os clubes, e as festas são mais do que espaços, são palcos onde podem performar suas identidades. Eles buscam um equilíbrio entre funcionalidade e impacto visual, já que suas peças precisam transitar entre diferentes estilos com fluidez.

A maioria dos consumidores da coleção pertence às classes sociais média e alta, isso não se limita a poder aquisitivo, mas também ao acesso a informações culturais e estéticas que influenciam diretamente suas escolhas do que consumir. Eles estão familiarizados com marcas independentes, festivais de música, lojas conceito e brechós, sendo consumidores que valorizam tanto o luxo acessível quanto o design exclusivo.

No que diz respeito à orientação sexual, o público é majoritariamente diverso, refletindo a inclusão presente na coleção. Ela dialoga especialmente com homens gays, bissexuais e *queer*, que frequentemente encontram na moda um espaço de resistência, celebração e liberdade. No entanto, homens heterossexuais com mentalidade aberta, que apreciam moda como ferramenta de expressão, também são contemplados pela coleção.

Os consumidores da coleção *Corpos urbanos* têm uma relação híbrida com o consumo, transitando entre o físico e o digital. Fisicamente, frequentam lojas, lojas independentes, brechós e eventos de moda, buscando peças únicas que tragam um senso de exclusividade. Eles também são adeptos do consumo experimental, comprando em eventos *pop-up* ou colaborativos que misturam moda, música e arte.

Virtualmente, o comportamento é marcado pelo uso de plataformas como *Instagram*, *Pinterest*, *Cosmos*, *Grindr* e *Tinder*, além de sites especializados em moda para descobrir novas marcas e produtos. Valorizam a história por de trás das peças e consomem conteúdos audiovisuais que contextualizam as coleções. As redes sociais desempenham um papel crucial nas suas compras, funcionando como uma vitrine e fonte de inspiração.

Além disso, são adeptos de compras online, priorizando lojas que oferecem uma experiência exclusiva e imersiva, e que dialoguem com seus valores.

Esse público é marcado por uma postura estética que desafia as convenções, eles tem um olhar apurado para texturas, cortes e materiais que evocam sensações e histórias, gostam de peças com elementos de design diferenciados, como formas geométricas, detalhes em materiais distintos e acabamentos artesanais. O fetichismo sutil e a sensualidade aparecem como características marcantes de suas escolhas de moda, especialmente em ambientes noturnos.

A moda para esses homens não é apenas vestuário, é uma linguagem que comunica suas emoções, desejos e perspectivas. Eles apreciam looks que os façam sentir confiantes e que dialoguem com o espaço urbano noturno que habitam. São consumidores que não tem medo de ousar, de mostrar o corpo ou de explorar a sensualidade de forma elegante e contemporânea.

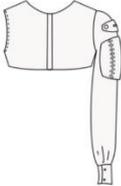
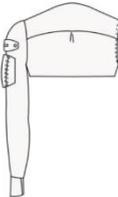
A motivação desse público vai além da estética. Eles buscam peças que tenham significado e que contêm histórias. Valorizam marcas que sejam éticas e inclusivas, tanto em sua comunicação quanto em seus processos de produção. Para eles, consumir moda é também um ato político, uma forma de apoiar narrativas que representem diversidade, liberdade e autenticidade.

Por outro lado, o hedonismo também está presente, a moda é para eles uma forma de prazer, seja pela sensação do vestir, seja pela emoção de descobrir algo único que dialoga com suas personalidades.



Figura 26. Ficha técnica 01, 1920 X 1080px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.

ALVISTI

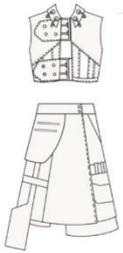
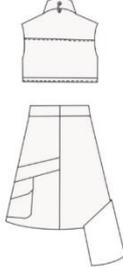
FICHA TÉCNICA									
Descrição	CAMISA CROPED manga única								
Código do produto	Coleção	CORPOS UNICANOS		Grade	PP	P	M	G	GG
Estilista	Data	40/42							
Tecido	Fornecedor	Cores Código	R\$/Unid.	Quantidade	R\$/Peça				
Tricoline 100% Algodão	textil (at) LDA	04/wh/110	50,00	1,20m	60,00				
COURO			87,90	10,21	10,21				
Frente					Costas				
									
Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	R\$/Peça	Costura/Acabamento			
Zíper 30cm			5,00	1	5,00	K) Reta ( ) Casadeira			
Botão			0,60	2	1,00	( ) 2 agulhas ( ) Botoneira			
Elástica			0,60	1	0,60	( ) 3 agulhas ( ) Elástica			
Puxador			1,00	1	1,00	K) Overloque			
TAG metal			5,99	1	5,99	( ) Interloque			
						( ) Galoneira			
						( ) Trançadeira			
Obs:									

Fonte: Arquivo do autor.

A camisa *cropped* manga única com estampa exclusiva saiu por R\$ 226,60 em seu preço de custo, levando em consideração os tecidos utilizados, mão de obra, transporte e aviamentos. Para a venda ao consumidor final, recomenda-se o valor de R\$ 450,00 obtendo uma margem de lucros de quase 100%.

Figura 27. Ficha técnica 02, 1920 X 1080px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.

ALVISTI

FICHA TÉCNICA									
Descrição	Conjunto FAM 2								
Código do produto	Coleção	COMPOS Urbanos		Grade	PP	P	M	G	GG
Estilista	Data	17/01				40/42			
Tecido	Fornecedor	Cores Código		R\$/Unid.	Quantidade	R\$/Peça			
Denim	Ind. Textil ABCARANA	Azul		34,90	1,5m	52,35			
Denim	" " "	Marrinho		34,90	52cm	17,45			
Frente					Costas				
									
Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	R\$/Peça	Costura/Acabamento			
Fivelas	—	Metalik	9,00	2	18,00	( ) Reta	( ) Casadeira		
Botões	—	—	0,50	4	2,00	( ) 2 agulhas	( ) Botoneira		
Ilhós	—	—	0,80	6	4,80	( ) 3 agulhas	( ) Elastiqueira		
Masquelinão	—	—	5,50	6	33,00	( ) Overloque			
Ilhós Biquerosa	—	—	0,20	12	2,40	( ) Interloque			
Etiqueta tecido	—	—	0,60	2	1,20	( ) Galoneira			
Tag metal	—	—	5,99	2	11,98	( ) Trançadeira			
Obs:									

Fonte: Arquivo do autor.

O conjunto jeans contendo colete e saia com recortes e bolso lateral, levando em consideração todos os materiais, acabamentos, mão de obra e aviamentos resultou no valor de R\$ 269,16 pode ser comercializada para o consumidor final pelo valor de aproximadamente R\$ 810,99 com uma margem de lucro de mais de 200%.







Figura 31. Ficha técnica 06, 1920 X 1080px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.

ALVISTI

FICHA TÉCNICA									
Descrição	Bonê								
Código do produto	Coleção	Grade	PP	P	M	G	GG		
Estilista	Data								
Tecido	Fornecedor	Cores Código	R\$/Unid.	Quantidade	R\$/Peça				
Denim	Industria Sull Brastone	MARQUE	39,90	50 cm	19,45				
Couro			97,97	20 cm	20,42				
Frente		Costas							
									
Aviamentos	Código	Fornecedor	R\$/Unid.	Quantidade	R\$/Peça	Costura/Acabamento			
ABCALAS			2,00		4,00	<input checked="" type="checkbox"/> Reta	<input type="checkbox"/> Casadeira		
						<input type="checkbox"/> 2 agulhas	<input type="checkbox"/> Botoneira		
						<input type="checkbox"/> 3 agulhas	<input type="checkbox"/> Elastiqueira		
						<input checked="" type="checkbox"/> Overloque			
						<input type="checkbox"/> Interloque			
						<input type="checkbox"/> Galoneira			
						<input type="checkbox"/> Trançadeira			
Obs:									

Fonte: Arquivo do autor.

A última peça do look da família 04 é um bonê que obteve o valor de custo de R\$ 172,47 e aplicada uma margem de lucro de 50% o custo final da peça ao consumidor é de R\$ 258,70. O preço total de produção do look 03 da família 03 é de R\$ 705,85 chegando ao consumidor final pelo valor de R\$ 1.858,84.

Vale salientar que, para produção e cálculo dos valores foram levados além das matérias primas, aviamentos, mão-de-obra, gastos indiretos como transporte, energia elétrica e demais, o fator socioeconômico do público que se pretende alcançar com a coleção também foi considerado para cálculo das margens de lucros.

#### 4.6 Análise crítica da coleção *Corpos urbanos*

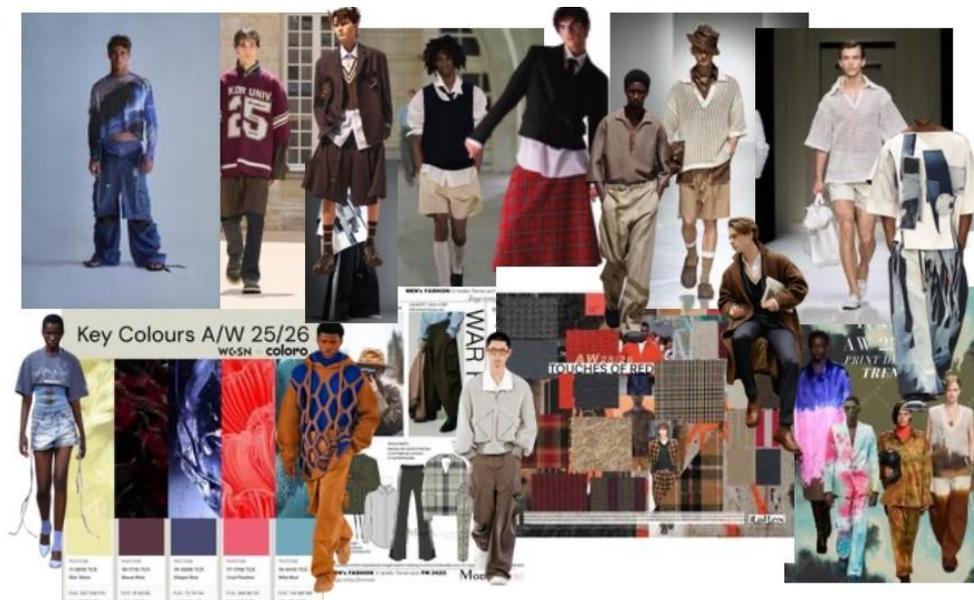
A coleção *Corpos urbanos* é uma reflexão sobre a interação entre corpos, moda e espaços urbanos. Inspirada pela cena underground de Belo Horizonte, com recorte na festa *Horny*,

as peças da coleção capturam as dinâmicas da liberdade, sensualidade e desconstrução. Mesmo sendo uma coleção a temporal, as peças ainda dialogam com algumas macro e micro tendências do ano de 2025.

A Alfaiataria contemporânea aparece na coleção através da desconstrução de formas tradicionais da alfaiataria. Algumas peças se destacam por cortes assimétricos, a utilização do couro tratado e formas vazadas em casacos, camisas, coletes e shorts, além da utilização do jeans como base para a produção de algumas dessas peças, sendo o jeans um material resistente refletindo uma maior qualidade e durabilidade da peça, imprimindo aspectos de moda ética e sustentável com roupas feitas para durar, e como é um material ligado a moda urbana, a escolha desta matéria prima imprime na alfaiataria uma certa quebra nos padrões estabelecidos reforçando a ideia de liberdade e transformação.

A influência da tendência *Workwear* traz para as peças elementos como bolsos funcionais que conectam o usuário ao dinamismo do ambiente urbano alinhando-se ao perfil do homem em constante movimento.

Figura 32. *Moodboard* tendências, 1920 X 1080px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

As micro tendências incorporadas nas peças, a que mais se destaca é a *Dark Academy*, que incorpora a coleção tons escuros e mais sombrios, trazendo uma certa formalidade em alguns dos looks projetados. As cores neutras e tons terrosos que incluem o chocolate, beges, cinza e preto refletem para uma estética mais sóbria e sofisticada. As formas vazadas e texturas contrastantes evocam o conceito de voyeurismo e desejo pelo toque, e estão diretamente ligadas aos cortes que mostram o corpo de maneira sutil.

Mesmo ao seguir as tendências, é importante lembrar que a moda é, acima de tudo, um espaço de liberdade e expressão. O que não impede que atribuamos elementos da antimoda às criações como forma de subversão às tendências vigentes. Na coleção *Corpos urbanos*, isso foi explorado através do uso de piercings, mosquetões, ilhoses e *spikes* aplicados nas peças, carregando-as com elementos do streetwear. Esses elementos não apenas desafiam os padrões tradicionais da moda, mas também reforçam a ideia de que a moda pode ser uma celebração e também uma provocação, refletindo a pluralidade dos corpos e das identidades.

## **5 IMAGEM DA COLEÇÃO**

Para o editorial da coleção *Corpos urbanos*, foram escolhidos elementos que mesclam uma estética futurista e dramática com elementos contemporâneos e clássicos.

A iluminação possui um grande contraste, oscilando entre cenários de alta luminosidade que destacam texturas e volumes e sombras profundas para trazer um ar de mistério. A luz direcionada evoca uma atmosfera teatral, remetendo à aura dos clubes *underground* noturnos.

Figura 33. Apresentação da artista Fran Glan Glan, Ref. De iluminação. 2024, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

A maquiagem é minimalista, com a pele utilizando corretivo e pó compacto, foco nos contornos do rosto e com olhos marcados com formas incomuns que desafiam os padrões sociais, criando um equilíbrio entre o clássico e o alternativo.

As poses variam com movimentos dinâmicos, com corpos em extensão, posturas imponentes e ângulos incomuns, conferindo um toque de surrealismo que reforça a ideia de movimento e transgressão evocando ousadia e experimentação com o objetivo de provocar.

Figura 34. *Moodboard* para produção do editorial, 1920 X 1080px, autoria própria, 2025, Belo Horizonte.



Fonte: Arquivo do autor.

O editorial pretende comunicar uma imagem de moda disruptiva e experimental, inspirada no universo dos clubes noturnos e na liberdade dos corpos de se movimentar e serem livres. A composição visual dialoga com a ideia de ressignificar masculinidades e criar imagens de moda únicas. Essa união entre movimento, iluminação e poses dramáticas traduz o compromisso com o homem que é original e que quebra os padrões estabelecidos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do trabalho, a cena underground de Belo Horizonte, em particular a Festa *Horny*, foi apresentada como uma expressão da moda e da antimoda. A partir de um processo de observação participante e de vivência pessoal nestes eventos, extraí elementos para compreender três aspectos da moda, compreendendo-a como fenômenos dos movimentos de contracultura, como um campo discursivo a partir do qual os seus agentes se comunicam a partir da sua imagem e aparição pública, estruturando a performatividade no cenário urbano da cidade de Belo Horizonte. E, finalmente, compreendendo-a como sistema, por intermédio do qual ela se integra aos diversos mecanismo de produção de novidade pela dimensão da criação, da produção e do consumo.

A moda, enquanto sistema e fenômeno cultural, está diretamente ligada às mudanças sociais e à construção de subjetividades como afirmam Barthes (2009) e Lipovetsky (1987). A *Horny*, mais do que uma festa, é um espaço de liberdade, onde corpos subvertem os rótulos sociais e ressignificam normas. Isso se reflete na montagem, conceito destacado por Palomino (2024) como uma prática essencial na cena *clubber*. A montagem não é apenas sobre se vestir; é sobre criar uma persona que comunica desejos, identidades e, muitas vezes, resistência aos padrões sociais.

O conceito de antimoda, discutido por Neto (2016), também aparece fortemente neste contexto. Enquanto a moda se alinha às tendências massificadas e ao consumo, a antimoda surge como um movimento de contracultura, desafiando essas normas. No entanto, como observado pelos autores aqui estudados, moda e antimoda caminham juntas, criando um ciclo em que a antimoda, mesmo resistindo, eventualmente é absorvida pelo *mainstream*. Isso fica evidente na popularização de signos do *underground*, como as vestimentas fetichistas e as peças provocativas que antes pertenciam exclusivamente a grupos marginais e agora ganham espaço em passarelas e grandes marcas.

A coleção *Corpos urbanos* reflete essa dualidade, inspirada na liberdade de expressão vivida na *Horny*, ela traduz a tensão entre ocultar e expor o corpo, como sugerido por Gago (2016). O uso do couro, formas vazadas e a desconstrução de silhuetas foram elementos chave para materializar conceitos como a sensualidade, o desejo e a transformação. As peças não apenas vestem. Elas convidam à reflexão sobre como a moda pode ser uma ferramenta de resistência e, ao mesmo tempo, uma celebração.

Erika Palomino (2024), em suas análises sobre a moda *clubber*, enfatiza o papel dos espaços noturnos como lugares de criação de identidade e resistência política. E isso foi essencial para compreender como a *Horny* cria um ambiente seguro e inclusivo, onde corpos queer performam sua liberdade. A montagem é um ato teatral e estético que desafia normas, assim como o próprio conceito de moda enquanto linguagem visual.

O cumprimento dos objetivos propostos neste trabalho reforça a relevância da pesquisa para os estudos sobre a moda e a subcultura. A coleção cápsula traduz os *insights* obtidos na observação etnográfica, enquanto o desenvolvimento dos looks expõe como o indivíduo se molda e é moldado pelos espaços que ocupa.

Além do desenvolvimento da coleção, este projeto também provoca reflexões profundas sobre a relação entre moda, antimoda e identidades. Barthes (2009) nos lembra que a

moda não é apenas um sistema de signos, mas também uma forma de comunicação que transcende barreiras culturais. Pois através da criação de produtos de moda, podemos transmitir mensagens que enaltecem conceitos, culturas e subculturas que vão para além de questões estéticas. Lipovetsky (1987) complementa ao afirmar que a moda é libertária e efêmera, características que encontram ressonância com a cena *underground* de Belo Horizonte e com os looks da coleção *Corpos urbanos* que através das vestes liberta o corpo de padrões pré-estabelecidos.

E por fim, a festa *Horny* e a coleção *Corpos Urbanos* demonstram que, ao vestir, estamos constantemente construindo e desconstruindo quem somos. A moda é efêmera, sim, mas, ao mesmo tempo, é eterna em sua capacidade de impactar a sociedade e os indivíduos.

## REFERÊNCIAS

ADVERSE, Angélica Oliveira. **Arte & Moda em Belo Horizonte: Existência Estética & Reinvenção dos Modos de Vida**. In: COLOMBO, Natalia (Org.). *Diálogos entre moda, arte e cultura 2*. Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. p. 13-31. DOI 10.22533/at.ed.1652015012.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Martins Fontes. 2009.

BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. Obras escolhidas, vol. III. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BRASIL DE FATO. Após reabertura de praça, movimento Praia da Estação tem retomada em Belo Horizonte. 13 out. 2024. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2024/10/13/apos-reabertura-de-praca-movimento-praia-da-estacao-tem-retomada-em-belo-horizonte>>. Acesso em: 28 jan. 2025.

CASTRO, Fausto Calaça Galvão de. **Dandismo e cuidado de si: ensaios de subjetivação em Balzac**. Tese (Doutorado em Psicologia Clínica e Cultura) – Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

CoLab – PUC Minas, 2021, Disponível em: <<https://blogfca.pucminas.br/colab/as-dificuldades-do-movimento-clubber-em-bh/>>. Acesso em: 04 ago.2024.

FIO DA MEADA. **Erika Palomino entende o Brasil pelas pistas de dança**. [Mídia online]. 2025. Disponível em: <<https://radionovelo.com.br/originais/fiodameada/erika-palomino-entende-o-brasil-pelas-pistas-de-danca/>> Acesso em: 06 jan. 2025.

FLICKR. **Álbum de fotos**. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/201190275@N04/albums/72177720322764894/>>. Acesso em: 28 jan. 2025.

GAGO, José María Paz. **Moda e Sedução**. São Paulo: Estação das cores e letras, 2016.

GSHOW. **Gírias LGBTQIA+: descubra o que é e o significado das expressões do pajubá**. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/cultura-pop/noticia/gurias-lgbtqia-descubra-o-que-e-e-o-significado-das-expressoes-do-pajuba.ghtml>>. Acesso em: 6 jan. 2025.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Editora UFMG, 2014.

HORNY FESTIVAL ACONTECE NA PRÓXIMA SEMANA. Disponível em: <<https://bheventos.com.br/noticia/04-05-2023-horny-festival-acontece-na-proxima-semana>>. Acesso em 05 ago.2024.

INSTAGRAM. Publicação de [@cometoh\_rny]. 2022. Disponível em: <[https://www.instagram.com/p/C2heyM-ubZb/?next=%2Fp%2FCrYSM8KqJan%2F&img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C2heyM-ubZb/?next=%2Fp%2FCrYSM8KqJan%2F&img_index=1)>. Acesso em: 28 jan. 2025.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero** – a moda e seus destinos na sociedade moderna. São Paulo: Companhia das letras, 1987.

MAIA, Andréa Casa Nova. **O novo flâneur das cidades do século XX**: Culturas híbridas do espaço urbano. Belo Horizonte: Varia História, Vol. 13, n. 18, novembro 1997. Disponível em: <<http://www.variahistoria.org/edies/tag/Number+18>>. Acesso em: 04 ago. 2024.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura & Consumo**. Rio de Janeiro: MAUAD Editora Ltda. 2010.

MELO, Thálita Motta. **Dançar até perder a forma humana**: Aproximações entre o movimento atual da cena techno em Belo Horizonte e as estratégias da alegria na Argentina em ditadura. Pelotas: Periodicos UFPel, Vol. 7, n. 25, Outono 2023. Disponível em:<<file:///D:/DADOS%20DE%20USU%C3%81RIO/Downloads/25514Texto%20do%20artigo-94537-1-10-20231030.pdf>>. Acesso em: 05 ago. 2024.

MENEZES, Marcos Antônio de. O poeta Baudelaire e suas máscaras: boêmio, dândi, flâneur. *Revista Fato & Versões*, v. 1, n. 1, p. 64-81, 2009. Disponível em: <<http://www.catolicaonline.com.br/fatoeversoes>>. Acesso em: 13 jan. 2025.

ONG Arco. **Descomplicando a Diversidade**. Disponível em: <[https://www.ongarco.org/post/dicion%C3%A1rio-lgbtqiap-descomplicando-a-diversidade?gad\\_source=1&gclid=CjwKCAjw8fu1BhBsEiwAwDrjOn6pKOPhQ9dhg52j\\_57P\\_qeYSvYZuap5y0vetMbCavuRANg8bsulhoCjxIQAvD\\_BwE.>](https://www.ongarco.org/post/dicion%C3%A1rio-lgbtqiap-descomplicando-a-diversidade?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw8fu1BhBsEiwAwDrjOn6pKOPhQ9dhg52j_57P_qeYSvYZuap5y0vetMbCavuRANg8bsulhoCjxIQAvD_BwE.>)> Acesso em: 16 ago. 2024.

PALOMINO, Erika. **Babado Forte: 35 anos de cultura jovem no Brasil**. São Paulo: Ubu Editora, 2024.

PEIRANO, Mariza. **A Favor da Etnografia**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.

*QUAL a origem da música eletrônica?*. Juca na Balada. Disponível em: <<https://www.jucanabalada.com.br/musica-eletronica/#:~:text=Qual%20a%20origem%20da%20m%C3%BAsica,e%20sintetizador es>>. Acesso em: 28 jan. 2025.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda**. Trad. *Lilia Moritz Schwarcz*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SONTAG, Susan. **Notas sobre Camp**. In: *Contra a interpretação e outros ensaios*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004. p. 277-294.

SOU BH. **Prédio do Cine Odeon abriga boate LGBTQIAPN+ com inauguração nesta sexta (25/8)**. Disponível em: <<https://soubh.uai.com.br/agenda/festas/predio-do-cine-odeon-abriga-boate-lgbtqiapn-com-inauguracao-nesta-sexta-25-8>>. Acesso em: 18 ago. 2024.

SVENDSEN, Lars. **Moda - uma filosofia**, Rio de Janeiro: ZAHAR, 2010.

VICE. O techno de rua marca a segunda leva da cena eletrônica de Belo Horizonte. Disponível em: <<https://www.vice.com/pt/article/qk9jkd/techno-de-rua-belo-horizonte>>. Acesso em: 28 jan. 2025.

9 COLETIVOS ALTERNATIVOS DE BELO HORIZONTE PARA VOCÊ FICAR DE OLHO. Março, 2024. Disponível em: <<https://www.housemag.com.br/9-coletivos-alternativos-de-belo-horizonte-para-voce-ficar-de-olho/>>. Acesso em 05 ago. 2024.

@COMETOH\_RN. Disponível em: < [https://www.instagram.com/cometoh\\_rny/](https://www.instagram.com/cometoh_rny/)>. Acesso em 05 ago.2024.