

DE MCQUEEN A BURTON: A TRANSIÇÃO DO CONCEITO ESTÉTICO DA MARCA ALEXANDER MCQUEEN

MARQUARDT, Monica¹
OLIVEIRA, Amanda Larissa de²
GUIMARÃES, Elisangela Manarim³

Resumo: Este artigo analisa a evolução da marca Alexander McQueen por meio da fotografia de moda, investigando como a identidade e os valores da marca foram mantidos ou alterados durante a transição de direção criativa entre Alexander McQueen e Sarah Burton. A pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso de abordagem qualitativa, exploratória e descritiva, fundamentada em revisão bibliográfica, documental e análise de imagens. Foram selecionadas imagens das coleções *Plato's Atlantis* (Primavera/Verão 2010), última coleção desenvolvida por Alexander McQueen, e coleção *Ready-to-Wear Spring/Summer 2011*, primeira coleção assinada individualmente por Sarah Burton. Como procedimento analítico, utilizou-se uma adaptação da metodologia proposta por Marques e Almeida (2018), baseada nos pilares de contexto, classificação e apropriação. Os resultados demonstram que Sarah Burton preservou elementos fundamentais da identidade da marca, como a alfaiataria estruturada, as silhuetas marcantes, a teatralidade e o uso da moda como linguagem simbólica. Entretanto, observou-se uma mudança da narrativa visual, substituindo a estética futurista, tecnológica e provocativa de McQueen por uma abordagem mais romântica, artesanal e ligada à natureza. Conclui-se que a transição criativa não representou uma ruptura com o legado da marca, mas uma continuidade reinterpretada, capaz de manter os valores e pilares de Alexander McQueen ao mesmo tempo em que atenuou a dramaticidade subversiva do fundador ao introduzir uma sensibilidade mais romântica.

PALAVRAS-CHAVE

Direção Criativa. Identidade de Marca. *Alexander McQueen*. Sarah Burton.

1 INTRODUÇÃO

A moda caminha entre diferentes áreas do conhecimento como criação, desenvolvimento, comunicação e marketing. A imagem é muito importante neste contexto e o *branding*⁴ assume um papel fundamental na construção da identidade de uma marca por envolver estratégias que visam gerar identificação e estabelecer um vínculo entre marca e consumidor. A fotografia de desfile, neste contexto, é uma das principais ferramentas utilizadas para traduzir essas narrativas estéticas e conceituais.

Este estudo é voltado para a análise da evolução do discurso estético conceitual da marca *Alexander McQueen* por meio da fotografia de desfiles de moda. O artigo considera para o estudo o período final sob a liderança do seu fundador Alexander McQueen e o início de Sarah Burton como diretora criativa da marca. Esse recorte temporal permite observar o momento de transição criativa e é uma boa oportunidade para analisar como elementos visuais e narrativos são mantidos ou ressignificados no cenário de mudanças de direção criativa da marca.

Neste contexto temos como objetivo analisar a evolução/transição da marca *Alexander*

¹ Monica Marquardt. Acadêmica do curso superior de tecnologia de Design de Moda pelo IFSC - Câmpus Jaraguá do Sul - Centro.

² Amanda Larissa de Oliveira. Acadêmica do curso superior de tecnologia de Design de Moda pelo IFSC - Câmpus Jaraguá do Sul - Centro.

³ Elisangela Manarim Guimarães: Mestre em Design pela Univille em 2016.

⁴ *Branding* é o processo estratégico utilizado para a construção, gestão e comunicação de uma marca, responsável pelo seu posicionamento no mercado.

McQueen, com foco nas mudanças da identidade visual, nos valores e na comunicação da marca por meio de suas coleções. A justificativa deste estudo fundamenta-se pela marca *Alexander McQueen* destacar-se por sua expressiva trajetória e relevância no âmbito da moda e pelo seu forte apelo conceitual, configurando-se como um objeto de estudo pertinente na investigação relacionada ao seu *branding*. Considerando a existência de vastas pesquisas sobre o tema, em sua grande maioria concentradas na área de marketing, evidencia-se uma lacuna na abordagem do mesmo a partir da visão da moda e linguagem visual.

Assim, dada a ampla disponibilidade de material fotográfico nas mídias digitais e o acesso a essas imagens como ponto relevante na escolha da marca para o estudo, surge a problemática: Como a marca evidencia a continuidade ou mudança da narrativa de *Alexander McQueen* durante o período de redirecionamento criativo sob a perspectiva da moda?

Quanto aos procedimentos metodológicos utilizados, a pesquisa caracteriza-se como estudo de caso, conforme a classificação proposta por Yin (2001), pode permitir uma análise profunda de um objeto específico dentro de seu contexto real. A abordagem adotada tem caráter qualitativo, exploratório descritivo, utilizando-se de imagens fotográficas dos desfiles da marca, por meio de análise da última coleção elaborada por *Alexander McQueen* e da primeira coleção desenvolvida unicamente por Sarah Burton. Esta análise faz uma releitura da proposta analítica apresentada por Marques e Almeida (2018), que propõe a investigação de três pilares. Sendo eles: Análise do Contexto, Classificação e Apropriação, sendo estes apresentados em quadro teórico comparativo entre as coleções analisadas.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA MARCA ALEXANDER MCQUEEN

A marca *Alexander McQueen* foi fundada em 1992 por Lee Alexander McQueen. Desde o início a marca se consolidou com uma estética única e inovadora, a qual misturava a alfaiataria tradicional britânica com uma estética transgressora. A coleção *Táxi Driver*⁵ de 1993 e *Highland Rape* de 1995 deixaram bem claro o DNA⁶ da marca, alavancando *Alexander McQueen* no cenário mundial. Tanto que foi contratado pela marca *Givenchy* em 1996. Porém mesmo contratado por outra marca continuou no desenvolvimento da sua marca própria com total independência estética.

[...] divide-se entre Londres – onde cuida de sua produção – e Paris, onde chefia a Maison, tendo assim uma perspectiva bastante rica da moda mundial, transitando entre duas capitais com valores e ideários completamente distintos entre si, o que colabora com sua mente provocativa uma vez que suas coleções perturbaram e pisam nos calos da moda de ambas as cidades. (Nogueira, 2024, p.45.)

⁵ A escassez de registros visuais da coleção *Táxi Driver* (1993) deve-se à sua perda material logo após a apresentação. Segundo registros, *Alexander McQueen* armazenou as peças em sacos de lixo, que foram posteriormente descartados, resultando na completa inexistência física da coleção.

⁶ A palavra DNA não está sendo usada no sentido literal da palavra. Refere-se aos valores fundamentais, missão, visão e cultura da marca.

Figura 1 – Imagem da coleção *Highland Rape* de 1995



Fonte: Site *The Metropolitan Museum of Art* . Acesso em: 4 maio 2026.

No ano de 2001 a marca foi adquirida pelo Grupo Gucci e isso marcou a expansão Internacional, a criação das linhas masculina e jovem com maior consistência comercial, porém a marca ainda manteve características como a teatralidade e a dualidade. Com a morte de seu fundador em 2010 a direção criativa foi passada para Sarah Burton. Um momento marcante da marca foi a criação do vestido de casamento da princesa de Gales, Kate Middleton, em 2011, o que reforçou a capacidade da marca em dialogar com a tradição, simbolismo e excelência técnica.

Figura 2 - Linha do tempo da marca *Alexander Macqueen*



Fonte: Elaborado pelas autoras

Em 2023 com a chegada de Seàn McGirr como novo diretor criativo, inicia-se um novo capítulo na tentativa de atualizar o legado dramático e técnico, a marca passa pelo contemporâneo

reafirmando a posição no mercado global de luxo. Sempre mantendo o equilíbrio entre a tradição britânica e a inovação estética, bem como a pesquisa de novos materiais e narrativas.

2.2 *BRANDING* E CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DE MARCA

Segundo Kotler e Keller (2012) o *branding* pode ser compreendido como um processo estratégico voltado à criação, gestão e fortalecimento das marcas. Ele não se limita ao design ou aos elementos visuais, mas abrange um conjunto de ações planejadas que visam construir significado, valor e reconhecimento, o *branding* consiste em beneficiar produtos e serviços das marcas, isto é, criar características com o intuito de diferenciá-las no mercado. Da mesma forma, Aaker (2007), explica que o *branding* envolve a administração contínua de elementos que constroem a identidade e o posicionamento de uma marca, buscando criar relações duradouras com o consumidor e gerar valor.

Nesse sentido, o *branding* serve principalmente para estruturar e comunicar a essência da marca, garantindo diferenciação competitiva. Orienta o posicionamento da empresa, fortalece sua reputação e contribui diretamente para a construção do valor. Por isso, o *branding* é considerado uma ferramenta essencial não apenas para marketing, mas também para manter e definir culturas organizacionais. O funcionamento do *branding* ocorre a partir de etapas interligadas, sendo elas: diagnóstico, definição da essência da marca, posicionamento, criação de identidade e gestão da experiência do consumidor. Conforme Wheeler (2019), esse processo deve ser entendido como cíclico, pois a marca é permanentemente moldada pelas interações com seu público. Assim, o *branding* auxilia diretamente na transmissão da imagem desejada ao público.

A importância do *branding* se destaca justamente por sua capacidade de gerar valor econômico e simbólico. Marcas fortes conseguem criar conexões emocionais, inspirar confiança e fidelizar consumidores, como afirma Gobé (2010), entre as principais ferramentas utilizadas no desenvolvimento de *branding* estão os manuais de identidade visual, os padrões de marca, mapas de posicionamento e *storytelling*⁷. Todas essas ferramentas auxiliam na consolidação da identidade.

A identidade de marca, por sua vez, corresponde ao conjunto de elementos que expressam quem a organização é e o que representa. Kapferer (2012), afirma que essa identidade envolve características físicas e visuais, valores culturais, personalidades, formas de relacionamento e a imagem que o consumidor projeta ao utilizar a marca. Já Aaker (2007), diferencia a identidade essencial, que traduz o propósito e os valores centrais, da identidade ampliada, elementos complementares que enriquecem a expressão da marca.

Essa identidade é exibida por meio de todos os meios de contato com o público como o logotipo, paleta de cores, a forma de comunicação e o design dos produtos. Wheeler (2019), destaca que cada interação com o consumidor tem potencial para reforçar ou enfraquecer a mensagem da marca.

Portanto, o *branding* e a construção da identidade de marca tornam-se processos fundamentais para que qualquer empresa que deseja criar valor, fortalecer a reputação e estabelecer relações significativas com o público seja capaz de comunicar sua essência e diferenciar-se no mercado, construindo uma relação de fidelidade com seus consumidores.

2.3 DESENVOLVIMENTO DE NARRATIVAS ESTÉTICAS POR MEIO DA FOTOGRAFIA DE MODA

A fotografia de moda, desde sua consolidação como linguagem visual no início do século XX, vai além da função apenas ilustrativa de produtos, sendo assim, uma forma simbólica de

⁷ Storytelling: Estratégia que visa comunicar mensagens por meio de histórias, através da construção de um enredo, narrativa e recursos visuais.

construção de narrativas estéticas. Segundo Barthes (1984), a mesma atua como um instrumento que liga elementos visuais como luz, cor, composição, estilismo, corpo, cenário e pós-produção para produzir significados que dialogam com imaginários sociais, identidades e desejos.

A narrativa na fotografia de moda não depende apenas da sequência de imagens, mas da capacidade de representar atmosferas, personagens e enredos. Para Sontag (2004), cada fotografia carrega uma capacidade interpretativa, assim, convida o espectador a complementar a história. Nesse sentido, a fotografia de moda utiliza estratégias narrativas específicas como criação de personagens estilizados, a construção de mundos visuais e a representação de emoções por meio de códigos culturais e estéticos.

Segundo Barthes (2005), a moda constitui um sistema semiótico complexo, no qual as escolhas de vestuário e estilização funcionam como signos culturais. Quando integrados à fotografia, esses signos ganham camadas que reforçam a narrativa desejada. Assim, a indumentária não é apenas elemento visual, mas um condutor narrativo. A narrativa estética na fotografia é utilizada por estilistas, diretores de arte e fotógrafos a fim de contar histórias, comunicar valores de marca ou demonstrar discursos.

De acordo com Evans (2013), o caráter estético da fotografia de moda não é neutro. Ele é composto por discursos sobre beleza, gênero, consumo, comportamento e cultura visual. As produções contemporâneas demonstram o uso da estética como crítica, ironia ou afirmação política. Assim, a narrativa estética é também narrativa discursiva, capaz de apresentar padrões culturais e oferecer novas representações de corpos e identidades.

Do ponto de vista técnico-criativo, o desenvolvimento de narrativas estéticas exige domínio da linguagem fotográfica e sua integração com elementos expressivos da moda. Autores como Freeman (2012), destacam que iluminação, composição e direção de modelos são decisivos para a coerência narrativa de um editorial ou campanha. Além disso, a pós-produção e as escolhas de cor e textura são recursos que amplificam a intencionalidade narrativa.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo concentra-se na investigação das produções da marca Alexander McQueen, com foco no período de transição de direção criativa da mesma. Nesse sentido, este artigo caracterizou-se como estudo de caso, conforme classificação proposta por Yin (2001), por permitir uma análise profunda de um objeto específico dentro desse contexto real. A abordagem adotada neste artigo tem caráter qualitativo, exploratório descritivo, pois visa compreender e interpretar elementos visuais, simbólicos e estéticos presentes nas coleções analisadas. Conforme Gil (2021), a pesquisa qualitativa é essencialmente interpretativa e permite compreender fenômenos dentro de seus contextos naturais.

Para fundamentar o artigo adotou-se uma análise teórica que incluiu pesquisa bibliográfica e documental, pois além de envolver levantamento de livros e artigos científicos também abrangeu materiais visuais publicados e divulgados por veículos especializados relacionados a marca *Alexander McQueen*.

Como procedimento metodológico para análise dos resultados, utilizou-se uma releitura da proposta analítica apresentada por Marques e Almeida (2018), que propõe a investigação de três pilares. Sendo eles: Análise do Contexto, Classificação e Apropriação. A partir da divisão apresentada, o estudo estrutura-se em três etapas onde a primeira delas enquadra-se a temática da coleção e os fundamentos dos *designers*, com as tendências apresentadas e o conceito. Em seguida, para a classificação, serão abordadas as características das peças como silhueta, textura e paleta de cores. Por fim, serão mapeadas as propriedades de ambos estilistas a fim de identificar se os elementos visuais e narrativos da marca são mantidos ou ressignificados durante o período de redirecionamento criativo da grife, sendo estes apresentados e estruturados em quadro teórico

comparativo.

A análise dos resultados foi desenvolvida por meio da seleção de imagens fotográficas de moda de cada coleção estudada, sendo duas imagens da coleção *Plato's Atlantis: Spring-Summer 2010*, a última coleção desenvolvida por Alexander McQueen e outras duas imagens da coleção *Alexander McQueen Ready-To-Wear Spring/Summer 2011* primeira coleção assinada individualmente por Sarah Burton. A escolha dessas coleções se justifica por representarem um momento de transição significativa na identidade da marca. Dado a delimitação de pesquisa e tempo para análise foram selecionados 2 *looks* dos respectivos estilistas, considerando formas, silhuetas e cores em comum, a fim de possibilitar comparação entre os dois *designers* e a visualização dos elementos utilizados pelos mesmos. O corpus das imagens utilizadas foram coletados em sites especializados em moda, reconhecidos por sua relevância na documentação de desfiles e editoriais de moda.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Segundo Lakatos (2003), o método de comparação permite identificar semelhanças e explicar divergências, assim, torna-se possível analisar informações e distinguir elementos de fenômenos. Assim, para facilitar a análise e entendimento das imagens selecionadas nesta pesquisa, foi elaborado um quadro teórico comparativo com os principais aspectos a serem observados em cada imagem. Esse instrumento reúne características importantes para a compreensão visual, estética e conceitual das peças estudadas.

A organização dessas informações permitiu um diagnóstico mais claro e estruturado, facilitando a identificação de elementos em comum, diferenças e significados presentes nas imagens. Além disso, o uso do quadro contribuiu para tornar a análise mais objetiva e organizada, fornecendo maior suporte para a discussão dos resultados apresentados.

4.1 LOOK 18 COLEÇÃO PLATO'S ATLANTIS SPRING- SUMMER 2010

Figura 3 - Look 18 Coleção *Plato's Atlantis*



Fonte: Site Vogue Runway. Acesso em: 4 de maio. 2026

Segundo Barnard (2003) a moda é uma forma de comunicação a qual não dispõe uso de fala para ser transmitida, isto é, não-verbal. "O discurso da moda alimenta-se de efeitos espetaculares e se faz notar de maneira contundente" (Lipovetsky 1989 p.189). O desfile utiliza-se de tais efeitos, assim, compreende-se as passarelas como um meio de impacto. Esta comunicação leva em conta a narrativa a ser construída e transmitida, logo, sob a perspectiva de McQueen, as roupas, sobretudo, na coleção *Platos Atlantis* e no look analisado, passam a adotar uma linguagem conceitual.

A partir da imagem disposta do Look 18 (conforme a ordem do desfile), nota-se a silhueta orgânica e estruturada que enfatiza o corpo da modelo, demarca a cintura e o quadril, no formato ampulheta ao mesmo tempo em que a estrutura dos ombros e o caimento das mangas sugere a modificação visual do corpo. Dado o objetivo da coleção como uma crítica ao colapso ecológico, o *Designer* buscou o uso de formas e texturas as quais aproximasse a composição num todo com a narrativa híbrida, construída para mostrar os contrapontos.

A textura do vestido juntamente ao brilho assemelha-se a escamas, tal característica também é possível ser percebida na beleza da modelo, o rosto com aspecto pálido, as sobrancelhas descoloridas e o cabelo em um formato similar a de uma crista. Esta mesma característica é o que marca o registro de McQueen, fugindo da representação perfeita e delicada da mulher "perfeita" que até então dominava as passarelas de alta moda.

Portanto, o conjunto total evidencia a identidade de Alexander, por meio da inovação e da provocação, alinhando-se à estética disruptiva e reforçando seu posicionamento de vanguarda.

4.2 LOOK 18 COLEÇÃO *READY-TO-WEAR SPRING/SUMMER*

Figura 4 - Look 18. Coleção *Ready-To-Wear Spring/Summer*



Fonte: Site The New York Times. Acesso em: 23 de maio de 2026.

Ainda segundo Lipovetsky (2009) a moda passa por fases de transformações, bem como, acompanhar a evolução humana e se adaptar a ela, por meio da busca iminente por novidades. Seguindo esta ideia, é possível observar certa semelhança entre as estruturas de Alexander e Burton, A coleção de estréia de Sarah trouxe uma perspectiva voltada para a natureza, assim como explorado por McQueen anteriormente. No Look 18 (conforme a ordem do desfile) apresentado na Figura 3 é possível identificar formas orgânicas e a presença de artesanato.

Visualmente a peça possui volume nos ombros, o formato de ampulheta destaca-se em um estilo de alfaiataria mais estruturado e o cinto demarca a cintura da modelo. O colarinho, elemento de maior impacto na roupa, assemelha-se a fibras naturais e faz referência à ligação da narrativa com o conceito da coleção e promove a valorização de produtos feitos a mão. Já a paleta de cores, possui tons de dourado, verde e bege, formando uma mistura de terrosos que reforça ainda mais o uso de elementos naturais. A beleza da modelo ressalta a naturalidade, com pouco uso de cores e o adereço utilizado no cabelo complementa o adorno do pescoço. Os sapatos seguem a mesma paleta. Assim, a dramaticidade ainda se faz presente mas ressignificada reiterando o pensamento de Lipovetsky (2009) de que a moda se renova e transforma.

4.3 QUADRO TEÓRICO DE ANÁLISE IMAGÉTICA FIGURA 3 E 4

ETAPA ANALÍTICA	CATEGORIA	ELEMENTOS DE ANÁLISE	DESCRIÇÃO/OBSERVAÇÕES ALEXANDER MCQUEEN	DESCRIÇÃO/OBSERVAÇÕES SARAH BURTON
1. Análise do Contexto	Identificação	Coleção	Plato's Atlantis	Spring Summer
		Designer/Marca	Alexander McQueen	Sarah Burton
		Ano/Temporada	Primavera Verão 2010	Primavera Verão 2011

		Número do look no desfile	18 (Conforme Ordem de Desfile)	18 (Conforme Ordem de Desfile)
	Contextualização	Tema da coleção	Atlântida de Platão	Natureza, paganismo e folclore inglês.
		Conceito principal	Processo evolutivo humano.	União do corpo feminino com a natureza.
		Narrativa visual	Com o derretimento das calotas polares e o avanço do aquecimento global, a narrativa gira em torno da transformação humana para a sobrevivência devido à inundação do Planeta	A narrativa busca mostrar e evidenciar a conexão da mulher com a natureza e seus ciclos, bem como, a espiritualidade pagã.
		Referências culturais/artísticas	Darwinismo, Atlântida de Platão e Biologia Marinha	Tradições rurais inglesas, folclore inglês, estética pagã, artesanato manual.
		Contexto histórico-social	Aquecimento Global.	Marcado pela perda de McQueen, o contexto se dá pela continuidade de um legado em um tempo de renascimento, renovação e cura.
		Tendências de moda identificadas	Maximalismo, futurista e texturização da peça.	Tons terrosos, artigos feitos à mão (<i>Handmade</i>), artesanato e silhueta mais demarcada.
		Fundamentação estética do <i>designer</i>	Dualidade entre o belo e a não convencionalidade.	Contrapõe McQueen fazendo o uso de elementos mais românticos, no entanto mantendo a mesma estrutura de alfaiataria de Alexander.
		Intenção comunicacional	Chocar, causar sentimento de provocação e gerar debates sobre ecologia	Representa a ligação direta da mulher com a natureza.
2. Classificação	Estrutura formal	Silhueta	Ampulheta com leves alterações estruturais com ombros largos e cintura fina.	Ampulheta com cintura marcada, possui uma estrutura que alarga os ombros, dando destaque à parte superior.
		Modelagem	Parte superior justa ao corpo, saias levemente abauladas e mangas estruturadas $\frac{3}{4}$ semelhante ao efeito bufante.	Alfaiataria estruturada de manga $\frac{3}{4}$, ombros largos e caídos, gola com material diversificado e saia em modelagem lápis.
		Volume	Uso moderado de volume, mais presente na parte superior da peça, negativo na cintura e presente na parte de baixo de forma sutil	Uso marcante de volume na estrutura da parte superior tanto na modelagem quanto no material do adereço.
		Proporção	Proporções distorcidas e parte anterior alongada devido ao tamanho dos saltos utilizados pela modelo.	Proporção bem distribuída com a maior parte de elementos e volume presentes na parte do blazer e a saia com ausência de componentes em evidência.
		Comprimento da peça	Curto	Curto
	Materialidade	Tecidos/ Materiais	Pedrarias, entretela, fios metalizados	Fios metalizados, tecido com estrutura de jacquard texturizado com relevo.
		Texturas	Relevo para dar o aspecto de escamas e formatos geométricos	A textura principal se encontra no colarinho, contrastando com o restante da peça.
		Transparências	Não há	Não há
		Sobreposições	Presente nas mangas de forma estrutural.	Presente na estrutura das mangas e no colarinho.
		Aplicações e ornamentos	Se trata de uma peça estruturalmente básica, assim as mangas e a própria textura atuam como ornamentos	Seu ornamento principal se dá pela aplicação das franjas na gola do vestido, também conta com os sapatos e o cinto para complementar a roupa como um todo
	Composição visual	Paleta de cores	Dourado /Cobre	Tons terrosos.

		Contrastes cromáticos	Baixo contraste, o vestido é monocromático porém com a presença de um brilho que ressalta a cor dourada	Possui baixo contraste, pois apesar de possuir bastante cores visualmente, as mesmas atuam como complementos uma das outras
		Estampas	Geométrica	Não possui estampas, porém possui desenhos estruturados diretamente no tecido.
		Elementos de destaque	Estrutura dos ombros	Estrutura dos ombros, o tecido e as franjas na gola.
3. Apropriação	Leitura simbólica	Significados simbólicos	A dualidade entre o humano e o animal	Conexão com a natureza, resgate do artesanato e cultura, simbolicamente a coleção representa energia e as cores presentes também passam esse significado
		Sensações transmitidas	Estranhamento e provocação.	Sensação de poder, realeza e de força
		Relação da peça com o corpo	Relação direta, onde a peça tem o objetivo de modificar a estrutura humana para se assemelhar a de um ser aquático ou réptil.	Possui uma relação objetiva, a peça busca ampliar pontos da modelo como por exemplo os ombros ao mesmo tempo em que destaca a parte da cintura, reforçando o formato ampolheta criando contraste e sensação de equilíbrio.
		Construção de identidade	Identidade marcante, distanciando a peça do convencional como um todo.	Identidade marcante, segue as mesmas características de base da peça de McQueen, porém sem dramaticidade e com um pouco mais de leveza.
		Relação entre forma e conceito	Relação direta para reforçar a narrativa do desfile e coleção.	As formas presentes na peça analisada atuam como protagonistas, visto que, o conceito busca a conexão e força da natureza, as estruturas e formas ajudam a ressaltar esta figura de força na modelo,

Fonte: Elaborado pelas autoras

4.4 LOOK 2 COLEÇÃO *PLATO'S ATLANTIS*

Figura 5 - Look 2 . Coleção *Plato's Atlantis*



Fonte: Site *Vogue Runway*. Acesso em: 4 de maio 2026.

Para Callan (2007), a moda constitui um reflexo das pessoas e do momento histórico em que vivem, sendo as roupas elementos capazes de comunicar prioridades, aspirações e posicionamentos sociais e culturais, é isso que percebemos na análise do look 2 (conforme ordem do desfile) que revela uma narrativa de evolução híbrida entre o humano, o animal e a tecnologia. Com uma visão apocalíptica e futurista, o conceito da obra faz referência a transformação biológica e a adaptação do corpo a um cenário apocalíptico, deixando clara a reflexão sobre as mudanças ambientais e a identidade contemporânea.

A silhueta é estruturada, caracterizada pelo contraste entre o tronco justo e um volume lateral no quadril. No que se refere aos materiais, o destaque fica pela utilização de tecidos tecnológicos com estampas digitais com alto contraste. A textura simula escamas de peixes e peles reptilianas. A paleta de cores inclui tons terrosos, dourado, preto, amarelo e o azul. Outros aspectos importantes, foram a utilização dos sapatos Armadillo⁸ e de cabelo escultural que transmitem as sensações de estranhamento, futurismo e artificialidade. O *designer* questiona os limites entre a natureza e o corpo modificado.

4.5 LOOK 21 COLEÇÃO *READY-TO-WEAR SPRING/SUMMER*

⁸ O sapato Armadillo (também conhecido como salto Armadillo ou bota Armadillo) é um sapato plataforma de alta costura criado pelo estilista britânico Alexander McQueen. Os sapatos receberam esse nome devido ao seu formato convexo incomum, que lembra um tatu. Cada par tem aproximadamente 30 centímetros de altura, com um salto agulha de 23 centímetros.

Figura 6 - Look 21 . Coleção *Ready-To-Wear Spring/Summer*



Fonte: Site *The New York Times*. Acesso em: 23 de maio de 2026.

A análise do look 21 (conforme ordem do desfile), revela que a roupa não é apenas bonita por acaso, cada escolha técnica (o conceito, a forma e os materiais), da criação, contribui para explicar a ideia da *designer*. O modelo apresenta uma silhueta ampolheta estruturada, de comprimento curto, cujo volume se concentra estrategicamente no quadril e na barra, por meio de uma modelagem ajustada no busto, estabelecendo um grande contraste proporcional. No que se refere ao material utilizado, se destaca a sobreposição e aplicação tridimensional de ornamentos artesanais dourados que imitam texturas e fibras vegetais.

Essas aplicações dão à peça um aspecto tátil, orgânico e dispensa a necessidade de estamparia tradicional. O vestido transforma o corpo em suporte, ampliando formas naturais e criando uma imagem que mistura o ser humano e a natureza. O dourado como cor predominante remete a algo precioso e sagrado. As formas orgânicas evocam crescimento natural, transformação e renovação.

Conforme Godart (2010), os produtos de moda não possuem apenas uma função utilitária, mas também carregam valores simbólicos capazes de comunicar identidades, comportamentos e referências culturais. O look transmite sensações de poder, sofisticação, curiosidade e encantamento. Assim como a mistura entre o folclore inglês e o artesanato na alta-costura. A peça constrói uma identidade feminina forte, mística e performática, típica da linguagem visual associada ao universo McQueen, apesar de mostrar uma suavização e romantização deste legado.

4.6 QUADRO TEÓRICO DE ANÁLISE IMAGÉTICA FIGURA 5 E 6

ETAPA ANALÍTICA	CATEGORIA	ELEMENTOS DE ANÁLISE	DESCRIÇÃO/OBSERVAÇÕES ALEXANDER MCQUEEN	DESCRIÇÃO/OBSERVAÇÕES SARAH BURTON
1. Análise do Contexto	Identificação	Coleção	Coleção <i>Plato's Atlantis</i>	<i>Spring/Summer 2011 Ready-to-Wear</i>
		Designer/Marca	Alexander McQueen	Sarah Burton para Alexander McQueen
		Ano/Temporada	Primavera/Verão 2010	Primavera/Verão 2011
		Número do look no desfile	2	21
	Contextualização	Tema da coleção	Evolução híbrida entre humano, animal e tecnologia; visão apocalíptica e futurista	Natureza, paganismo, fertilidade, artesanato inglês e renovação orgânica
		Conceito principal	Transformação biológica e adaptação do corpo humano a um mundo pós-climático.	Integração entre corpo feminino e elementos naturais, transformando a mulher em uma figura quase mitológica ou vegetal.
		Narrativa visual	O corpo feminino aparece metamorfoseado em criatura marinha/reptiliana, reforçando a ideia de mutação.	A narrativa apresenta uma mulher ligada à terra e aos ciclos naturais, evocando espiritualidade pagã, delicadeza e força orgânica.
		Referências culturais/artísticas	Biologia marinha, répteis, ficção científica, estética digital e imaginário pós-humano.	Referências ao folclore inglês, à estética pagã, ao artesanato manual e à natureza. Os elementos do vestido remetem a espigas, folhas secas e estruturas vegetais.
		Contexto histórico-social	Reflexão sobre mudanças climáticas, tecnologia e transformação da identidade contemporânea.	A coleção simbolizou continuidade da maison sob Sarah Burton, equilibrando legado e suavização estética
		Tendências de moda identificadas	Exploração de novas formas e volumes, moda digital, estampas orgânicas.	Silhuetas estruturadas, experimentalismo têxtil, referências naturais, ornamentação artesanal e valorização do trabalho manual de alta-costura.
		Fundamentação estética do <i>designer</i>	Estética teatral, híbrida e provocativa.	Introduz uma sensibilidade mais delicada, romântica e orgânica.
		Intenção comunicacional	Questionar os limites entre natureza, corpo e tecnologia através da moda.	Comunicar transformação, renascimento e conexão espiritual com a natureza por meio de uma estética artesanal e teatral.
2. Classificação	Estrutura formal	Silhueta	Estruturada com volume ampliado na região do quadril.	Ampulheta com cintura marcada e volume expandido na região do quadril e da saia curta.
		Modelagem	Justa no tronco e expandida na saia.	Estruturada e escultórica, ajustada ao busto, com aplicações tridimensionais que ampliam visualmente determinadas áreas do corpo.
		Volume	Volume lateral pronunciado, criando efeito orgânico.	Concentrado no quadril e na barra, criando aspecto quase orgânico ou floral.
		Proporção	Contraste entre cintura ajustada e base volumosa.	Contraste entre busto ajustado e saia volumosa; equilíbrio entre estrutura rígida e fluidez visual dos ornamentos.
		Comprimento da peça	Curto.	Curto, acima dos joelhos.
	Materialidade	Tecidos/ Materiais	Tecido tecnológico com impressão digital.	Base têxtil estruturada com aplicações artesanais inspiradas em fibras vegetais.
		Texturas	Superfícies que simulam pele reptiliana e escamas.	Textura extremamente tridimensional, tátil e volumosa.

		Transparências	Pouca ou nenhuma transparência evidente.	Não há
		Sobreposições	Construção visual baseada principalmente na estampa contínua.	Sobreposição intensa de elementos aplicados manualmente em camadas.
		Aplicações e ornamentos	Destaque para a manipulação estrutural da peça e para os sapatos "Armadillo".	Ornamentação dourado aplicado em torno de toda a peça e em pontos focais, incluindo vestido e calçados.
	Composição visual	Paleta de cores	Tons terrosos, dourado, preto, amarelo e nuances azuladas.	Dourado monocromático com acabamento metálico fosco.
		Contrastes cromáticos	Alto contraste entre áreas claras e escuras.	Baixo contraste, obtido principalmente pela textura e iluminação.
		Estampas	Estampa digital inspirada em serpentes, insetos e organismos marinhos.	Ausência de estampas tradicionais; o impacto visual surge das aplicações tridimensionais.
		Elementos de destaque	Sapatos Armadillo, cabelo escultural e silhueta inspirada na natureza.	Aplicações orgânicas, acabamento artesanal.
3. Apropriação	Leitura simbólica	Significados simbólicos	Representação da mutação humana e da fusão entre corpo, natureza e tecnologia.	O dourado remete a algo precioso e sagrado. As formas orgânicas evocam crescimento natural, transformação e renovação.
		Sensações transmitidas	Estranhamento, futurismo, artificialidade e fascínio.	Sensação de poder, sofisticação, curiosidade e encantamento.
		Relação da peça com o corpo	O corpo é transformado visualmente em organismo híbrido.	O vestido transforma o corpo em suporte, ampliando formas naturais e criando uma imagem que mistura o ser humano e a natureza.
		Construção de identidade	Identidade pós-humana, distante de padrões convencionais de feminilidade.	A peça constrói uma identidade feminina forte, mística e performática, típica da linguagem visual associada ao universo McQueen.
		Relação entre forma e conceito	A forma e as estampas reforçam a narrativa evolutiva e híbrida da coleção.	A estrutura orgânica e artesanal reforça diretamente o conceito de natureza e renascimento.

Fonte: Elaborado pelas autoras

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A finalidade deste estudo de caso foi analisar a última coleção assinada em vida por Alexander McQueen, *Plato's Atlantis* (Spring/Summer 2010), e a coleção de estreia de sua sucessora, Sarah Burton (Spring/Summer 2011 Ready-to-Wear). Essa análise permitiu identificar as principais características de cada uma dessas coleções e assim compreender como a marca evoluiu neste período de transição de direção criativa.

Ao examinar as imagens e desenvolver os quadros comparativos constatou-se que Sarah Burton manteve os elementos que caracterizavam o trabalho de Lee Alexander McQueen, como a alfaiataria estruturada, as silhuetas marcantes, a teatralidade dos desfiles e o uso da moda como forma de comunicação simbólica, porém, ela suavizou a dramaticidade que McQueen dava para as suas criações e deu um toque de romantismo a marca.

Um ponto de distinção entre as coleções é que enquanto McQueen projeta uma visão futurista e pós-humana pautada na tecnologia de engenharia têxtil e estamparia digital de alto contraste (simulando peles reptilianas e escamas computadorizadas), Sarah Burton surge com o resgate das tradições rurais inglesas, do folclore e do artesanato manual. Burton eliminou a

estamparia tradicional e construiu o impacto visual por meio de texturas tridimensionais, sobreposições intensas de camadas, ela valorizou o trabalho feito a mão .

Neste contexto, a fotografia de moda mostrou-se um instrumento eficaz no desenvolvimento deste artigo, pois permitiu uma análise detalhada da atmosfera visual dos pilares da identidade da marca. Assim, pode-se concluir que o estudo permitiu responder o problema de pesquisa - Como a marca evidencia a continuidade ou mudança da narrativa de Alexander McQueen durante o período de redirecionamento criativo sob a perspectiva da moda?

Também é possível observar que o objetivo da pesquisa foi concluído com êxito, quando se propôs analisar a evolução/transição da marca *Alexander McQueen* com foco nas mudanças da identidade visual, nos valores e na comunicação da marca por meio de suas coleções. Identificou-se que acontece uma transformação na narrativa visual com a suavização da dramaticidade de McQueen através da incorporação de referências românticas feita por Sarah Burton.

Sob a perspectiva do *branding*, os resultados revelam um caso clássico de continuidade estratégica sem ruptura traumática. A marca Alexander McQueen conseguiu preservar sua “identidade essencial”, baseada no luxo, na excelência técnica da alfaiataria britânica, garantindo que o valor simbólico da marca não se dissolva com a perda de seu criador, e assim mantendo o “DNA” da marca.

Como limitações deste estudo, destaca-se o recorte temporal restrito às coleções de transição imediata (2010 e 2011) e o foco exclusivo na fotografia de passarela. Para investigações futuras, sugere-se a ampliação do corpus de análise para outras coleções desenvolvidas por Sarah Burton e pesquisas voltadas para campanhas publicitárias e editoriais de moda que possam contribuir para uma compreensão mais ampla da construção e evolução da identidade visual da marca estudada.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos, primeiramente, a Deus, por ser nossa força, sustento e guia em cada etapa desta caminhada, nos dando sabedoria para superar os momentos de cansaço e celebrar as vitórias. Aos nossos familiares, nosso agradecimento. Vocês foram a nossa base firme, o porto seguro, este trabalho também é fruto do amor, da paciência e do incentivo constante de cada um de vocês, que torceram por nós em cada passo. Nossa gratidão se estende ao Instituto Federal de Santa Catarina - Câmpus Jaraguá do Sul- Centro, que se tornou mais do que um espaço de aprendizado: foi um lugar de crescimento, descobertas e transformação. Ao longo da graduação, tivemos a oportunidade de desenvolver não apenas conhecimentos técnicos, mas também valores e experiências que levaremos para toda a vida. Agradecemos também a todos os professores do curso, que compartilharam seus conhecimentos, experiências e ensinamentos ao longo da graduação. Cada aprendizado contribuiu de forma significativa para nossa formação profissional e pessoal.

Um agradecimento especial à professora Silvana, que com imensa paciência e amor nos ensinou a arte de costurar. Seus ensinamentos transformaram tecidos em possibilidades e guiaram nossas mãos com extrema dedicação. À professora Elen, o nosso muito obrigada por ser uma fonte constante de incentivo, pelas palavras de encorajamento e por acreditar em nosso potencial mesmo nos momentos mais difíceis, nos momentos em que os obstáculos da graduação pareceram pesados, suas palavras e seu apoio não permitiram que nossa motivação caísse, nos impulsionando a seguir em frente. Com profundo respeito e carinho, agradecemos à nossa professora orientadora, Elisangela, pela dedicação, disponibilidade e generosidade ao longo do desenvolvimento deste trabalho. Sua orientação foi essencial para a construção desta pesquisa, sempre conduzida com competência, paciência e comprometimento. Além disso, agradecemos por

sua valiosa contribuição na confecção da peça apresentada no desfile, tornando essa experiência ainda mais significativa e enriquecedora. Obrigada por caminhar ao nosso lado e acreditar no nosso potencial.

REFERÊNCIAS

- AAKER, David A. **Construindo marcas fortes**. 1.ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. São Paulo: Editora SENAC, 2003
- BARTHES, Roland. **A câmara clara: nota sobre a fotografia**. Tradução de Júlio Castañon Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BARTHES, Roland. **Inéditos, v. 3: imagem e moda**. Tradução de Ivone C. Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BUNTING, Karlie. **The history of royal wedding dresses**. 2023. 57 f. Thesis (Honors Baccalaureate of Science in Apparel Design) – Oregon State University, Honors College, Corvallis, 2023
- CALLAN, Georgina O'Hara. **Enciclopédia da moda de 1840 à década de 90**. Tradução de Glória Maria de Mello Carvalho e Maria Ignez França. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- DEL-VECHIO, Roberta; BONA, Rafael José. **Corpo, performance e a fotografia publicitária de moda: a aura de luxo em marcas do mercado jovem e popular**. dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, n. 36, p. 183–203, 2022.
- DEVISATE, Giovana de Oliveira. **Alexander McQueen: quando a moda encontra a arte no caminho da performance**. 2024. 66 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de História da Arte, Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: https://pantheon.ufjr.br/handle/11422/24773?locale=pt_BR
- ESTEVES, Liliana dos Reis. **Desfiles de Moda: contributos dos mecanismos psicológicos para o conceito de evento memorável**. 2018. Dissertação (Mestrado) – Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2018. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/0b26bc01e60a9ba4705bd160d439f008/1?cbl=2026366&diss=y&pq-origsite=gscholar>. Acesso em: 25 maio 2026.
- FIGUEREDO, Henrique Grimaldi. *DIY practices in 1990s fashion: Notes from Alexander McQueen's early years (1992–1996)*. **DIY, Alternative Cultures & Society**, v. 2, n. 1, p. 60–74, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/27538702231221701>. Acesso em: 4 maio 2026.
- FREEMAN, Michael. **O olho do fotógrafo: composição e design para fotografias digitais incríveis**. Tradução de Gustavo Razzera. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GIL, Antonio C. **Como Fazer Pesquisa Qualitativa**. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. pág.15. ISBN 9786559770496. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770496/>. Acesso em: 08 dez. 2025.
- GOBÉ, Marc. **Brandjam: o design emocional na humanização das marcas**. Rio de Janeiro: Rocco, 2010.
- GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. Tradução de Lea P. Zylberlicht. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.
- GOMEZ, Luiz Salomão Ribas; OLHATS, Magali; PÓLO, Claudia. **Fashion branding: uma relação emocional com o consumidor**. ModaPalavra e-periódico, v. 8, 2011.

KAIZER, Débora Cristina Pivotto; ROSA, Simone Carvalho da; BARTH, Mauricio. **A fotografia nas campanhas publicitárias das marcas de moda no segmento de luxo.** *Pensar Acadêmico*, v. 22, n. 3, 2024. DOI: 10.21576/pensaracadmico.2024v22i3.4216. Disponível em: <https://pensaracademico.unifacig.edu.br/index.php/pensaracademico/article/view/4216>. Acesso em: 08 set 2025.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 107.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MARQUES, Janote Pires; ALMEIDA, Regina Célia Santos de. **Figurino e cinema: uma experiência didática na formação acadêmica do designer de moda**. *Projética*, Londrina, v. 9, n. 1, p. 39–52, 2018. DOI: 10.5433/2236-2207.2018v9n1p39. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/30554>.

NOGUEIRA, Bruna Costa. **A ironia romântica: o caso Alexander McQueen**. 2024. 225 f. Tese (Doutorado em Estudos de Linguagens) — Faculdade de Artes, Letras e Comunicação, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 30 set. 2024.

NOGUEIRA, Bruna Costa. VOSS – **UMA ANÁLISE SEMIÓTICA DO FASHION SHOW DE ALEXANDER MCQUEEN**. *Cine-Fórum UEMS*, [S. l.], v. 2, n. 2, 2021. Disponível em: <https://anaisonline.uems.br/index.php/cineforumuems/article/view/7594>.

OLIVEIRA, David. **A história da comunicação na moda**. *The Trends Hub*, Porto, v. 1, n. 4, 2024. DOI: 10.34630/tth.vi4.5698. Disponível em: <https://parc.ipp.pt/index.php/trendshub/article/view/5698>. Acesso em: 08 set 2025.

SONTANG, Susan. **Sobre fotografia. Tradução de Rubens Figueiredo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SOUZA, Valdete Vazzoler de; CUSTÓDIO, José De Arimathéia Cordeiro. **Fotografia: meio e linguagem dentro da moda. Discursos Fotográficos**, v. 1, n. 1, p. 231, 2005

The Metropolitan Museum of Art. *Alexander McQueen: Savage Beauty – Highland Rape*. Disponível em: <https://blog.metmuseum.org/alexandermcqueen/tag/highland-rape/>. Acesso em: 4 maio 2026.

THE NEW YORK TIMES. *Runway: Alexander McQueen Spring 2011*. New York, 2010. Disponível em: https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/packages/html/style/fashionweek/runway.html#spring_2011_mcqueen_alexander. Acesso em: 23 maio 2026.

VOGUE. *Alexander McQueen Spring 2010 Ready-to-Wear*. Vogue, 2009. Disponível em: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2010-ready-to-wear/alexander-mcqueen>. Acesso em: 4 maio 2026.

WOMEN'S WEAR DAILY (WWD). *Alexander McQueen RTW Spring 2010*. New York, 2009. Disponível em: <URL da página>. Acesso em: 4 maio 2026.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas.** Tradução de Francisco Araújo da Costa. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.