

Pioneiras da Moda de Autor em Portugal

Amaro, Margarida Anjos¹ (PhD Student Ciências da Comunicação. Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens /CECL, Universidade Nova de Lisboa)
margot@sapo.pt

Resumo

A afirmação da moda de autor em Portugal ocorrerá nos Anos 80 com o protagonismo de Ana Salazar e Manuela Gonçalves, que sensibilizadas para um vestir de vanguarda e modernidade contribuíram para a emergência de uma nova estética relativa ao corpo e à forma de o envolver. Até aí, a moda restringia-se ao trabalho das modistas que adquiriam licença de uso dos moldes e copiavam os modelos internacionais. Procederemos a uma análise analítico-descritiva da genealogia das obras das pioneiras da moda de autor.

Palavras-chave: Vestir, Modistas, Moda de autor.

Abstract

The affirmation of author's fashion in Portugal will take place during de years 80th with the leadership of Ana Salazar and Manuela Gonçalves, sensitized to wear the vanguard and modernity way of dress, contributed to the emergence of a new aesthetic concerning the body and the form of involve them. Until then, the fashion was limited to the work of dressmakers that acquired license to use the molds and copied international models. We will proceed to an analytical-descriptive analysis of the genealogy of the works of these pioneers of fashion author's.

Keywords: Dress. Dressmakers. Fashion Author's

Introdução

Desde inícios do século XIX, a Moda e as modas em Portugal são ditadas por modistas de roupa e chapéus, que originárias de Paris se vão progressivamente instalando em Lisboa dado o sucesso que encontram junto

¹ Margarida Anjos Amaro é Mestre em Ciências da Comunicação. Doutoranda na Universidade Nova de Lisboa, Investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens/CECL, colaboradora do Grupo de Investigación de Estudios de Semiótica de la Cultura/GESC, Madrid.
margot@sapo.pt

de uma pequena clientela urbana e elegante, que as solicita com o intuito de acompanhar a par e passo a moda europeia, para depois passear e ostentar, mas também para criticar o primor no vestir e no porte, na “ladeira vaidosa”, de acordo com a expressão de Ramalho Ortigão ao referir-se à principal artéria do Chiado lisboeta.

E se o Chiado é um dos locais de eleição para exibir os trajes, é aí também que estrategicamente se encontram os ateliês das referidas “modistas estrangeiras” como é o caso da belga Marie Levaillant, Madame Lombré ou Aline Neuville, e não muito distante Maria Ana Burnay, com ateliê na Rua do Alecrim e Madame Duprant na Rua da Prata. Por seu lado, os homens ditos “janotas” usam coletes de veludo preto e calças de caxemira em tom sóbrio, executados em alfaiates especializados.

Assim, o Chiado torna-se, já desde o século XIX, num local de culto onde seletivamente o “glamour” se exhibe entre aristocratas, dândis e excêntricos da cidade.

Mais tarde, em 1905, em plena Baixa lisboeta, na esquina do Rossio com a Rua Augusta, irá surgir a Loja das Meias que começa por vender somente meias e espartilhos. A história da Loja das Meias confundir-se-á inevitavelmente com a história da cidade de Lisboa quando todos os grandes acontecimentos, desde as visitas dos Chefes de Estado às manifestações políticas e sociais passam à sua porta, para além de que a Loja das Meias sempre fez questão de acompanhar a evolução dos tempos com remodelações e inovações absolutamente singulares em Portugal.

Porém, até aos anos 60 a moda portuguesa confina-se praticamente ao trabalho de costureiras que copiam os moldes dos modelos das revistas importadas ou ao trabalho mais especializado de modistas que adquirem licença de uso dos moldes do criador parisiense. As grandes modistas da época em Portugal, Candidinha, com ateliê no Porto, e Ana Maravilhas em Lisboa, “assinam” a moda portuguesa da época: são elas que têm em exclusivo o molde do criador, o tecido e os acessórios escolhidos em Paris. Todavia, outros nomes foram surgindo entre a elite e a burguesia portuguesas, e em 1964 estima-se a existência de mais de seis mil alfaiates e um igualmente razoável número de modistas coadjuvadas por um ainda maior número de costureiras. Assim, os homens vestem-se no alfaiate e as senhoras na modista,

até que o pronto-a-vestir começa a emergir e torna-se progressivamente mais comum e mais barato. Incapazes de competir com a prontidão e os preços das lojas, os serviços das modistas e dos alfaiates tornam-se um luxo reservado a alguns.



Ateliê de Modistas em Portugal. Início século XX. Arquivo pessoal.

Em paralelo, e refletindo o espírito de importação do modelo francês, abre em pleno Chiado “Paris em Lisboa” com as novidades da última moda parisiense.

No início dos anos 60 é a Loja das Meias que assume protagonismo ao introduzir em Portugal as calças jeans da marca Levi’s, pronto-a-vestir importado da Itália, França e Inglaterra com marcas como Daniel Hechter, Christian Dior, Ted Lapidus, Mary Quant ou os sapatos Christian Dior, o que constitui a maior novidade para a época e cativa uma nova clientela com grande poder de compra, que então emerge, os jovens.

Concomitantemente, em Dezembro de 1965 abre em Lisboa e no Porto uma loja especializada em vestuário jovem, “Os Porfírios”, com roupa confeccionada em Portugal mas copiada de Carnaby St de Londres e de outras referências da moda da década de 60, ou seja, importam-se as tendências mas o fabrico é nacional. Assim, “Os Porfírios” propõem aos jovens portugueses roupa absolutamente diferente e irreverente: os famosos jeans à “boca-de-sino”, as camisas coloridas e às flores, os blusões estampados, as

incontornáveis mini-saias, e uma variedade extraordinária de acessórios e artefactos, como anéis, pulseiras e colares ou lenços, cintos e carteiras. “Os Porfírios” são uma referência para toda uma geração e um marco relevante na criação da moda jovem, até então inexistente, como o refere Manuel Alves: «a única ligação com o mundo, num Portugal pautado por uma mentalidade um bocado tacanha e provinciana, a loja remava contra a maré e o obscurantismo do país»¹.

A versatilidade da moda irá também provocar um efetivo confronto com os modelos de conduta vigente denotando uma rejeição ao rígido espartilho de costumes imposto pelo regime ditatorial em que Portugal mergulhara. Estas mudanças, especialmente relevantes no começo da década de sessenta contribuirão para o desencadear de uma nítida rutura, expressa na crise da ditadura que se configura incontestável na década seguinte: é na rua que são visíveis vos primeiros sinais de mudança, quando invadida por mini saias, calções, vestidos e camisas de estampados floridos e de cores vivas, por botas de cano alto, homens de cabelo comprido e barbudos e rostos femininos carregados por uma maquilhagem de cores vibrantes e psicadélicas:

«A juventude, a naturalidade, o infinito espacial, Mary Quant atravessou o mundo de então e chegou a nós. A Ayer e a Loja das Meias também traziam a Lisboa os modelos clássicos das grandes marcas internacionais em Prêt-à-porter, os têxteis nacionais usavam-se nas etiquetas Sidney e Almagre, as revistas estrangeiras de moda ditavam as tendências de cada estação. Mas todas estas opções foram surpreendidas por novas boutiques e lojas onde se podiam comprar vestidos indianos, túnicas bordadas, calças boca de sino, remates com pespontos e aplicações, em tecidos naturais e cores invulgares. Ana Salazar explodia com A Maçã, e as lojas Tara, Migacho, 007, Delfieu, A Outra Face da Lua, Porfírios rapidamente substituíram as roupas feitas em casa ou nas modistas de sempre, para a juventude das classes médias da cidade. Sem retorno, nada permaneceu como até então tinha sido. A mudança tinha de acontecer e aconteceu, nas vésperas do 25 de Abril. E 40 anos depois, repensar o Portugal desse século XX é um bom exercício de memória, no tempo presente.»ⁱⁱ

Então, Manuela Gonçalves será a primeira portuguesa bolsreira da Saint Martin's Fashion School de Londres, onde estuda entre 1972 /74. Helena Redondo e Ventura Abel são os companheiros da aventura londrina, a que se junta Ana Salazar que aí busca as influências que pautarão o seu trabalho futuro e procede a uma minuciosa seleção de roupas para “A Maçã”. Está assim lançada a ponte entre a “Swinging London” e a Lisboa pré-revolucionária. Ana Salazar e Manuela Gonçalves serão as pioneiras da moda

de autor em Portugal, justamente alicerçada na implementação desse eixo essencial Lisboa /Londres.

Todavia, a afirmação da moda de autor em Portugal só ocorrerá nos Anos 80 quando uma vivência mundana e uma ambiência urbana favorável confere protagonismo aos seus pioneiros e novos talentos adquirem visibilidade, estimulados pela cumplicidade de alguns intelectuais que através das suas crónicas (in)formam o público para uma outra maneira de vestir, de vanguarda e de modernidade em que emerge uma nova estética relativa ao corpo e à forma de o envolver.

É com Ana Salazar na primeira linha, e lado a lado com Manuela Gonçalves Manuel Alves e José Manuel Gonçalves, Mário Matos Ribeiro e Eduarda Abbondanza, José António Tenente, Helena Redondo, António Augustus, Karen Ritter, Helena Kendall, José Carlos, Zignio e Paulo Matos, que a moda conquista terreno, cativando um público sensibilizado e adquirindo relevância em Portugal.ⁱⁱⁱ: «Foi a altura da Biba, do punk e do aparecimento de um estilo urbano muito próprio. Tirando os grandes clássicos, sobretudo os franceses, ainda não se falava muito de moda de autor»^{iv}, contextualiza Manuela Gonçalves.

Ana Salazar: “A Maçã”

Considerada a pioneira da moda em Portugal, a identidade de Ana Salazar como criadora cultural é consagrada quando a partir de 1981 dá início à apresentação das suas coleções com o nome Ana Salazar, e Portugal país deslocado do mapa da moda, revela-se uma surpresa sob os auspícios e de Ana Salazar: “A Maçã”. Em 1972 num País conservador e moralista Ana Salazar ousa desafiar o *establishment* que também se reflete na maneira de vestir e parte para Londres - então considerada a capital da vanguarda em termos de cultura e de moda com Vivienne Westwood a liderar esse movimento inconformista e rebelde - à procura da moda porque «Do que cá havia não gostava. Achava que era preciso mudar. Dizia porque é que não há de haver coisas giras, de vanguarda, em vez de coisas clássicas, sempre as mesmas?»^v

Em 1975, em pleno período revolucionário, Ana Salazar torna-se na maior importadora de moda em Portugal, já então com lojas, fábrica, “showroom” e armazém em Lisboa: começa com uma pequena e original casa de portas abertas na Avenida da Igreja, e logo se muda para a Avenida de Roma, e em finais de 1970, numa época em que o Chiado apenas promete voltar a ser a zona da moda, abre a loja na Rua do Carmo, que se tornará a casa-mãe.

Ávida de curiosidade pelo que lá fora ia acontecendo, e partindo à descoberta de coisas novas, Ana Salazar busca as tendências e as influências nas ruas de Londres e aí descobre as roupas originais que compra para vender na audaciosa “Maçã”. Nas suas deslocações a Londres Ana Salazar adquire experiência no estilismo, ao fazer a seleção de tecidos e participar na construção das peças de vestuário junto dos fornecedores em Inglaterra.

Mais tarde, e paralelamente à coordenação das peças de roupa que seleciona em Londres para “A Maçã” - repleta de coisas novas, extravagantes, escolhidas de forma personalizada -, Ana Salazar desloca-se às várias fábricas e coordena as pessoas, dá ideias para a coleção e para a maneira de se apresentarem, enfim, assume o papel de coordenadora de moda ou o que hoje se chama “stylist”. Cria depois a fábrica “Fundamental” e a primeira coleção desenhada por Ana Salazar surge com a etiqueta “Harlow”, que a criadora acaba por produzir não só para Portugal mas também para Inglaterra. Em 1980, em parceria como marido, funda uma empresa familiar e começa a assinar as suas próprias coleções com o nome de Ana Salazar.

Nestes termos, e na sequência dos trabalhos de Lotman se consideramos que, como o texto, a moda é um espaço semiótico no interior da qual várias linguagens interagem e se organizam, também o trabalho de Ana Salazar pode ser entendido como de tradução daquilo que chega da moda do exterior e sua posterior adaptação interna. Assim tal como não existe texto em, si também não há moda em si. O gesto desta criadora ilustra bem a dialética da continuidade e descontinuidade, da tradição e inovação:

«La introducción de nuevos textos en la memoria de una cultura sirve como estímulo para una transformación —muchas veces ‘explosiva’ e impredecible— de la misma. Un texto extraño que se introduce en otro puede causar modificaciones diferentes en las culturas receptoras. Así la traducción creadora propicia la generación de nuevos textos que tienen una función cultural importante, porque son

resultantes de la pérdida de equilibrio semiótico de los subtextos. Los textos que pasan por las fronteras semióticas adquieren otro estatuto, en donde funcionan las leyes presentes en las culturas receptoras». ^{vi}

Então, somarizando o universo semântico de Ana Salazar, teremos como categorias fundamentais:

Tradição	<>	Inovação
Continuidade	<>	Descontinuidade
Valores exclusivos	<>	Valores difusos

A continuidade está na tradição e a rutura na descontinuidade. Alcançamos assim os valores essenciais de Ana Salazar, analisando o percurso generativo de “A Maçã”, desde a sua estratégia de apresentação até à sua constituição como marca de autor: “Ana Salazar”.



Ana Salazar e a equipa de “A Maçã”. Fachada da loja da Rua do Carmo 1976. Foto Jorge Jacinto. Arquivo Ana Salazar.

Delineada, esta aproximação a esse território situado nas práticas da Moda, domínio de convergências e contaminações salutares e alicerce de apelativos sistemas de identidade visual, perseguimos o traçado das vias mediante as quais se engendra a significação. Para Manuela Gonçalves o princípio é o mesmo: a todas as formas de expressão correspondem formas de substância do conteúdo.

Manuela Gonçalves: Cenários de sobriedade

Pintora diplomada pela Escola Superior de Belas Artes de Lisboa (ESBAL), Manuela Gonçalves torna-se na primeira criadora de moda em Portugal com formação específica na área como bolsista da Saint Martin's Fashion School de Londres, e virá a assumir o protagonismo em termos conceptuais ao liderar um grupo que então surge e intervém ativamente.

Em 1975, regressada de Londres, Manuela Gonçalves abre uma pequena loja, a “Carmin” na Rua Castilho, e, em 1979, a “Loja Branca” na Praça das Flores onde se estabelece definitivamente.

A “Carmin” «Era linear, parecia uma “caixa de Carmin”, só com elementos de espelho» (DUARTE,2003) segundo as palavras da criadora, e é aí que vende roupa de senhora e acessórios executados por costureiras a quem a criadora fornece as coordenadas com os desenhos e os tecidos. Só posteriormente, na “Loja Branca” é que Manuela Gonçalves cria um Ateliê de Costura próprio, trabalhando diretamente com as costureiras, em pequenas quantidades e quase sempre peças únicas.

Concebendo e estruturando as suas coleções por uma interpretação da roupa baseada em conceitos muito firmes de intervenção cultural, Manuela Gonçalves assume uma atitude de moda que se situa além das tendências e das coordenadas sazonais de cada ciclo da moda. Desta forma, as suas criações denotam uma aguda sensibilidade aos valores artesanais e às duplas e triplas funções que cada peça pode desenvolver. As linhas geométricas, os drapeados e a versatilidade aliadas à escolha de materiais de grande qualidade e sólido rigor conceptual caracterizam as suas peças de roupa: «Gosto de acompanhar uma peça do início até ao final e sou muito minuciosa com os

acabamentos»^{vii}.Essencialmente, Manuela Gonçalves estabelece envolvências harmoniosas e discretas na aparência, e em criações que se podem considerar intemporais, pelo que prefere dizer que faz roupa e não moda, embora considere que as coisas se interligam e esteja sempre atenta às tendências: «Não faço peças feitas para durar apenas um ano, até porque eu própria, como consumidora, não gosto disso. Só compro coisas que resistam.»^{viii}

Estão assim subjacentes no trabalho de Manuela Gonçalves conceitos tão atualizados como o de “design” ou “novo luxo e a percepção da distinção essencial entre roupa e moda (vetement/mode) fundamentada por Roland Barthes, ou essa categoria da moda chamada de durativa.

Será, então, pertinente enquadrar aqui reflexões de Jean Baudrillard e Roland Barthes acerca da questão do tempo na Moda:

«A beleza («em si») nada tem a fazer no ciclo da moda. É irrecebível. Um traje verdadeiramente belo, definitivamente belo, poria fim à moda. Portanto, esta não pode fazer mais do que negá-la, recalçá-la, apagá-la – embora conservando em cada um dos seus passos um alibi de beleza. ... Nestes termos, a moda fabrica continuamente «belo», na base da denegação radical da beleza, na base de uma equivalência lógica do belo e do feio.» (BRAUDRILLARD 1995, pp.78-79).

Afirmação de Jean Baudrillard que completamos com Roland Barthes:

«Se a tirania da Moda e confunde com o seu ser, esse ser não é, em definitivo, senão uma determinada paixão pelo tempo. Desde que o significado Moda encontra um significante (determinada peça de vestuário), o signo torna-se a Moda do ano, mas, por isso mesmo, essa Moda rejeita dogmaticamente a Moda que a precedeu, isto é, o seu próprio passado; qualquer nova Moda se recusa a herdar, é uma subversão contra a opressão da Moda antiga: a Moda vive-se a si própria como um Direito, o direito natural do presente sobre o passado; definida exatamente pela sua infidelidade, no entanto, a Moda vive, num mundo que vê e quer idealmente estável, todo ele penetrado de olhares conformistas. » (BARTHES, 1981, p.301)

Autora de um trabalho de cariz conceptual marcado pela expressão individual em torno de preocupações sobre a matéria, a forma, a bidimensionalidade e demarcando-se de correntes - apenas uma pequena aproximação aos japoneses e posteriormente aos belgas -, na preocupação constante pela busca de uma silhueta austera, jogando o preto com o branco e conjugando elementos do masculino com o feminino associados a uma estética multicultural, concebe imagens teatrais e ambientes cénicos propícios às suas apresentações públicas.

É que Manuela Gonçalves tem um forte sentido da encenação e da apoteose, e fá-lo esteticamente com o que chama não de desfiles mas de apresentações públicas, inicialmente em espaços pequenos e cúmplices como o Bar “Frágil” e depois, ao invés, em espaços amplos como a Gare Marítima de Alcântara e a Central Tejo, ambos espaços cruciais, plenos de significação histórica: o primeiro é o local de partida dos colonos e também das tropas portuguesas para África e para a Guerra Colonial, e o segundo, a desativada central de abastecimento de eletricidade da EDP.

São só manequins cúmplices e convidados, quase sempre figuras com grande visibilidade entre a elite intelectual portuguesa que desfilam para Manuela Gonçalves: atores de teatro, artistas plásticos, realizadores de cinema, cantores ou escritores. A eles, a criadora entrega a apoteose da apresentação da sua roupa, e ela remete-se subtilmente ao discreto papel de observador da moda, tal como Napoleão ou Estaline.

«Lotman se refiere a la ostentosa simplicidad del uniforme de Napoleón, quien, sin embargo, prestaba gran atención a los uniformes de sus mariscales y generales, a su teatralidad y espectacularidad: su asesor era el célebre actor Talma. La simplicidad del uniforme de Napoleón destacaba frente al manierismo de sus oficiales y cortesanos. La descripción de Lotman subraya que en este caso el emperador es quien observa, que la corte y el mundo entero no son sino un espectáculo montado para él; en cuanto a él, si también constituye un espectáculo, puede presentar sólo el espectáculo de su propia grandeza, indiferente a la propia espectacularidad.»^{ix}

“Jonatas” é a etiqueta masculina, complemento à etiqueta feminina da “Loja Branca” e assim Manuela Gonçalves ensaia trabalhar na fronteira e na junção entre a tradição da recuperação do saber fazer de alfaiate e as formas dessa nova modernidade que a sua formação estética e a sua temporalidade tornam imperativas. As camisas de linho branco e as calças de corte “alfaiate” ainda hoje são lembradas como peças de culto. «Car je est un autre», dizia Rimbaud^x :

«Podemos esperar que o vestuário constitua um excelente objeto poético; em primeiro lugar porque mobiliza com muita variedade todas as qualidades da matéria: substância, forma, cor, tactilidade, movimento, porte, luminosidade; depois, porque estando em contacto com o corpo e funcionando simultaneamente como seu substituto e sua máscara, ele é por certo o objecto de um investimento muito importante; esta disposição «poética» é testemunhada pela frequência e qualidade das descrições do vestuário na literatura» (BARTHES, 1981, p.262)



Jonatas. Foto da Década de 80. Arquivo pessoal.

Temos assim o trabalho experimental, conceptual e inovador de Manuela Gonçalves fundado na tradição e no saber fazer de origens artesanais com uma qualidade de execução única: «Le luxe est un bien facturé», afirma-o Jean-Louis Dumas, presidente de Hermès.

Sintetizando o universo semântico de Manuela Gonçalves teremos as categorias:

Inovação > <Tradição

Inovação Conceptual > <Tradição artesanal > Luxo

Com Manuela Gonçalves, e no contexto do universo da globalização do consumo, é sobretudo a capacidade da marca comunicar um imaginário forte, coerente, reconhecível e exclusivo.

Conclusão

Constatamos que em Portugal, de acordo com a noção francesa, italiana ou espanhola, não há uma tradição de Alta Costura até porque não terão existido as condições para a criação de um campo de produção de Alta Costura, na aceção de Pierre Bourdieu (2003, p.206):

«Chamo de campo a um espaço de jogo, um campo de relações objetivas entre indivíduos ou instituições em competição em torno de uma parada em jogo idêntica. Os dominantes neste campo particular que é o mundo da alta costura são os que detêm no grau mais elevado o poder de constituir como raros certos objetos através do procedimento da “assinatura”; são aqueles cuja assinatura é de mais alto preço.»

A costura em Portugal durante muito tempo é assinada pela Casa Candidinha no Porto, enquanto que Ana Maravilhas dirige um ateliê com produção restrita, em Lisboa, e durante décadas elas representam a moda da elite portuguesa. Estas modistas limitam-se à produção de cópias dos modelos do exterior - Paris e Londres funcionam tradicionalmente como epicentros de referência - ou à importação de alguns deles, pelo que talvez deveremos antes referir um espírito de costura artesanal em Portugal. Note-se que no Porto, sempre houve uma fortíssima tradição de competentes calceiras, camiseiras, cerzideiras e costureiras, todas fornecedoras de confiança das modistas e também de alfaiates.

Porém, entre uma elite política e financeira, a muito abastada burguesia portuguesa, promove-se a realização de alguns eventos sociais para a sociedade internacional, que esgotam vestidos adquiridos no estrangeiro e assinados por nomes da alta-costura francesa.

Com a revolução do 25 de Abril, a mudança da mentalidade e a alteração dos hábitos dos consumidores são encaradas com um espírito empreendedor e surge a necessidade de afirmação de criadores de moda ditos “glocais”, ou seja, fazer moda como criadores portugueses mas acompanhando as tendências internacionais. A manifesta premência de renovação do modo de vestir faz com que alguns criadores no campo da moda, herdeiros das raízes artesanais da tradição das modistas e alfaiates, se tornem personalidades de destaque no então crescente movimento de moda de autor em Portugal.

Referências

- AAVV, **O Visual e o Quotidiano**, Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais, Lisboa, 2008.
- _____, **Moda, um antologia literária**, Lisboa, IOI Noites, 2002.
- BARTHES, Roland, **O Sistema da Moda**, Lisboa, Edições 70, 1981.
- _____, **Le bleu est à la mode cette année et autres articles**, Paris, Institut Français de la Mode - Regard, 2001.
- BRAUDRILLARD, Jean, **Para uma Crítica da Economia Política do Signo**, Lisboa, Edições 70, 1995.
- BOURDIEU, Pierre, **Questões de Sociologia**, Lisboa, Fim de Século, 2003.
- COELHO, Tereza. AVILEZ, Maria Assunção, **A Moda Em Portugal nos Últimos Trinta Anos**, Lisboa, Edições Rolim, 1987.
- DUARTE, Cristina L., **15 histórias de hábitos, criadores de moda em Portugal**, Lisboa, Quimera, 2003.
- FLOCH, Jean-Marie, **Identités visuelles** Paris, Presses Universitaires de France , 1995.
- GIL, José, **Metamorfoses do Corpo**, Relógio D'Água, Lisboa, 1997.
- GREIMAS, A e COURTÈS, J., **Sémiotique : dictionnaire raisonné de la théorie du langage**, Paris, Hachette, T.II, 1993
- LOTMAN, Youri, **Cultura y explosion**, Barcelona, Gedisa, 1998.
- MARTINS, Rita Lúcio, Na margem, Vogue **Portugal**, Nº 67, Maio de 2008.
- MELO, Alexandre, **Velocidades Contemporâneas**, Lisboa, Assírio & Alvim, 1995.
- SALAZAR, A. DUARTE, C., **Ana Salazar - Uma Biografia Ilustrada**, Lisboa, Temas & Debates 2002.
- VOLLI, Ugo, **Manuale di semiótica**, 4 ed., Roma Editore Laterza, 2005.
- XAVIER; Leonor, Ana Salazar ou o sentido estético da vida, **Máxima** Nº 284, Junho 2012.

Notas

ⁱ http://musicasdosanos60.blogspot.pt/2011_01_30_archive.html, acesso em 10 de Maio de 2012.

ⁱⁱ Citamos Leonor Xavier Leonor no artigo de sua autoria Maio de 68 o poder na rua, disponível em <http://sub.maxima.xl.pt/0508/soc/300.shtml>, acesso a 7 de Maio 2012.

ⁱⁱⁱ <http://perplexo.blogs.sapo.pt/20847.html>, acesso a 10 de Maio de 2012.

^{iv} Entrevista de Manuela Gonçalves a Rita Lúcio Martins, Na margem, **Vogue Portugal**, pp.170-173 Nº 67, Maio de 2008.

^v Entrevista de Ana Salazar a Leonor Xavier Ana Salazar ou o sentido estético da vida , Máxima Nº 284, Junho 2012.

^{vi} Ideia veiculada por Julieta Haidar no artigo *La complejidad y los alcances de la categoría de semiosfera. Problemas de operatividad analítica*, <http://www.ugr.es/~mcaceres/Entretextos/entre6/haidar.htm>, acesso 5 de Janeiro de 2012.

^{vii} Entrevista de Manuela Gonçalves a Rita Lúcio Martins, Na margem, **Vogue Portugal**, pp.170-173 Nº 67, Maio de 2008.

^{viii} Idem, ibidem

^{ix} Citação de Jorge Lozano no Prefácio à obra de Lotman, *Cultura y explosión en la obra de Yuri M. Lotman*, disponível em <http://www.ucm.es/info/especulo/numero11/lotman2.html>, acesso em 17 de Março de 2012.

^x «Car je est un autre », telle est la célèbre affirmation d'Arthur Rimbaud dans sa lettre à Paul Demeny datée du 15 mai 1871. La formule est paradoxale, car elle met en question la frontière entre identité et altérité, tout en maintenant l'opposition par ses termes mêmes. Une telle proposition invite à concevoir le sujet dans son rapport à autrui. », tal interpretação é veiculada em http://www.fabula.org/actualites/car-je-est-un-autre-articulations-du-rapport-entre-identite-et-alterite_16900.php), acesso a 9 Maio 2012 ; por seu lado, para Greimas/Courtès (1993,p. 164 , pp.177-178), o conceito de identidade opõe-se ao de alteridade: «*l'identité servant à désigner le principe de permanence qui permet à l'individu de rester "le même", de persister dans son "être" tout au long de son existence, [...], malgré les transformations de ses modes d'existence ou les rôles qu'il assure*»,.