

SKINNY BOYS: PADRÕES DE BELEZA PARA O HOMEM DO AGORA

GUIMARÃES, Ricardo Silva. Design de Moda – Universidade Fumec

SALLES, Vanessa M. Moreira. Design de Moda – Universidade Fumec

RESUMO

Mudanças sociais permitiram que a moda masculina se reinventasse na contemporaneidade. Estilistas ofereceram ao homem novos modos de se relacionar com as roupas e com seu corpo. A Hedi Slimane, por meio da Dior Homme, creditase a disseminação de um padrão de beleza calcado na figura do adolescente e da imaturação sexual: os *Skinny Boys*. Não se trata de um padrão universal ou ditatorial, mas um exemplo relevante para compreendermos o rumo que a moda masculina assume em nosso tempo.

Palavras-chave: Padrões de beleza. Moda masculina.

ABSTRACT

Social changes allow the masculine fashion to reinvent itself in the contemporaneity. Designers offer to men new ways of relation between body and costumes. Heidi Slimane, through Dior Homme, is responsible to the dissemination of a beauty pattern based on the image of the teenager and the non sexual maturation: the *Skinny Boys*. It is not about a universal or dictatorial pattern, but a relevant example to comprehend the course that masculine fashion assumes during our times.

Keywords: Beauty pattern. Men's fashion.

1. PADRONIZANDO O SEXO

Acalentados pela luta por uma sociedade democrática e enojados com o comportamento ostensivo da nobreza de Versalhes, os homens franceses, durante a Revolução Francesa, passaram a valorizar no vestuário masculino aspectos como a simplicidade e o sóbrio, popularizando atributos já percebidos nas roupas da corte inglesa. Segundo Harvey (2003) os nobres ingleses simplificavam as suas vestes em razão de necessitarem de maior praticidade para viajar, uma vez que utilizavam cavalos ao invés de carruagens quando se locomoviam. Desde então, as roupas do sexo masculino passaram a negar qualquer tipo de frivolidade. Jaquetas desprovidas de ornamentos somadas a protótipos do que viriam a ser as calças deram origem a um traje universal para o gênero. Traje que posteriormente alcançou a configuração do que conhecemos como o costume, formado pelo trio calça, paletó e colete, que perdurou durante os séculos seguintes como uma espécie de uniforme para os homens.

Ostentar não era mais permitido aos homens ao alcançarem uma sociedade regida por ideais democráticos. Democracia que Harvey (2003) enxerga em seu primeiro momento como aniquiladora de individualidades. Cai em desuso para o gênero o desfrute de perucas, tecidos coloridos ou ornados com bordados, rendas e brocados. Dessa forma, o ideal de masculinidade passa a ser determinado pelo sóbrio, pela desqualificação da vaidade excessiva. Corbin (2007) afirma que o homem dessa modernidade não possuía orgulho de seu físico, direcionando a pouca vaidade permitida para modelos de barbas e bigodes – por se tratar de um atributo físico exclusivo do gênero masculino.

A revolução industrial contribuiu para que a padronização do sexo masculino fosse ainda maior. Produzir objetos em larga escala partia do pressuposto de que um único modelo de homem era notado na primeira modernidade.

Essa modernidade pesada/sólida/condensada/sistêmica de “teoria crítica” era impregnada da tendência ao totalitarismo. [...] Essa modernidade era inimiga jurada da contingência, da variedade, da ambigüidade, da instabilidade, da idiosincrasia, tendo declarado uma guerra santa a todas essas “anomalias”; e esperava-se que a liberdade e autonomia individuais fossem as primeiras vítimas da cruzada. (BAUMAN, 2000, p. 33-34)

O homem admirável era aquele que trabalhava/produzia, não tendo tempo para frivolidades pessoais. Demonstrar interesse por roupas também não era bem visto. Talvez por isso o vestuário masculino tenha alcançado menos mudanças significativas nos séculos XIX e início do XX quando comparado ao feminino. Para que a moda mudasse era necessária a existência de inquietações com relação à ordem social. Harvey (2003) acredita que “em um grupo social fechado, a própria roupa é um estabilizador, [...] quando os laços se afrouxam, a roupa também muda”. E em uma sociedade conservadora como a da época, em que o papel social do homem não era alterado, não havia justificativa ou algo que pudesse impulsionar mudanças no vestuário. Os homens não queriam se distinguir do modelo existente, mas se enquadrar a ele. Já as mulheres se libertaram da primeira modernidade mais cedo, reivindicando direitos políticos e promovendo ações feministas que alteravam sua relação com a sociedade, o que era refletido em mudanças quanto aos modos de se vestir. Para elas a moda possuía um ritmo fugaz e as individualidades começavam a ser expressas.

A época que engrandeceu a moda é também aquela que, por outro lado, a tornou proibida para os homens [...]; a apoteose da moda feminina teve como contrapartida o recalque ou a denegação da moda masculina, simbolizada pelo uso do traje preto e mais tarde pelo terno e gravata. (LIPOVETSKY, 2005, p. 90)

2. A JUVENTUDE E A CONTRA CULTURA

Na segunda metade do século XX desencadeou-se uma série de fatores que questionavam a homogeneização da sociedade, através de movimentos impulsionados por uma geração pós-guerra, incomodada com a ordem social vigente. Geração que não aguentava mais se calar para as normas impostas por seus pais e pelo estilo de vida padrão propagado pelo *American Way of Life*. Trata-se do surgimento de uma nova categoria social: a Juventude. Surgem os movimentos de contracultura e as anti-modas, cuja premissa, de acordo com Calanca (2008), consistia em afrontar radicalmente os ideais e valores dos padrões vigentes. Tudo passa a ser questionado, desde a moral, as crenças e tradições, até mesmo aspectos característicos da modernidade como o culto cego à racionalidade, às ciências e à tecnologia.

Para salientar seus discursos inconformistas, a juventude recorreu ao vestuário, utilizando de roupas que afrontavam à sociedade. Adotou trajes típicos dos operários, como o jeans; criou comprimentos audaciosos como o da minissaia; mixou elementos do guarda-roupa masculino com o feminino, resultando em imagens andróginas coerentes aos desejos de igualdade e liberdade sexual. Não sendo guiado por modelos tradicionalistas e pelas regras fechadas de uma sólida sociedade, o homem jovem permite-se desfrutar novamente do adorno, de suas individualidades, a exemplo de tribos como a dos hippies e os punks.

Um novo momento na história começa a ser esboçado. A sociedade passa a caminhar aceleradamente para mudanças profundas que acarretaram a extinção dos resquícios de solidez que ainda eram notáveis em alguns aspectos que compunham o mundo moderno, dando espaço para que emergisse uma modernidade líquida, fluida.

A pós-modernidade representa o momento histórico preciso em que todos os freios institucionais que se opunham à emancipação individual se esboroam e desaparecem, dando lugar à manifestação dos desejos subjetivos, da realização individual, do amor-próprio. (CHARLES, 2004, p. 23)

3. PULVERIZANDO ESTILOS NA CONTEMPORANEIDADE

O indivíduo contemporâneo – referenciado por alguns autores como o hiper indivíduo - possui uma relação com o vestir muito mais íntima e pessoal do que o homem da modernidade primitiva. Possuindo menos comprometimento com a sociedade, não tem a necessidade de estar enquadrado a um padrão. Não existe uma ordem para que possa se rebelar. Como afirma Svendsen (2010), a cultura de massa tornou-se tão pluralista que não permite que sejam notadas fronteiras com subculturas, que passam a não fazer sentido na ausência de uma cultura uniforme. A relação do indivíduo contemporâneo com a roupa passa a ser a de liberdade.

As roupas não deixaram de serem produzidas em grandes escalas, a diferença é que agora pode-se combiná-las de diferentes maneiras. Ao comprar uma peça de roupa o hiper-indivíduo não se sente intimidado a usá-la de um único jeito, em um contexto fechado. Na contemporaneidade as roupas extrapolam os julgamentos de

serem adequadas ou não a um sujeito, a uma ocasião; e a relação do consumidor com suas vestes passa a ser menos passiva, permitindo-se arriscar e errar em combinações, sobreposições e customizações.

O mercado de massa tornou-se também individualizado. Artigos produzidos em massa são, cada vez mais, lançados em muitas variantes [...], de modo que cada consumidor pode criar sua expressão "individual". [...] A moda se torna mais um questão de escolha individual que de obediência às instruções de um centro particular. (SVENDSEN, 2010, p. 68-69)

Desde as mudanças atingidas com os movimentos juvenis o sexo masculino passou a ter uma relação mais próxima com a moda e a beleza. A reconciliação dos homens com a vaidade leva-os a cultivar seus corpos. As marcas de roupa masculina crescem e conquistam públicos cativos. Para Constantino (1997) todos os aspectos da vida social desde situação financeira, raça, etnia, emprego e idade passam a refletir na multiplicação de estilos para a moda masculina. Contudo, o estreitamento da relação moda e homem não é um valor que pode ser visto como universal. Homens tradicionais que buscam se manter nos padrões masculinos de sobriedade e virilidade ainda são muitos. Crane (2006) afirma a existência do pensamento de que o interesse por moda está associado a um comportamento efeminado. A cultura gay emergente na contemporaneidade muitas vezes intimida alguns homens a abrirem mão dos valores associados ao masculino determinados na primeira modernidade. O medo de questionamento quanto à sexualidade faz com que muitos se sintam seguros em valores já ultrapassados e não condizentes com o presente. Para Sant'Anna (2005) a revolução dos papéis sexuais que os gays e as mulheres encabeçaram desde os movimentos juvenis oprimiram os homens mais tradicionais vinculados a modelos de posicionamentos que não mais condizem com o nosso tempo. Lipovetsky (2000) a complementa ao acreditar que as transformações dos papéis sexuais tradicionais resultaram em manifestações do desnorteio psicológico e identitário do sexo masculino, que destronado da previsibilidade do gênero não sabe mais como se portar.

Os mais tradicionais, conservadores e resistentes, continuarão existindo, a diferença é que não serão mais apontados como exemplos, mas apenas uma faixa em meio a uma diversidade muito grande de estilos. [...] Pensar o "indivíduo" traz novas possibilidades para esse homem que desde criança se habituou a seguir o pensamento do coletivo e a se posicionar mediante os conceitos recebidos. Nesse ponto a moda é fundamental para abrir brechas dentro dos conceitos impostos e a expor uma nova oportunidade: "seja você mesmo" (QUEIROZ, 2009, p. 147-49)

Ainda assim, o modelo de homem apegado à tradição não consiste em um comportamento homogêneo para o gênero. Muitos homens já conseguem se relacionar naturalmente com o fim de papéis sociais sexistas, principalmente os mais jovens, que nasceram no momento que a sociedade avançava para um tempo fragmentado e líquido. A moda masculina se movimenta mais originalmente frente a esses novos homens. Como pontua Crane (2006), é nas margens da cultura contemporânea que a moda masculina se firma, e não com o centro..

4. HEDI SLIMANE E OS SKINNY BOYS

Na contemporaneidade muitos estilistas são aclamados como originais e impactantes, mas com públicos cada vez mais específicos em razão da individualização de nossa sociedade, é difícil para um criador alcançar reconhecimento pelo *mass media*. Contudo, no começo dos anos dois mil o estilista Hedi Slimane se juntou à grife Dior e conseguiu causar grande impacto na moda masculina contemporânea. Em entrevista o estilista explicou seu propósito:

I was trying this idea of colliding two worlds, like society-couture-glamour-luxury making out with youth culture. Those two worlds had obviously nothing in common, to say the least, and that was the whole point. I wanted to escape any sort of caricature or cliché, like the silver spoon or rebellious youth. I thought the truth, the relevance, the modernity—a suspicious concept—was somewhere in between. (SLIMANE, 2011)

Dentre as suas maiores contribuições para a moda masculina podemos citar a silhueta *slim* – ajustada ao corpo – aplicada em blazers, coletes e jaquetas sequinhas, gravatas estreitas, calças justas e jeans *skinnys*. Curiosamente, o designer explorou as peças chaves da primeira modernidade, que eram as vestes que formavam o costume. Entretanto, sua ideia não consistia em reuniformizar os homens ou enquadrá-los novamente em modelos de conduta que já estavam em declínio. Na hiper-modernidade as roupas perderam suas significações fechadas, os códigos deixaram de ser facilmente interpretados em razão da multiplicidade de novos códigos que cada indivíduo gerava ao reinventar o modo de se usar uma roupa. A moda como linguagem não pode mais ser enxergada como algo previsível, uma vez que aos signos são atribuídos diferentes significados, que passam a variar de acordo com quem os interpreta.

Nesse contexto, Slimane se empenhou em revigorar a imagem da alfaiataria, apresentando a possibilidade de se usar um blazer ou um paletó de smoking com calças jeans justas, tênis e *t-shirts* de malha. Das camisas sociais hora retirava as mangas e acrescentava longas cavas e decotes, hora abotoava todos os botões até o colarinho. O estilista rompia com o estigma do terno ser uma roupa tradicional e conseguiu erguê-lo ao patamar de uma roupa de vanguarda.

Os efeitos de sua criação na indústria de vestuário masculino foram radicais e surpreendentemente persuasivos. Em algumas temporadas, o corte seco dos ternos da Dior Homme fez todos os outros designs parecerem quadrados e ultrapassados, e os estilistas de todos os lugares começaram a reduzir as silhuetas. (TREBAY, 2008, p.)

Em certo ponto, o design de Slimane se aproximava do propósito do visual dos *mods* dos anos sessenta e sua modelagem bem acabada referenciava o estilo dos dândis do século XIX. Suas roupas isoladamente talvez não fossem o maior exemplo de inovação, ainda que as calças justas tenham causado polêmica entre os veículos de comunicação. O que creditou ao estilista notoriedade foi a forma como articulava as imagens de moda da marca.

Talvez o maior mérito atribuído a Slimane tenha sido a criação - ainda que involuntária - de um novo padrão de beleza para o sexo masculino: os *Skinny Boys*. Abrindo mão de famosos modelos e dos padrões de beleza viris consagrados pelas semanas de moda, o estilista priorizava apresentar suas coleções vestidas em adolescentes que recrutava pessoalmente. Garotos sem preparo profissional para as apresentações, com corpos em desenvolvimento, sem pelos, magros e desengonçados. Como pontua Queiroz “esses modelos, quase frágeis, remetem a um mundo inocente, refletindo, porém, com expressões mais ligadas às perturbações da adolescência do que à alegria da infância” (QUEIROZ, 2009, p. 101-102).

Em 2007 Hedi Slimane abandonou a direção criativa da Dior Homme para se dedicar a projetos pessoais de fotografia. Contudo, a estética e o padrão de beleza que o designer havia investido continuaram em ascensão.

Dê o crédito a Hedi Slimane ou o culpe [...] Enquanto o ideal masculino de um tempo tão recente quanto o ano 2000 era um musculoso de mais de 1,80m com abdome tanquinho, o homem do momento é um garoto, um espectro ou um raquítico mal alimentado.. (TREBAY, 2008)

Nas publicidades e nos editoriais dos mais variados veículos de moda passou a ser recorrente a figura do garoto adolescente. Muitos dos jovens com o perfil apresentado por Hedi Slimane viraram famosos modelos – a exemplo de Cole Mohr, Josh Beech e Ash Stymest - sendo requisitados inclusive por grifes que sempre apostaram em outros estereótipos de beleza.

A moda feminina iniciou um processo semelhante nos anos noventa. Quando consagram a modelo Kate Moss no mundo da moda por meio de um editorial assinado pela fotógrafa Corrine Day, é validado o culto a modelos de pouca idade com corpos retilíneos, contrapondo a beleza curvilínea e clássica de super modelos do início da década de noventa como Cindy Crawford. A estética da *heroin chic* se propagava e garotas de beleza não convencionais decolavam suas carreiras como modelos, surgindo polêmicas quanto à idade das modelos e quanto à anorexia. (2009) pontua uma semelhança entre o padrão de beleza dos *Skinny Boys* com o da estética da *heroin chic*, como se em ambos a imperfeição dos corpos roubasse o lugar de uma beleza indiscutível. As duas estéticas também tinham como atores principais a mesma figura: a do adolescente, ressaltando o contraponto da fragilidade com a rebeldia.



Figura 1 – Kate Moss personificando a estética heroin chic.

Fonte: <http://vogue.globo.com/moda/news>

Figura 2– Modelos com o padrão de beleza dos Skinny Boy.

Fonte: www.nytimes.com/2008/02/07/fashion/shows/07DIARY.html?pagewanted=1&_r=1

A fixação pela figura do adolescente pela moda pode ser justificada por se tratar do sujeito que melhor representa a contemporaneidade. Como em nosso tempo, na adolescência não existe solidez. Incertezas, indefinições e caos tomam conta do indivíduo que deixa de ser uma criança. Do adolescente é esperada a passagem para o mundo adulto - transição que se torna cada vez mais tardia em razão da complexidade de uma sociedade aberta e fluída. Quando começam as transformações do corpo inicia-se também a cobrança para se encaixar no universo adulto, assumindo papéis e posturas condizentes com a cultura adulta. A impressão, contudo, é que a fase da adolescência dificilmente será concluída pelo hiper-indivíduo em uma sociedade desprovida de ordem, de locais de encaixe. O hiper-indivíduo é empurrado para a vida adulta sem ter se tornado adulto; sem ter se alcançado a maturidade ou alcançando uma maturidade parcial; torna-se um ser regido pela insegurança e pela vulnerabilidade.

Quando os veículos e criadores de moda optam por associar as imagens que constroem aos adolescentes, existe uma busca por se relacionarem ao sujeito que encarna o espírito da hiper-modernidade. Creditamos ao adolescente o estereótipo do ser sem responsabilidades, inconsequente, hedonista, livre e aguçado por experimentações. Pais (2006) enxerga o adolescente como aquele que vive em função do intenso presente, uma vez que o futuro incerto e desacreditado não lhes apresenta segurança.

Perante estruturas sociais cada vez mais fluidas, os jovens sentem a sua vida marcada por crescentes inconstâncias, flutuações, descontinuidades, reversibilidades, movimentos autênticos de vaivém: saem da casa dos pais para um dia qualquer voltarem; abandonam os estudos para os retomar tempos depois; encontram um emprego e em qualquer momento se veem sem ele; suas paixões são como voos de borboleta, sem pouso certo; casam-se, não é certo que seja para toda a vida... São esses movimentos oscilatórios e reversíveis que o recurso à metáfora do ioiô ajuda a expressar. Como se os jovens fizessem das suas vidas um céu onde exercitassem a sua capacidade de pássaros migratórios. (PAIS, 2006, p. 8-9)

Embora a relação do adolescente com o presente possa parecer caótica, trata-se do indivíduo que vivencia o atual momento com maior naturalidade, como se um fosse o espelho do outro. Líquidos, fragmentados e superficiais, a adolescência e o presente se complementam a ponto de fazer com que as demais gerações se sintam deslocadas do agora. A idade da transição torna-se um ideal, fazendo com que as

pessoas não queiram sair dela ou que estejam sempre recorrendo ao período em que a vivenciaram.

O adolescente, como a criança, é a mítica figura do imaginário que nos permite nos distanciarmos de algumas de nossas falhas, clivagens egóicas, denegações ou dos simples desejos, que são retificados na figura de alguém que ainda não se tornou adulto. [...] As fronteiras entre as diferenças de sexo e identidade, entre fantasia e realidade, entre ato e discurso, e assim por diante, são facilmente atravessadas, sem que por isso se penetre o domínio das perversões ou dos estados fronteirios, até porque essas estruturas abertas facilmente espelham o livre fluxo de nossa sociedade midiáticas. O adolescente naturalmente representa esta estrutura, e ela só poderia ser denominada uma estrutura de crise no contexto de uma lei consistente e ideal. (KRISTEVA, 2001, apud PORTINARI; COUTINHO, 2006, p. 62-63)

O fato de o adolescente representar a figura de maior fascínio da contemporaneidade faz com que a indústria da moda o adote como protagonista, uma vez que a lógica do sistema de moda está fundada na produção de fantasias e desejos condizentes com as aspirações da sociedade. Curioso notar que ao assumir a adolescência como a imagem a ser trabalhada, a moda para os dois sexos assume uma trajetória paralela. Para os dois gêneros são apresentadas novidades semelhantes ou mesmo iguais, uma vez que o adolescente personifica a imaturação sexual, o ambíguo. “A indeterminação de suas identidades sexuais vem ao encontro do processo da moda: a diminuição dos extremos não tem como interesse a unificação das aparências, mas sim a criação de um leque abrangente de escolhas” (SANT’ANNA, 2005, p. 99).

O artista modernista Flávio de Carvalho (2010) afirma que nos momentos da história em que homem e mulher se vestiam iguais ou assemelhavam seus vestuários coincidem com os momentos em que a hierarquia entre os gêneros se tornava mais frouxa. O autor acredita que todos os mamíferos possuem uma fase em que os dois sexos se apresentam da mesma forma - momento que precede a puberdade - denominado por Carvalho como as idades púberes. Ele afirma que entre os humanos a moda recorre ao período das idades púberes toda vez que o trabalho desempenhado pelo homem equivale ao da mulher. Por trabalho, podemos estender aos papéis sociais. Na contemporaneidade os papéis sociais já não mais sexistas, se ainda existem, hoje se apresentam como caminhos.

Carvalho (2010) pontua que nas idades púberes as formas tendem a recorrer a retas paralelas, extinguindo curvas e apresentando-se como antifecundantes, menos convidativas aos desejos, o que podemos notar não só no design de Slimane, mas no trabalho de vários estilistas de correntes como minimalista e desconstrutivista. Relacionando as formas retas ao físico do adolescente apresentado pela moda em nossa contemporaneidade, podemos refletir sobre a relação do indivíduo contemporâneo com o sexo, que não é regido mais pela lógica da reprodução – em razão da descrença pelo futuro somada ao hedonismo da atual sociedade – assumindo caráter de casualidade e descompromisso. Descompromisso que não se estende também a outros campos, uma vez que o hiper-indivíduo passa a ser o único capaz de se policiar. “Ante a desestruturação dos controles sociais, os indivíduos, em contexto pós-disciplinar, têm a opção de assumir responsabilidade ou não, de autocontrolar-se ou deixar-se levar” (CHARLES, 2004, p. 21)

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt (2000). **Modernidade Líquida**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CALANCA, Daniela. A moda na era pós-industrial. In: **História Social da Moda**. São Paulo: Editora SENAC, 2008, p. 189-212.

CARVALHO, Flávio. **A moda e o novo homem**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2010.

CHARLES, Sébastien. O individualismo paradoxal: introdução ao pensamento de Gilles Lipovetsky. In: **Tempos Hipermodernos**. Tradução Mário Vilela. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

CORBIN, Alain. Bastidores. In: **História da vida privada: da Revolução Francesa à Primeira Guerra**. 9. ed. Tradução Denise Bottman. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

- COSTANTINO, Maria. *Men's fashion in the 20th century*. Londres: Bastford, 1997.
- CRANE, Diana. *A moda e o seu papel social*. Tradução Cristiana Coimbra. São Paulo: Senac, 2006.
- HARVEY, John. *Homens de Preto*. Tradução Fernanda Veríssimo. São Paulo: Editora UNESP, 2003.
- KRISTEVA, Julia. *Novas doenças da alma*, 2001. In: PORTINARI, Denise & COUTINHO, Fernanda R. A roupa faz o homem: a moda como questão. In: *Culturas Jovens: novos mapas de afeto*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. 8. Ed. Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- _____. Tempo contra tempo, ou a sociedade hipermoderna. In: *Tempos Hipermodernos*. Tradução Mário Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- QUEIROZ, Mário. *O Herói desmascarado: a imagem do homem na moda*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.
- SANT'ANNA, Patricia. Revistas de Moda: Masculinidade e a ambigüidade nos anos noventa. In: *Moda, Comunicação e Cultura: um olhar acadêmico*. 2 ed. São Paulo: Arte e Ciência, 2005.
- SLIMANE, Hedi. *Hedi Slimane Looks Back at His Menswear Revolution: depoimento*. [3 de abril de 2011]. Nova York: Hint Fashion Mag. Entrevista concedida a Stéphane Gaboué.
- SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- TREBAY, Tom. *The Vanishing Point*. The New York Times. Online. Disponível em <www.nytimes.com/2008/02/07/fashion/shows/07DIARY.html?pagewanted=1&r=1> Acesso em: 09/12/2011.