

## DESIGN DE MODA E EDUCAÇÃO: FRAGMENTOS DE UMA ABORDAGEM SOB A PERSPECTIVA DE GÊNERO.

Autora: Valéria Faria dos Santos Tessari<sup>1</sup>  
Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Ma. Lucymara Carpim<sup>2</sup>

### RESUMO

A presença da moda na vida cotidiana não mais nos autoriza negar sua relevância junto às sociedades. Contudo, de maneira recorrente a moda ainda tem sido entendida como assunto feminino, inclusive na academia. Entendemos que este pensamento tem implicações que a história isoladamente não pode explicar. Portanto, recorreremos à perspectiva de gênero para analisar tais questões. O foco é levado para o ensino superior em design de moda por meio de considerações a respeito do cenário no país. Em seguida, argumentamos que a educação na figura do (a) professor (a) ocupa lugar privilegiado como uma possibilidade de oportunizar a superação da reprodução acrítica de comportamentos tradicionais.

**Palavras-chave:** Moda. Gênero. Professor (a) Universitário (a).

### 1 INTRODUÇÃO

No século XXI não é mais possível negar a presença ampliada da moda na vida cotidiana. A moda teve seus limites alargados, não podendo mais ser considerada de interesse específico de um grupo. Ela ultrapassou a esfera das roupas invadindo limites de outras áreas do consumo e abrangendo domínios antes externos ao seu processo. (LIPOVETSKY, 1989; SVENDSEN, 2010).

---

<sup>1</sup> Aluna do curso de especialização: Formação Pedagógica do Professor Universitário da Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

<sup>2</sup> Aluna do programa de pós-graduação em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná e docente do Curso de especialização Formação Pedagógica do Professor Universitário da Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

Contudo, de maneira recorrente a moda ainda tem sido entendida como um assunto específico de um grupo – o feminino. Este entendimento dá sinais de presença nas diversas esferas da sociedade, inclusive na academia. Este artigo tem como objetivo realizar uma reflexão sobre moda e educação, sob a perspectiva de gênero. Tal olhar direciona a questão para o campo social, pois segundo Mariano (2008, p. 355) gênero como categoria analítica

tem a função de colocar luz sobre as diferentes posições ocupadas por homens e mulheres nos diversos espaços sociais, dando destaque ao modo como as diferenças construídas socialmente resultam em critérios de distribuição de poder, portanto, em como se constroem as relações de subordinação.

Para esta reflexão, definiremos gênero conforme Carvalho e Tortato (2009, p. 24) que afirmam ser “o sexo um dado biológico e o *gênero*, uma construção cultural”. Para elas, a compreensão dos aspectos culturais que envolvem feminilidades e masculinidades requer o descolamento entre sexo e gênero. É importante ressaltar que Ono, Silveira e Corrêa (2009, p. 174), concordam que "as teorias sociais de gênero buscam entender e interpretar diferenças como marcas que nos tornam diversos, mas não desiguais". Desta forma, analisaremos algumas relações entre gênero e moda.

## **2 MODA: UM ASSUNTO DE TODOS**

A associação feita entre a moda e o feminino tem no contraste das vestimentas feminina e masculina um dos seus principais argumentos. Tal contraste surgiu no século XVII, quando o rei Luis XIV da França autorizou o primeiro grupo de alfaiates femininos a trabalhar. Até então, todas as roupas eram feitas por artesãos masculinos, que mantinham certa harmonia geral.

Esta separação gerou diferenças visuais entre as roupas. As femininas continuaram ornamentadas e coloridas, culminando em excentricidade e absurdo.

Hollander destaca que no final do século XVIII a figura feminina pintada nos retratos de casais ocupava duas vezes mais espaço que a masculina, além do fato de que

em 1778, apenas as mulheres podiam usar navios completamente equipados e modelos de aldeias sobre suas cabeças. Neste período, a expressão da fantasia visual no vestuário era um privilégio totalmente feminino. (HOLLANDER, 1996, p. 98).

Já as roupas masculinas tomaram formas simplificadas, cores sóbrias e nenhum adorno, o que para Hollander resultou em discricção e prestígio. O traje masculino afastou-se dos rebuscamentos ao “aproximar-se de uma simplicidade maior, dando uma margem menor para exibicionismos.” (HOLLANDER, 1996, p. 97).

As mudanças explicitadas sobre os corpos acabaram engrossando o discurso daquele momento que, por meio da ciência, estabelecia diferenças biológicas (físicas, psíquicas e intelectuais) como determinadoras de características naturais de feminilidade e masculinidade, com implicações de relações de poder. Segundo Silva,

No século XIX surgiram, particularmente no campo da antropologia física, teorias que explicaram a inferioridade feminina com base na biologia. Este campo explicativo tomou muita força na sociedade moderna pois teria o “aval” da ciência. (SILVA, 2007, p. 253).

Neste sentido, Carvalho e Tortato (2009) listam certas características que foram atribuídas como naturais à feminilidade/masculinidade, em oposição direta: senso comum/objetividade, sensibilidade/racionalidade, emoção/neutralidade, passividade/dominação e coração/cérebro. Assim, Hollander (1996) diz que a moda feminina passou a ser vista como fútil, o que afetou tanto o caráter quanto a reputação da moda nos dois séculos seguintes, com resquícios até os dias de hoje. Este caráter e reputação eram os mesmos atribuídos ao gênero feminino, ao ponto de não se fazer distinção entre o caráter feminino e o da sua moda. A futilidade atribuída à feminilidade justificava e sustentava a futilidade da roupa, e assim reciprocamente, o que servia de confirmação da posição já comprometida da inteligência adulta das “mulheres”.

Ao utilizar trajes simples e escuros, a autora afirma que os “homens” buscavam reafirmar “suas antiquíssimas associações com a intelectualidade.” (HOLLANDER, 1996, p. 104). A autora anuncia que a elegância do traje masculino estava relacionada a alterações “sutis”, mas “fundamentais” no corte. Estas mudanças “poderiam ser contadas como inovações básicas no progresso de um ofício sério.” (p. 91). Enquanto a elegância da moda feminina era questão de efemeridade, frivolidade, associada com a “decoreção de festivais e de cenários teatrais.” (p. 91).

Assim, o espaço de trabalho conquistado pelas artesãs lhes parecia um avanço inicial em direção à criação respeitável, mas resultou no oposto já que, segundo Hollander (1996, p. 89), a moda se desdobrou em dois pólos, a saber a “respeitável alfaiataria masculina e a frívola “moda” para mulheres”.

Vale analisar tal cenário sob a perspectiva de gênero. As teorias que surgiram com o movimento feminista na década de 1960 trouxeram à pauta a desnaturalização dos gêneros, quando se opôs ao determinismo biológico. Silva afirma que

Contrapondo-se a esta perspectiva, o movimento feminista problematizou e reconstruiu argumentos em torno da determinação biológica das hierarquias entre homens e mulheres, colocando em xeque as concepções relativas ao feminino e masculino na sociedade ocidental. (SILVA, 2007, p. 253).

Estas diferenças apoiadas no biológico eram utilizadas para dar razão a todo o tipo de distinção entre o que constituía feminilidades e masculinidades e “justificar os lugares sociais, as possibilidades e os destinos “próprios” de cada gênero.” (Louro, 1997, p. 45). Feminino e masculino foram separados em universos opostos, criados com características, pesos e valores diferentes: o masculino ligado à esfera pública e à produção, de valor positivo. O feminino ligado à esfera privada e ao consumo, de valor negativo. A feminilidade e sua moda carregavam características como frivolidade, futilidade e inteligência comprometida. Enquanto a moda masculina levava consigo atributos como discrição, racionalidade e seriedade. Carvalho e Tortato (2009, p. 22) acrescentam que as características atribuídas à feminilidade

eram desvalorizadas pela sociedade ocidental de mercado, onde [...] características vistas como naturais e essencialmente masculinas eram mais valorizadas. Assim, as desigualdades entre homens e mulheres foram interpretadas como naturais. Era interpretado como algo que não poderia ser modificado. Estava na carga genética dos homens, e na sua essência, serem seres superiores e, por outro lado, estava na carga genética das mulheres, portanto na sua essência, serem inferiores.

Silva (2000) reforça que em oposições como masculino/feminino sempre um dos termos é privilegiado ao receber valor positivo enquanto o outro recebe carga negativa, indicando as relações de poder, de subordinação. Concordando com isto, Louro (1997) diz que tal lógica supõe que a relação masculino/ feminino constitui uma oposição entre dominante e dominado. Uma forma de relação fixa, única e permanente entre os dois elementos.

Estas desigualdades continuaram a ser disseminadas no século XIX, refletindo na moda. Conforme Laver, tendo sido tal século um ponto alto da dominação masculina, patriarcal, “as roupas dos dois sexos são tão claramente diferenciadas quanto possível.” (LAVÉR, 1989, p. 184). O autor também afirma que a delimitação de atividades próprias a cada grupo permanecia nas relações sociais quando diz que

O próspero homem de negócios [...] esperava duas coisas de sua esposa: primeiro, que fosse um modelo de virtudes domésticas e, segundo, que não fizesse nada. Sua ociosidade total era a marca do *status* social do marido. [...] Isso parece muito estranho se considerarmos que a década de 1840 foi marcada por extraordinárias inovações técnicas e convulsões sociais. Surgimento de ferrovias, levantes sociais como “ano das revoluções”. Esperava-se que as mulheres não tomassem parte nisso. (LAVÉR, 1989, p. 171).

Diante deste cenário, Crane nota que naquele período a moda tornou-se a chance da visibilidade feminina. Subtraídas das formas de poder, elas recorriam a símbolos não-verbais como formas de expressão, projetando sobre as roupas seus anseios de visibilidade pública. Isto fez com que frequentemente elas fossem identificadas por suas roupas. “Charges políticas, sátiras e comentários comumente se referiam às “mulheres” como as *anáguas*.” (CRANE, 2006, p. 199).

Na contramão destes acontecimentos, na segunda metade do século XIX, o inglês Charles Frederick Worth interrompeu a tradição social, invadindo o espaço de trabalho feminino estabelecido pela divisão das modas. Ele se ocupou de um mundo que havia sido totalmente feminino durante 150 anos. Sua idéia de produzir por completo linhas de vestidos aproximou a moda feminina da masculina “levando-a para o domínio elevado da visão e competência masculinas.” (HOLLANDER, 1996, p. 150). A autora chega a especular sobre o desenrolar da moda feminina caso tivesse permanecido nas mãos masculinas. Ela elucubra que talvez a moda feminina tivesse sido poupada da reputação de superficialidade. Contudo, não seria salutar questionar o por que de tal reputação?

### **3 MODA NA EDUCAÇÃO**

O percurso da moda na academia pode estar relacionado com as relações de poder entre gêneros, na separação da feminilidade e da masculinidade em esferas distintas.

Segundo Bonadio (2010), o primeiro curso de graduação na área surgiu em 1987 em São Paulo. Mas em 1950, Gilda de Mello e Souza estabeleceu um marco na academia do país ao defender a tese de doutorado *A moda no século XIX: ensaio de sociologia estética*, na Faculdade de Filosofia Ciências e Letras da Universidade de São Paulo. Sua experiência mostrou o desconforto da academia ao lidar com o tema. À época, o trabalho de Souza teve recepção fria e foi classificado por muitos acadêmicos, na surdina, como fútil, coisa de “mulher”. Pontes afirma que “Na hierarquia acadêmica e científica da época, que presidia [...] a escolha dos objetos de estudo [...] a tese de Gilda estava “condenada” a “derrota” evidenciando o olhar superior daquela academia sobre um *assunto de menor valor*.” (PONTES, 2004, p. 21).

Bem mais tarde, em 1987, a tese de Souza foi publicada em forma de livro e tornou-se referência na área. Pontes justifica o tardio reconhecimento

Em parte, como resultado da ampliação de temas e objetos considerados “legítimos” no campo das ciências humanas, promovida em larga medida pela antropologia, pela sociologia da cultura e pela história das mentalidades. De outro lado, pela constituição de um novo público de leitores interessados na moda como assunto profissional ou objeto de estudos acadêmicos. Esse duplo movimento, somado à formação do campo da moda no Brasil, com tudo que ele implica (estilistas, modelos, fotógrafos, revistas, críticos, cursos superiores de moda, estudiosos do assunto), tornou possível a absorção e a legitimação numa escala mais ampla, do tema estudado por Gilda. (PONTES, 2004, p.16).

A fala de Pontes não foge de termos como "legítimo" quando se refere ao repertório de objetos ou temas considerados dignos de estudo. Fica claro que naquele contexto a moda não fazia parte do “repertório legítimo”.

Desde 1950 certamente houveram transformações nas dinâmicas sociais, tanto no campo da moda quanto no da educação no país, o que gerou novas demandas. No campo da moda um exemplo é a necessidade de profissionalização para a competitividade na indústria, ocorrida nas últimas décadas do século XX. Isto promoveu uma expansão nos cursos superiores da área.

Pires assegura que o valor da moda como produto e campo de trabalho junto ao mercado originou uma nova visão da área, "antes considerada menor pela Academia" (PIRES, 2002, p. 9). A crescente produção acadêmica sobre moda em pós-graduação *strictu-sensu* é um sinal disto. Segundo Bonadio (2010) até 1997 a produção não chegava a 10 títulos/ano, em 2004 chegou a 30 e em 2009 o número foi de 72 trabalhos. A autora registra que os cursos de formação em moda no país eram 149 em 2009.

É importante ressaltar que, a partir do final da década de 1990, surgiram iniciativas na academia para o estudo e discussão da moda em suas relações mais complexas. O evento corrente mais relevante neste sentido é o Colóquio de Moda, que acontece anualmente, em diferentes cidades sedes e está na 8ª edição. O evento agrega professores (as), estudiosos (as) e estudantes da área e gera desdobramentos como parcerias de produção, oportunidades de articulação nas diversas frentes, material literário, entre outros. Também demonstra o interesse na reflexão e discussão sobre a moda em suas relações.

Estes dados servem como indicadores de um avanço do campo da moda nos domínios da academia. Contudo, como ressalta Pires (2002), ainda existem certas permanências. Ela considera que apesar da graduação em design de moda não ser destinada especificamente para o público feminino, o conhecimento do qual ela trata foi definido historicamente como “próprio da mulher”. Ela afirma que o mercado, ciente da predominância do feminino na moda, tem exercido influência sobre currículos e docentes na estruturação dos programas, o que acaba por reafirmar tal predominância. Já de acordo com Bonini, Menezes e Paula (2011), em pesquisa realizada sobre a participação por gênero nas universidades da grande Florianópolis/SC nas graduações em design de moda daquela região entre 2007 e 2009, 96,61% de concluintes eram “mulheres”.

Neste contexto de avanços e permanências, a universidade pode constituir-se num lugar privilegiado para a problematização das realidades ao repensar comportamentos tradicionais. Porém, este não é um exercício simples e precisa ser realizado primeiramente pelos (as) docentes de design de moda.

#### **4 O (A) PROFESSOR (A) DE DESIGN DE MODA: POSSIBILIDADES DE INTERLOCUÇÃO**

No Brasil, a estruturação dos cursos superiores na área da moda foi relativamente tardia, como tardio também foi o despertar local para a necessidade de profissionalização do campo. Sob demandas econômicas, estas graduações surgiram com o compromisso de formar profissionais para o mercado, o que fica evidente na fala de Sanches, quando afirma que

Os Cursos são comprometidos com a instrumentalização do acadêmico para que esse possa estar apto a ser um ganhador. Para tanto, as instituições se propõem transmitir a prática do campo, o que é feito por meio dos laboratórios específicos, criados nos moldes do campo que desejamos reproduzir e por meio da teoria, que propicia instrumentos de compreensão das práticas. (SANCHES, 2006, p. 31).



Assim, a formação para a reprodução do modelo vigente torna-se o foco dos cursos, que priorizam em suas abordagens a transmissão das práticas profissionais em detrimento de outras perspectivas possíveis, mantendo os valores estabelecidos. A prioridade dada à instrumentalização toma o lugar de problematizações a respeito das estruturas do próprio campo. Pires exemplifica que a formação de estilistas para a área reproduz e dissemina valores já estabelecidos como

a predominância do feminino na moda, que, por determinantes históricos, influenciou currículos e docentes a estruturarem seus programas numa preconceituosa estética feminina que privilegia uma minoria e marginaliza a maioria do biotipo da população brasileira, assim como o sexo masculino e todas as faixas etárias que não façam parte da juventude. (PIRES, 2007, p. 11).

Considerando as falas destes autores, à luz da perspectiva de gênero, as graduações em design de moda estão a reproduzir os valores estabelecidos por meio de comportamentos tradicionais. A predominância do feminino na moda é mantida tanto como público-alvo dos cursos, quanto como público-alvo dos produtos criados. Esta atitude reforça separações entre gêneros e não promove intervenção nas relações de poder que tem gerado desigualdade de valores.

Segundo o olhar de Morin, a educação mostra-se como uma oportunidade oposta. Ele afirma que, em sua essência, a educação é uma estratégia para apresentar às pessoas seus destinos multifacetados: pessoal, social, histórico. Isto reforça algo que ele aponta como tarefa primordial da educação: fazer desconfiar do que é tomado como natural, pois uma convicção absoluta sobre uma idéia acaba com a oportunidade de compreender outra (MORIN, 2005).

Quando o autor se refere a uma essência da educação, ele não especifica uma área. Mas aqui destacamos a educação em design de moda, por parecer tão evidente seu curso convicto à margem das possibilidades de problematização.

Em parte, o perfil dos (as) professores (as) e coordenadores (as) das graduações em design de moda também pode ser razão para a conformação dos cursos com os valores do mercado. Como nota Sanches, a maioria dos (as) docentes atuam no campo da produção/comercial e na academia. Este duplo compromisso

dificulta o avanço nas titulações dos (as) docentes, ao mesmo tempo em que os mantêm próximos dos valores vigentes do mercado. (SANCHES, 2006, p. 50).

Não apontamos isso como descompromisso docente. Mas para superar a reprodução de formas produtivas, de subordinações ou modelos, faz-se necessário o trabalho de um (a) professor (a) que se aproprie das possibilidades de problematização que a educação propicia. Ela é um meio para o exercício do abandono dos determinismos, rumo a um pensamento que não mais isola e separa, mas compreende e une. Mais do que transmitir saber, a missão significativa da educação, na ação do (a) professor (a), é favorecer um modo de pensar aberto e livre (MORIN, 2001).

Este modo de pensar surge na prática do (a) professor (a) de design de moda por meio de ações oriundas de reflexão política, que ampliem as informações, conhecimentos e possibilidades. Como por exemplo, a reflexão sobre as relações da moda nas construções sociais no decorrer da história sob a perspectiva de gênero. Reflexão que identifica as relações de poder permeadas nestas construções sociais. Evidentemente, esta não é a única perspectiva possível para refletir sobre formas reprodutivas dos saberes. Aqui destacamos o gênero, por suas relações entranhadas com o estabelecimento dos costumes sociais por meio da moda.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Apesar de a moda ter sido expandida para os diversos âmbitos das sociedades podemos perceber, em parte, permanências de tal assunto como pertencente ao interesse feminino. Nisto, nos referimos também à educação em design de moda, que mesmo com inegáveis avanços, parece demonstrar constância em idéias advindas de comportamentos tradicionais.

A conexão construída entre o feminino e a moda, tem início na divisão das modas feminina e masculina, que se desdobraram a partir de então de formas distintas: a fútil moda feminina e a prestigiosa masculina.

Feminino e masculino também foram separados. Socialmente foram construídos universos atribuídos de características distintas. Estas idéias tiveram reforço do discurso científico, que endossava a diferença natural e de valor entre feminino (inferior) e masculino (superior).

A perspectiva abordada lança luz sobre tais questões, pois entendendo gênero como construção social, não embasa a idéia de diferenças determinadas pela natureza. O olhar sob esta perspectiva problematiza as diferentes posições ocupadas pelo feminino e masculino nos espaços sociais, trazendo à tona as relações de poder que envolvem ações muitas vezes naturalizadas socialmente.

As graduações em design de moda no país surgiram para atender as demandas do mercado, com o compromisso na formação do (a) profissional capaz de manter e/ou incrementar os modelos e valores vigentes.

Na contramão deste pensamento apontamos que a educação se mostra mais ampla, um meio de superação da reprodução do modelo vigente. A figura do (a) professor (a) de design de moda tem a possibilidade de favorecer pensamentos abertos e livres, a fim de provocar reflexões sobre as diversas relações entre moda e seu contexto social, cultural, político, econômico, para deliberadamente interromper a reprodução simplista.

Louro (1997) aponta que as atitudes fundamentais para a intervenção nos cenários de reprodução da desigualdade por meio da educação são: observação e questionamento. O que ela define como “afinamento da sensibilidade” é primordial para estas ações, pois “sensibilidade supõe informação, conhecimento e também desejo e disposição política.” (LOURO, 1997, p. 121).

É pertinente à academia pensar a educação, por meio da ação do (a) professor (a) de design de moda, como possibilidade de provocar problematização e colaborar na construção de indivíduos empoderados de maior entendimento.

## REFERENCIAS

BONADIO, M. C. A produção acadêmica sobre moda na pós-graduação *strictu sensu* no Brasil. **Iara**: Revista de Moda, Cultura e Arte. São Paulo. V.3 N°3 dez. 2010.

BONINI, P.; MENEZES, E.C.O.; de PAULA, G. C. Participação feminina na universidade, na produção e no rendimento médio da Grande Florianópolis. In: 6o. ENCONTRO DE EXTENSÃO DA UDESC, 2011, Joinville. **Anais do EEX** - ISS2236 - 7055, 2010.

CARVALHO, M.; TORTATO, C.. Gênero: Considerações Sobre o Conceito. In: STANCKI, N. & CARVALHO, M. & CASAGRANDE, L. (org.). **Construindo a Igualdade na Diversidade**: gênero e sexualidade na escola. Curitiba: UTFPR, 2009.

CRANE, D. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac, 2006.

HOLLANDER, A. **O Sexo e as roupas**: a evolução do traje moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

LAVIER, J. **A roupa e a moda: uma história concisa**. São Paulo: Cia. das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero**. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

LOURO, G. *Femilidades na pós-modernidade*. **Labrys. Estudos Feministas** (Online), v. 10, 2006. <[Http://vsites.unb.br/ih/his/gefem/labrys10/riogrande/quacira.htm](http://vsites.unb.br/ih/his/gefem/labrys10/riogrande/quacira.htm)> Acesso em: 04 out. 2012.

LOURO, G. **Gênero, Sexualidade e Educação**. Petrópolis: Vozes, 1997.

MARIANO, S. A. Modernidade e crítica da modernidade. **Cadernos Pagu**, v. 30, jan-jun, 2008.

MORIN, E. **A Cabeça Bem-Feita**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

MORIN, E. **Os sete saberes Necessários à Educação do Futuro**. Brasília: Cortez, 2005.

ONO, M. M.; SILVEIRA, L. M.; CORREA, R. O. Representações de gênero na ciência, tecnologia e sociedade, mediadas pela publicidade impressa. In: STANCKI, N. & CARVALHO, M. & CASAGRANDE, L. (org.). **Construindo a Igualdade na Diversidade**: gênero e sexualidade na escola. Curitiba: UTFPR, 2009.

PIRES, D. B. A história dos cursos de design de moda no Brasil. **Revista Nexos: Estudos em Comunicação e Educação**. Especial Moda. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, Ano VI, Nº 9, 2002.

PONTES, H. Modas e modos: uma leitura enviesada de O espírito das roupas. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 22, June 2004. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-83332004000100003&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332004000100003&lng=en&nrm=iso). Acessado em 10/05/2012.

SANCHES, L. **Os Moldes da Moda**: Um estudo sobre o estado dos cursos de formação em moda no Brasil. 2006. 121f. Dissertação – Universidade Regional de Blumenau. Blumenau/SC. 2006.

SILVA, D. P. M. Superando as desigualdades de gênero: o papel da escola. **Revista Gênero**, Núcleo Transdisciplinar de Estudos de Gênero-NUTEG, v.8, n.1. Niterói: EdUFF, 2007.

SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, T. T. da (org.), Hall, S., Woodward, K. **Identidade e Diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

SVENDSEN, L. **Moda**: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.