

O DESIGN DOS CORPOS TRANSGÊNEROS NA COMUNICAÇÃO DE MODA

Transgender design in fashion communication

Fabri, Hécio Prado; Mestre, Pontifícia Universidade Católica do Paraná;
Universidade Positivo; Universidade Tuiuti do Paraná;
helcio.fabri@terra.com.br¹

Resumo

O corpo humano tornou-se objeto do design. Sua manipulação é possível por meio de cirurgias estéticas ou plásticas que permitem a modificação das formas corporais até a transformação de sua anatomia sexual natural. Tal discussão é o problema central deste trabalho, que pretende identificar nas mídias de moda, representações sobre o tema gênero e suas redesignações.

Palavras chave: design; corpo; moda; transgêneros.

Abstract

The human body has become an object of Design. Its modification has been possible due to the development of cosmetic surgical intervention, which allows the body structure to be eventually transformed, up to a point in which its natural sexual anatomy is then redefined. Such discussion, here by presented, is the core of this scientific research, which aims to identify representations in the thematics of gender redesigning in contemporaneity.

Keywords: design; body; fashion; transgender

Introdução

Nas práticas sociais e culturais da sociedade hipermoderna, o corpo tornou-se um capital privado que permite remodelagens e hibridizações por meio das interferências tecnológicas que proporcionam a alteração da estrutura natural do corpo, atribuindo a ele novos significados imagéticos. Essas novas formas de presença tornam-se midiáticas, provocam reflexos no consumo de imagens, no comportamento dos diversos grupos sociais e ressignificam esses corpos e seus estilos de vida..

Esse trabalho tem como objetivo discutir a respeito das transformações corporais em uma sociedade onde o corpo humano se tornou objeto de design,

¹ Doutorando em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná, Linha de Estudos de Cinema e Audiovisual, com orientação da Profª. Drª. Sandra Fischer. Desenhista Industrial e docente na área de Design de Produtos, Design Gráfico e Design de Moda na Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR) e Universidade Positivo (UP).

com a possibilidade de manipulações de ordem funcional ou estética, superficial ou internamente a ele, seja por meio de técnicas de aprimoramento físico, interferências epidérmicas, modelagem por meio de próteses médicas, implantes subcutâneos, plásticas até cirurgias para redesignação de gênero, com a transformação da anatomia sexual natural. Nesse percurso, pretende-se indicar que a mídia de moda, seja editorial ou publicitária, opera na representação da imagem de modelos transgêneros, contribuindo para a socialização e o acultramento, delineando valores, preferências, desejos e gostos que condicionam escolhas públicas e privadas

O trabalho será conduzido a partir de discussões concernentes ao pensamento contemporâneo sobre design, corpo, gênero e moda, embasado no pensamento de Flusser, Maldonado, Burdek, Le Breton, e Castilho.

O design corporal e as redesignações de gênero

O estudo do corpo humano é um tema de infinitas proporções e nos revela um universo cultural, religioso, científico, político, econômico e social a respeito dos indivíduos e da sociedade. Ao mesmo tempo em que ocupa um lugar no espaço, o corpo é um espaço que apresenta diversos desdobramentos. Esse corpo físico que pode ser tocado, sentido, manipulado, pode ao mesmo tempo ser observado, contemplado e desejado. As características do corpo variam de acordo com as condições materiais, com os modos de sentir, de habitar, de experimentar o sensível.

No transcorrer da história, as aspirações e as relações dos sujeitos com relação ao corpo, presentes nos debates culturais, se carregaram de marcas de origem, de gênero e de classe e revelaram um complexo sistema de transformações. O corpo foi exposto aos saberes médicos e genéticos sobre o organismo, às tensões impostas pelas normas sociais diante de seus desejos e prazeres, à excessiva difusão de imagens que expõem o indivíduo e sua intimidade à exploração visual, publicamente nas telas do cinema, televisão e nas fotografias dos anúncios publicitários, ou na privacidade das câmeras dos computadores domésticos e *smartphones*. Surgiram novas normas e poderes biológicos e políticos e, no século XXI, vemos o interesse crescente pelo corpo humano, que passa a ser um elemento de apresentação de inovações tecnológicas, na busca pela saúde e pelo bem estar individual.

O corpo humano tornou-se objeto do design, em uma sociedade que convive com a possibilidade de manipulações estéticas em sua superfície, por meio de técnicas de aprimoramento físico tais como ginástica, musculação, *bodybuilding*, interferências epidérmicas como as tatuagens, cicatrizes, escarificações, técnicas de modelagem por meio de próteses médicas, implantes subcutâneos, enxertos, cirurgias plásticas para adaptação do corpo aos padrões estéticos impostos pela moda, até cirurgias de transgenitalização para redesignação de gênero com a mudança da anatomia sexual natural.

Assim, do ponto de vista da tecnociência, o corpo humano pode ser considerado como um rascunho, uma matéria-prima de geometria variável, que pode ser redesenhada de uma forma diferente daquela configuração natural, como destaca Le Breton ao afirmar que

Em nossas sociedades, a parcela de manipulação simbólica amplia-se, o reservatório de conhecimento e de serviços à disposição dos indivíduos estendeu-se desmesuradamente. A maleabilidade de si, a plasticidade do corpo tornam-se lugares-comuns. A anatomia não é mais um destino, mas um acessório da presença, uma matéria-prima a modelar, a redefinir, a submeter ao design do momento 2003, pp.27-28).

As tecnologias se aproximam cada vez mais do ser humano, misturando-se ao corpo e dificultando a identificação do que é uma coisa ou outra. O corpo na contemporaneidade não apresenta os mesmos contornos que no passado, ao ponto de não sabermos quais os seus limites, o que é possível ou lícito e o que pode ser mudado sem que o indivíduo altere ou não a sua identidade. A respeito destas práticas, Michaud enfatiza que

[...] essas intervenções *biotech* permitem entrever o aparecimento de um homem mutante, filho de suas próprias opções e de suas técnicas, com esta ambiguidade que não se sabe se aqui se trata de um homem inumano por desumanização ou de um super-homem que ultrapassa a humanidade para levá-la mais alto e mais longe e levá-la à plenitude(2008, p.551).

Em sua pesquisa sobre cultura, sociedade e técnica, Maldonado enfatiza que “a progressiva artificialização do corpo já é evidente [...] e que certamente, no futuro, novas próteses cada vez mais refinadas, melhorarão seu desempenho”(2012, p.119). A condução da vida torna-se pautada por princípios tecnológicos fazendo com que o indivíduo seja estimulado a adotar uma série de práticas que possibilitam a criação e manipulação da vida.

Burdek destaca que após a descoberta da sequência de DNA no ano de 2000, a “junção das pesquisas genéticas com a informática, a bioinformática, possibilitará totalmente novas tarefas de design: da mesma forma que se criarão novos órgãos, o corpo humano em si passará a ser objeto de design” e complementa que “a eugenia privada passará a ser também um campo de atuação do designer, já que o valor ‘semântico’ ou o ‘estético’ serão certamente temas do design humano no futuro” (2006, p. 431). Em consequência disso, Sibilia descreve que “estamos na iminência de decisões políticas e éticas que ameaçam ter consequências de peso quanto ao futuro de nossa espécie [...] desta vez, porém, os sonhos da autocriação humana se apresentam como tecnicamente viáveis, suscitando tanto reações de euforia e celebração quanto de desconforto e rejeição” (2002, p.16).

Deparamos com a possibilidade da concretização dos organismos híbridos que atendem aos desejos humanos de se modificar e ampliar suas capacidades limitadas. Segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, desde 2011, o Brasil ocupa o 2º lugar no ranking das cirurgias realizadas no mundo. Entre 2009 e 2012, o número de cirurgias plásticas no Brasil cresceu 120% e as cirurgias estéticas lideram a lista dos procedimentos mais procurados.

As transformações do corpo em objeto a ser modelado são expostas em catálogos disponíveis nas salas de espera de clínicas especializadas, com imagens que os cirurgiões apresentam aos clientes para propor intervenções precisas, onde se veem rostos ou fragmentos do corpo a ser modificado e o resultado após efetuada a operação (Le Breton, 2003, p.29). Desta forma o cliente pode escolher o design mas conveniente, modificando traços do seu corpo ou rosto, seja nos seios fartos, remodelados ou modificados por próteses de silicone, lipoaspirações ou implantes subcutâneos para modelar as proporções físicas desejadas.

A evolução dos procedimentos cirúrgicos de manipulação corpórea e implante de próteses também tornou possível a transformação da anatomia natural externa de indivíduos que possuem discordância de gênero, e que não se identificam, psíquica ou socialmente, com a designação atribuída pelos médicos nas primeiras ultrassonografias ou no momento do nascimento. Dados divulgados pelo Ministério da Saúde apontam que foram realizados 2.714

atendimentos hospitalares e ambulatoriais para o processo de redesignação de gênero masculino para o feminino, desde agosto de 2008, quando a cirurgia começou a ser oferecida pelo Sistema Único de Saúde (Uribe & Falcão, 2013).

Para alguns indivíduos, a vivência de um gênero, masculino ou feminino, pode ser discordante do sexo, macho ou fêmea, o que passa a ser uma questão de identidade, como no caso dos travestis e transexuais que são tratados coletivamente como parte de um grupo designado como transgêneros (Jesus, 2012, p.7). Utiliza-se neste trabalho a definição de que transexual é o indivíduo que possui uma identidade de gênero diferente do sexo biológico natural, e que muda a sua configuração corporal por meio de terapias hormonais e cirurgias de reconfiguração de gênero para viver e ser aceito como sendo do sexo oposto. Já os travestis interferem na configuração corporal por meio da indumentária e da utilização de terapias hormonais e de próteses de silicone em parte do corpo. No entanto, manifestam o desejo de manter o seu sexo biológico e não se submetem a cirurgias de transgenitalização (Stratton & Hayes, 1994).

Considerando que determinação de gênero humano não é baseada apenas na estrutura anatômica do corpo, mas de uma combinação de fatores biológicos, psicológicos e sociais, essas interferências tecnológicas ao corpo são usadas para proporcionar a adequação da aparência física ao gênero com o qual o indivíduo se identifica e trazem à pauta das discussões as questões relativas aos direitos civis de travestis e transexuais, bem como aos processos decisórios e a livre disposição de partes do próprio corpo, a alteração de gênero, identidade e papéis sexuais. A falta de consenso entre algumas designações nesta área, entre elas a transexualidade e transgeneralidade, sexo, gênero, expressão de gênero, identidade de gênero, papel de gênero, orientação sexual, tornam importantes os comentários sobre as definições de alguns termos. Enquanto sexo, em uma perspectiva biológica, está relacionado com as designações “macho e fêmea”, com os cromossomos, níveis hormonais, conformação anatômica do corpo e órgãos reprodutivos e genitais, gênero em uma perspectiva sócio cultural, está relacionado com as designações “masculino e feminino”, com a auto-percepção e a forma como o indivíduo se expressa socialmente. Partindo deste ponto de vista, a adoção de determinadas identidades e papéis de gênero independe da anatomia sexual

(sexo) e da orientação sexual (assexual, heterossexual, homossexual ou bissexual), caracterizada pela atração afetivo-sexual por alguém.

Le Breton comenta que, muitas vezes os indivíduos que recorrem às cirurgias estéticas estão em crise, e encontram nesses recursos a possibilidade de romper de uma vez com a orientação de sua existência e modificar o olhar sobre si e o olhar dos outros, a fim de sentir-se existir plenamente, mudar de vida, modificar seu sentimento de identidade (2003, p.30). Desse ponto de vista, o corpo transgênero pode ser entendido como um artefato tecnológico resultante de uma construção hormonal e cirúrgica, que o leva a ter uma aparência pessoal de acordo com seu sentimento pessoal.

Recorre-se aqui a noção etimológica de artefato, um produto concreto da *techne* (arte, em grego) que significa fazer com arte e que, na visão de Maldonado

Existe atualmente um consenso para se considerar os artefatos nada mais que próteses, entendidas como estruturas artificiais que substituem, completam ou potencializam, em parte ou totalmente, uma determinada função do organismo. As mais famosas são as próteses dentárias e as ortopédicas. Mas agora a noção de prótese assume um conceito muito mais amplo (2012, p.122).

Le Breton (2003, pp.30-31) descreve que as metamorfoses corporais do indivíduo transgênero não ocorrem de maneira banal, de um design para outro. Ocorrem inicialmente no imaginário do indivíduo a partir da sua percepção de si e, posteriormente, na percepção de suas relações com os outros e com o mundo, tendo o corpo como artefato da presença e vetor de uma identidade ostentada, fazendo com que o próprio sujeito seja o “mestre de obras que decide a orientação da sua existência”. Nessa perspectiva, complementa que

É ele próprio, e não um destino anatômico, quem decide seu sexo de eleição; ele vive por meio de uma vontade deliberada de provocação ou de jogo. O transexual suprime os aspectos demasiado significativos de sua antiga corporeidade para abordar os sinais inequívocos de sua nova aparência. Modela para si diariamente um corpo inacabado, sempre a ser conquistado graças aos hormônios e aos cosméticos, graças às roupas e ao estilo de presença (idem p.32).

Macho e fêmea, masculinidade e feminilidade tornam-se referências na produção do design corporal, pelo uso de artefatos e de práticas que revelam um vasto campo para experimentações. O indivíduo transgênero torna-se um

viajante em seu próprio corpo, cujas formas e gênero se modificam de acordo com sua vontade. Le Breton (ibid) comenta que os transgêneros são um “símbolo, quase caricato, do sentimento que o corpo é uma forma a ser transformada. Nesta definição, chama a atenção o emprego do termo “caricato originário do italiano *caricacare*, cujo significado é carregar. Fazer uma caricatura, é portanto, intensificar, exagerar os traços ou características do sujeito representado.

As representações do transgêneros nas imagens de Moda

Considera-se que as interferências tecnológicas estão ligadas aos movimentos de Moda, ao proporcionarem a alteração da estrutura anatômica e natural do corpo atribuindo a ele novos significados imagéticos. Por intermédio do corpo e dos elementos de moda, os indivíduos podem tecer discursos, tramar enredos, modelar representações enquadradas ou não às convenções estabelecidas nos discursos sociais, culturais e políticos. Por outro lado, o sistema de Moda participa da construção dos discursos contemporâneos ao incentivar o consumo de produtos e imagens que ressignificam estes corpos e seus estilos de vida. As novas formas de presença possibilitadas pelas tecnologias são estabelecidas inicialmente no próprio corpo; posteriormente, por meio da exposição nas mídias de moda, tendem a provocar reflexos no comportamento dos diversos grupos sociais. Tal exposição revela corpos, gêneros e sexualidades que manifestam resistências ou contestações políticas e acessam com profundidade as práticas sociais e culturais.

Ao mesmo tempo em que indústria de moda trabalha na construção de padrões de beleza, ela também subverte estes padrões, desconstruindo gêneros e provocando estranhamentos que podem se tornar “normas” e tendências depois de certo tempo. Esse tensionamento é uma forma de alertar para os problemas contemporâneos e as inquietações do momento. Em um mundo bombardeado pela artificialidade das imagens digitais, retocadas por softwares de edição de imagens, o que nos chama atenção é que algumas marcas de moda estão elaborando os *castings de suas* campanhas a partir de perfis de indivíduos comuns, orientais, ocidentais, tatuados, deficientes físicos, transgêneros, selecionados a partir de observações nas ruas, nos palcos e na internet. Em tais representações, os padrões e estéticas considerados como

cânones da beleza em tempos passados aparecem desestruturados em determinados contextos no contemporâneo, privilegiando novos padrões e que, segundo Castilho, “transformam o que era visto como ‘defeito’ em dons dotados de novo sentido estético e nova estrutura de proporção” (2004, p.116).

É difícil a compreensão do que é belo ou feio, pois cada cultura, em cada época, acaba estabelecendo seus próprios códigos, conforme defende Umberto Eco ao comentar que

De quando em quando devemos fazer um esforço para ver como diferentes modelos de beleza coexistem em uma mesma época e como outros se remetem mutuamente através de épocas diversas. [...] As coisas feias também compõem a harmonia do mundo por meio de proporção e contraste. A beleza nasce desses contrastes” (Eco, 2007, pp.14-85)

Tais considerações nos levam a refletir sobre as reconfigurações do corpo e seu lugar na cultura contemporânea, em que alguns discursos midiáticos rompem com os paradigmas da heteronormatividade e da regulação binária de gêneros, tratando a representação de identidades a partir da reiteração de imagens que revelam os limites imprecisos entre masculino e feminino. Nesse contexto, as questões relativas à Moda, se revelam de forma antagônica, representadas por imagens de corpos modificados de modelos transgêneros, potencializados pelas tecnologias disponíveis, cuja aparência é complementada por intermédio de implantes, vestuário, acessórios, adornos, maquiagens, um conjunto de práticas de manipulação corpórea experimentadas pelos indivíduos no mundo contemporâneo.

Recentemente, a rede de lojas de departamentos *Barneys*, lançou sua campanha de primavera-verão 2014, intitulada *Brothers, Sisters, Sons & Daughters*, utilizando em seu catálogo a imagens de 17 modelos transgêneros, fotografados em preto e branco pela lente de Bruce Weber, um dos maiores nomes da fotografia de moda mundial. A campanha incluiu uma série de curtas-metragens envolvendo depoimentos dos modelos e de suas famílias, que falam sobre suas vidas e suas transições de gênero.

Na esteira da inclusão de modelos transgêneros nos editoriais e na publicidade de moda, a revista *Vogue Brasil* de junho de 2013, discutiu os diferentes biotipos representados pela mídia de moda contemporânea em um editorial intitulado “Liberdade de Escolha”, fotografado por Mario Testino. Nele

aparece a imagem da ex-nadadora olímpica, Casey Legler, que tornou-se a primeira modelo feminina a ser contratada para compor o *casting* da divisão masculina da agência *Ford Models*. No editorial, o visual nu e andrógino de Casey evidenciava a musculatura do corpo conquistado pelas práticas esportivas. Legler desfilou também para a marca masculina *Michael Bastian* durante a Semana de Moda de Nova York em fevereiro de 2013 e posou para editorial para a *V Magazine*. Na mesma edição da *Vogue*, em outro exemplo da representação de imagens que evidenciam a ambiguidade de gêneros nos editoriais e na publicidade de moda, destacou-se a imagem do modelo sérvio-australiano Andrej Pejic, um dos principais representantes da androginia na moda da atualidade. O modelo masculino, com longos cabelos louros, ausência de pelos faciais e traços delicados chegou a ser confundido com uma mulher quando desfilou pela primeira vez no ano de 2010. Desde então, Pejic passou a estampar os editoriais de moda, campanhas publicitárias e desfiles de marcas femininas de alta costura, entre elas *Jean Paul Gautier*, a grife espanhola *Rosa Clará* e a marca de acessórios americana *Adeen*. Pejic também posou para o fanzine espanhol de moda *Candy Magazine*, dedicado cultura relacionada a transexualidade, *crossdressing* e androginia. No ano de 2011, Pejic ocupou o “98º lugar na lista das cem mulheres mais sexy do planeta, organizada pela revista americana *FHM*” (Rogar, 2013, p.296).

No Brasil, temos o exemplo da modelo Lea T., que passou por uma cirurgia de redesignação de gênero no ano de 2012 e ganhou notoriedade ao estrelar a campanha de inverno 2010 da marca *Givenchy* em desfiles e anúncios publicitários. A repercussão do desfile resultou em um editorial na edição francesa da revista *Vogue* do mesmo ano, intitulada “*Lea, born again*”, a capa da edição de fevereiro de 2011 da revista de estilo *Love*, cuja temática relacionada a androginia e onde aparecia beijando a modelo Kate Moss, além da participação em campanhas das marcas *Alexandre Herchcovitch* (2011), *Blue Man* (2012) e *Benetton* (2013). Em 2009, a marca de lingerie *Duloren* já havia causado polêmica com a campanha “Você não sabe do que uma Duloren é capaz” ao utilizar em sua campanha imagem da modelo Roberta Close, que ganhou popularidade na mídia da década de 1980, ao colocar sua imagem na discussão sobre transgêneros em programas de televisão e publicações do segmento. O que se percebe nestas representações é que, a imagem caricata

do transgênero, apresentando exageros na exposição de sua masculinidade ou feminilidade no passado, dá lugar a sedução e a obsessão pela beleza presente no imaginário das massas, por intermédio das manifestações da cultura, e do efeito multiplicador da publicidade de produtos da indústria da moda e da cosmética no presente.

Ao discutir os modos de construção dos corpos na publicidade e propor a classificação das imagens publicitárias diante de dois paradigmas, o corpo mídia e a mídia corpo, Castilho apresenta a categoria corpo erótico, presente nas mídias que exploram a sexualização ou a erotização. Tais imagens “exploram os contatos com a pele, instaurando o destinatário como um voyeur, por vezes convocando-o a participar da cena que se desenrola” (2004, pp.162-163). De acordo com Castilho, se enquadram nessa categoria novas expressões de sexualidade, nas quais se instauram sujeitos que assumem a homossexualidade ou o hibridismo sexual do corpo, seja pelo hermafrodita, pela mulher masculinizada ou pelo homem feminilizado, individualmente ou em casais, e destaca-se que

Nos padrões de corpos construídos ressoam discursos de aceitação do diferente e a ele atribui-se também a sensualidade característica aos corpos heterossexuais, isto é, não ocorre uma vulgarização e muito menos estereotipia desses sujeitos. Os tipos citados são construídos de modo a mostrarem tanta sensualidade quanto aos dos corpos masculinos e femininos que fazem parte do mesmo conjunto (idem).

Considerações finais

Flusser discute exaustivamente a etimologia da palavra design e o seu significado internacional, presente nos debates contemporâneos sobre a cultura. Nessa discussão, entre outras definições apresenta que design está associado à ideia de astúcia e de insídia, descrevendo o designer como “um conspirador dissimulado que estende as suas armadilhas” (2010, p.9). Também associa intimamente o design aos termos, “mecânica” e “máquina”, que derivam do grego *méchos*, “que indica um dispositivo inventado para produzir engano” e descreve que “uma máquina é, portanto, um dispositivo projetado para induzir um engano; uma alavanca, por exemplo, engana a força da gravidade e a mecânica representa a estratégia para ludibriar os corpos pesados e desafiar a força da gravidade”. O filósofo acrescenta que

A intenção (design), que está na base de toda a cultura, consiste em ludibriar a natureza através da técnica, substituir o que é natural pelo que é artificial e construir máquinas capazes de fazer surgir um deus que nós próprios somos [...] a intenção (design) está na base de toda cultura é a de transformar dissimuladamente simples mamíferos condicionados pela natureza em artistas livres (Flusser, 2010, p.12).

Argumenta-se neste trabalho que o corpo transgênero pode ser entendido como um artefato tecnológico resultante de um projeto, que envolve uma construção hormonal e cirúrgica, que o leva a ter uma aparência pessoal de acordo com a identidade desejada. Portanto, um corpo-design, que desafia a natureza, potencializado por meio das tecnologias, cuja aparência é complementada por práticas de manipulação corpórea proporcionadas pela moda, entre elas o vestuário, acessórios, adornos e maquiagens.

As manifestações discutidas nesse trabalho também colocam em pauta os processos de criação de discursos imagéticos, em termos narrativos e estéticos, que transpõem, transformam e transgridem as questões relativas à cultura heteronormativa, ao questionarem os tradicionais modelos sociais de uma sociedade patriarcal, a economia da beleza e as políticas relacionadas a gênero e sexualidade, potencializando novas formas de identidade e indicando caminhos para uma transformação social.

A reiterada exposição da temática transgênero nas mídias de moda, problematiza e legitima aspectos que a cultura heteronormativa rejeita e invalida, e cria condições para potenciais transgressões do sistema binário, masculino e feminino vigente. Por meio do design corporal e das representações nas mídias de moda, abre-se um espaço para a visibilidade dos representantes da cultura “trans”, ainda marginalizados em nossa sociedade, e a discussão a respeito dos pressupostos básicos da democracia, entre eles o princípio da igualdade, da autonomia dos cidadãos e da aceitação de que todos os indivíduos tenham a capacidade de participar dos processos decisórios referentes aos seus interesses e aos da comunidade, independentemente de gênero, raça, nível de renda ou grau de instrução.

Essas novas formas de presença proporcionadas pelas tecnologias e representadas nas mídias de moda podem diluir as fronteiras que separam os incluídos dos excluídos, os privilegiados dos renegados, talvez minimizando os efeitos perversos das contradições sociais, entre eles a prostituição, o trabalho

escravo e a delinquência, que colocam indivíduos transgêneros à margem da sociedade. As mídias de moda têm um papel importante ao proporcionarem a socialização e o acultramento, delineando valores, preferências, desejos e gostos que condicionam escolhas públicas e privadas. Nessa perspectiva, identidade dos indivíduos pode ser moldada por condicionamentos diretos ou indiretos desta instituição de poder.

Referências

Burdek, B. E. *História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

Castilho, K. *Do corpo presente à ausência do corpo: moda e marketing*. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica – Signo e Significação nas Mídias). São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2004.

Eco, U. *História da beleza*. Rio de Janeiro: Record, 2007.

Flusser, V. *Uma filosofia do design: a forma das coisas*. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 2010.

Jesus, J. G. de. *Orientações sobre a população transgênero: conceitos e termos*. Jaqueline Gomes de Jesus. Brasília: Autor, 2012. Disponível em: <http://www.sertao.ufg.br/uploads/16/original_ORIENTA%C3%87%C3%95ES_POPULA%C3%87%C3%83O_TRANS.pdf?1334065989> Acesso: 14 Mai 2014.

Le Breton, D. *Adeus ao corpo: antropologia e sociedade*. Campinas, SP: Papyrus, 2003.

Maldonado, T. *Cultura, sociedade e técnica*. São Paulo: Blucher, 2012.

Michaud, Y. *Visualizações: o corpo e as artes visuais*. In: Corbin, A. et al. (2008) *História do corpo: as mutações do olhar*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

Rogar, S. *Andrej: Liberdade de escolha*. Vogue, São Paulo, nº 418, Edições Globo CondéNast, Junho 2013.

Sibilia, P. *O homem pós-orgânico: corpo, subjetividade e tecnologias digitais*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

Stratton, P. & Hayes, N. *Dicionário de Psicologia*. São Paulo: Pioneira, 1994.

Harris, T. (2014). *Barneys Fetes Bruce Weber Campaign*. Disponível em: WWD <http://www.wwd.com/eye/parties/barneys-fetes-bruce-webber-campaign-7442219?src=search_links> Acesso: 31 Mar 2014.

Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica. Disponível em: <<http://www2.cirurgioplastica.org.br/materia-folha-de-sao-paulo>> Acesso: 15 Fev 2014.

Uribe, G & Falcão, J. (2013). *Brasil faz duas cirurgias de mudança de sexo a cada dia*. Portal O Globo. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/pais/brasil-faz-duas-cirurgias-de-mudanca-de-sexo-cada-dia-9325203>> Acesso: 15 Fev 2014.