

**CULTURA, MODA E GÊNERO: UM OLHAR EM REVISTA SOBRE A  
LINGUAGEM DE CAPRICO**

***Culture, fashion and gender: a review on Capricho magazine's language***

**Moreira, Uly Alves; Bel; Universidade Federal do Ceará;**  
[ulyalves@hotmail.com](mailto:ulyalves@hotmail.com)<sup>1</sup>

**Araújo, Maria do Socorro; MsC; Universidade Federal do Ceará;**  
[msdesign@gmail.com](mailto:msdesign@gmail.com)<sup>2</sup>

**D'Ávila, Sande Maria Gurgel; Dra.; Universidade Federal do Ceará,**  
[sandedavila@yahoo.com.br](mailto:sandedavila@yahoo.com.br)<sup>3</sup>

**Resumo:** Apresenta uma discussão sobre as mensagens das capas e do Editorial de Moda da Revista Capricho. Foram visualizados elementos básicos da linguagem visual como, a cor, a textura, o volume e a forma. Esses elementos podem sugerir clima, estação do ano, ocasião, conforto, desconforto, maciez, rigidez, aspectos simbólicos de alegria, tristeza e sedução. Remete ainda a construção da identidade social e de gênero.

**Palavras-chave:** Sociedade; Simbologia; Identidade.

**Abstract:** Presents a discussion about the messages on Capricho Magazine's covers and in its Fashion Editorials. Basic elements of visual language, as color, texture, volume, and shape, were observed. These elements may suggest climate, season, occasion, comfort, discomfort, softness, hardness, symbolic aspect of happiness, sadness and seduction. It refers also to social and gender identities' framing.

Keywords: *Society; Simbology; Identity.*

## **1. INTRODUÇÃO**

Para entender como os elementos cultura, moda e gênero se inter-relacionam buscou-se conhecer um pouco da história da Revista Capricho.

---

<sup>1</sup> Economista Doméstico (UFC), Pós- graduanda em Gestão da Educação na Faculdade Ateneu e Graduanda de Pedagogia da Universidade Federal do Ceará.

<sup>2</sup> Mestre em Design e Marketing (UM - Guimarães, PT). Economista Doméstico, Professora Assistente dos Cursos de Graduação em Economia Doméstica e Design-Moda (UFC), Vice coordenadora do Curso de Design-Moda- UFC

<sup>3</sup> Dra. em Sociologia (UFC), Mestre em Economia Doméstica – Economia Familiar (UFV), Professora Adjunto IV do Curso de Graduação em Economia Doméstica, Tutora do PET-Economia Doméstica (UFC).

Segundo Scalzo (2004) a revista *Capricho* surgiu em 1952, como a segunda revista lançada pela Editora Abril e a primeira destinada ao público feminino no Brasil. Seu formato era pequeno, e a publicação era quinzenal. As regras de edição da revista consistiam em tirar as cenas de sexo e cortar assassinatos, de modo a evitar tudo que ofendesse a moral conservadora da época. Sua aceitação foi ainda maior quando começou a abordar temas tais como, moda, beleza, contos e variedades, atingindo em 1956 a maior tiragem de uma revista na América Latina.

A revista acompanhou a modernização dos meios de comunicação e entrou também na era digital.

Em 2006, o site passa a trazer conteúdos exclusivos para a internet e aumenta a possibilidade de interação com as leitoras. Está na revista, no site, no celular, em produtos licenciados, games e eventos. Sempre buscando explicar o mundo de um jeito simples e divertido e oferecendo os serviços mais relevantes para as meninas de 13 a 17 anos (CAPRICHÓ, 2015).

Ao longo dos anos vem abordando questões do cotidiano de adolescentes, renovando-se sempre na transição entre as gerações.

A partir desse feito da permanência da revista entre o público jovem buscou-se nesse estudo: entender como a moda é estabelecida através dessa revista e como são firmados os laços de cumplicidade entre a revista e seu público; como a revista *Capricho*, utiliza, em suas capas, a moda e os objetos para compor o visual das adolescentes; que mensagens essas roupas passam às pessoas; o que essas roupas falam sobre cada pessoa que as veste; de que forma as vestimentas femininas dialogam com as questões de gênero; como os textos da revista influenciam a construção da identidade social das adolescentes.

Pressupõe-se que a revista tem uma linguagem mais arrojada para se comunicar melhor com as leitoras, e esta revista adolescente traz o que há de mais recente no mundo da moda. Acredita-se ser possível analisar em sua capa o vestuário das modelos, verificando-se as cores, silhueta, volume e a textura das vestes, que são responsáveis por definir clima, estação do ano, ocasião, conforto, desconforto, maciez e rigidez. Além disso, podem ser destacados aspectos simbólicos de alegria, tristeza, sedução, dentre outros. Pode-se assim constatar os tipos de mensagens que as roupas podem passar para as pessoas, tendo em

vista a identidade como expressão da imagem de si, para si e para os outros.

A revista foi analisada no período de uma década (1990). O recorte foi feito a fim de se obter uma visão deste fenômeno nesse período, salientando-se que foi uma década de muitas mudanças na moda. Na década de 1990, a moda foi marcada pela possibilidade de acesso rápido e global através da internet. Um dos principais fenômenos que ocorreram neste período foi a promoção ativa das supermodelos e também o papel desempenhado pelos estilistas. No final da década, prevendo o surgimento de uma indústria verdadeiramente global no século XXI, os meios de comunicação cunharam a expressão moda planetária. Isso se deu graças à disponibilidade das modas com a marca de importantes estilistas internacionais para uma ampla parcela da sociedade (MENDES, 2009).

A metodologia procurou contemplar as características específicas do objeto, a construção do referencial teórico e a análise dos temas abordados. O referencial é utilizado para dar suporte as reflexões, comparações e interpretações do estudo.

O estudo da revista *Capricho*, considerando aspectos como cultura, moda e gênero, é importante, pois favorece a compreensão dos seus significados e da influência que estes exercem sobre as pessoas, retratando assim um pouco do funcionamento da sociedade. O intuito é compreender como as revistas estão presentes na vida das adolescentes, de forma a influenciar as questões de gênero e a construção da identidade social, por meio da linguagem visual e verbal da moda.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Dialogando com os conceitos**

De forma sucinta pretende-se apresentar aqui breves considerações sobre os conceitos de cultura, moda e gênero.

Para Canedo (2009) definir o que é cultura não é uma tarefa simples. A cultura evoca interesses multidisciplinares, sendo estudada em áreas como sociologia, antropologia, história, comunicação, administração, economia, entre outras. Em cada uma dessas áreas, é trabalhada a partir de distintos enfoques e usos. Tal realidade concerne ao próprio caráter transversal da cultura, que

perpassa diferentes campos da vida cotidiana.

Nesse estudo a cultura é pensada como modos de vida que caracterizam uma coletividade. É definida como um sistema de signos e significados criados pelos grupos sociais. A cultura se produz através da interação social dos indivíduos, que elaboram seus modos de pensar e sentir, constroem seus valores, manejam suas identidades e diferenças e estabelecem suas rotinas (BOTELHO, 2001).

A palavra moda recebe um sentido mais amplo, sob o ponto de vista dos sociólogos e psicólogos, passando a designar um fenômeno social e cultural de caráter mais ou menos coercitivo, que consiste na mudança periódica de estilo e cuja vitalidade provém da necessidade de conquistar ou manter uma determinada posição social (PEARSON, 1994). A autora infere ainda que o vestuário desvenda nossos desejos íntimos, satisfaz nossas necessidades emocionais, demonstra nossa posição social e econômica.

Moda é um termo notoriamente difícil de definir com precisão, e é extremamente duvidoso que seja possível descobrir as condições necessárias e suficientes para que possamos considerar, de forma embasada, que alguma coisa está na moda (SVENDSEN, 2010).

Segundo Calanca (2008), moda é um desses termos que, usados em múltiplos contextos, oferece um quadro comum de referência e de reflexão para uma série de aspectos da vida social. Nesse sentido, Crane (2006) cita que com a globalização o mundo da moda foi se tornando cada vez mais complexo e sua importância social aumentou consideravelmente.

Para Lipovetsky (1989), moda é uma forma específica de mudança social, é um mecanismo social caracterizado por um intervalo de tempo particularmente breve e por mudanças mais ou menos ditadas pelo capricho, que lhe permitem afetar várias esferas da vida coletiva.

O gênero como uma categoria analítica pressupõe o processo de construção social das diferenças sexuais e da percepção do modo como são construídos padrões referenciais do que se concebe como masculino e feminino, contribuindo para desmistificá-los enquanto categorias naturais e imutáveis (SCOTT, 1988).

A categoria de gênero, segundo Heilborn (1990:40 *apud* OSTERNE, 2001) trata-se do emprego de designações diferenciadas para designar indivíduos de sexos diferentes ou ainda coisas sexuadas. Porém, ainda segundo a autora, o termo passou a significar a distinção entre atributos culturais inerentes a cada um dos sexos e a dimensão biológica dos seres humanos.

## **2.2 Moda e linguagem**

As roupas sempre comunicam alguma coisa, mas nem tudo que comunicam deve ser chamado de linguagem (SVENDSEN, 2010). As roupas podem ser consideradas semanticamente codificadas, mas trata-se de um código com uma semântica extremamente tênue e instável, sem quaisquer regras realmente invioláveis. Muitas vezes esses significados são preenchidos mediante referências ao mundo além da moda. Tal como a arte, a moda se tornou cada vez mais autorreferente.

A moda mostra que a satisfação visual tem suas próprias leis notáveis, e que estas se relacionam com a sexualidade no seu estilo imaginativo. A relação entre as imagens elaboradas pela moda e as condições reais da sociedade torna-se desta maneira complicada pelo processo criativo, que tem ricas perversidades e negações dentro dele que desafiam qualquer análise fácil sobre o que está criando os esquemas visuais da moda (HOLLANDER, 1996).

Toda roupa transmite mensagens a respeito de quem a usa, de forma consciente ou não, quer se queira transmitir ou não. A moda é poderosa. Ao entender que a roupa funciona bem para uma pessoa no trabalho e nas relações pessoais, esta pode realçar tanto a vida particular quanto a profissional. A roupa pode expressar o lado sério, o senso de humor, a criatividade e a natureza sexual de uma pessoa (FISCHER-MIRKIN, 2001).

## **2.3 Gênero e moda**

Segundo a Escola de Formação Sindical da CUT no Nordeste (2000), o gênero é determinado social e culturalmente, por isso varia entre uma cultura e outra e, ainda, dentro de uma determinada cultura ao longo do tempo. Ao procurar entender as relações sociais de gênero, percebe-se que a diferença entre os sexos se baseia numa construção material, onde a especificidade biológica de

mulheres e homens caracteriza-se pela dominação de um sexo sobre o outro estabelecendo uma relação hierarquizada de poder.

O conceito de gênero é útil para auxiliar no entendimento da sociedade em que vivemos, porque ajuda na compreensão das desigualdades políticas, econômicas e sociais entre mulheres e homens, que não são, puramente, advindas de diferenças biológicas, como também de construções resultantes das relações sociais (SANTOS e BUARQUE, 2006).

Assim, se o gênero é uma construção social, podemos considerar que alguns símbolos entendidos por uma sociedade como algo masculino ou feminino, nem sempre o foi e nem sempre o será, necessariamente (GOELLNER, 2010).

## **2.4 Os signos da moda e a construção da identidade social**

O signo é a união do significante com o significado. Essa união tem que ser examinada do ponto de vista da sua arbitrariedade e da sua motivação, isto é, do seu duplo fundamento, social e natural (BARTHES, 1975).

As roupas são uma ferramenta de suma importância na construção da identidade, oferecendo uma vasta gama de opções para a expressão de estilos de vida ou identidades subculturais (CRANE, 2006).

A escolha do vestuário, segundo Crane (2006), é uma das mais evidentes marcas de *status* social e de gênero – útil, portanto, para manter ou subverter fronteiras simbólicas -, o vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, vêem sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de *status*.

Conforme Calanca (2008) a roupa expõe o corpo a uma transformação constante, estruturando em signos, isto é, em cultura, aquilo que o mundo natural possui apenas potencialmente. Barthes (1975) analisa que as roupas são a base material da moda, ao passo que ela própria é um sistema de significados culturais.

## **3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

### **3.1 A capricho em revista: a guisa de uma análise de suas capas na década de 1990**

A linguagem visual por vezes é apresentada como sendo a detentora dos primeiros dispositivos cognitivos sendo através das visualizações prévias que as representações do que é pensado, organizam-se. Seja no campo das ideias, ou na realidade, as representações visuais terminam por dominar a relação que o homem tem com a moda.

A oferta de uma suposta individualidade oferecida atualmente pelo sistema da moda, que faz manifestações pessoais na formação do chamado estilo particular, como cita Barthes (1975), possibilita a mistura de produtos na composição da indumentária que leva a uma padronização do modo de pensar, e quando menos se espera o modelo escolhido para individualizar o sujeito é exatamente o modelo encontrado nas lojas de departamento, adequações de tendências internacionais.

Barthes (1975) propõe que toda cobertura corporal tem a possibilidade em si mesma de vir a se constituir em um sistema, consagrado por uma determinada sociedade. É nessa linha de raciocínio, da moda como sistema, que o estudo dos elementos semióticos da indumentária observada nas capas da *Capricho* está exposto nesse estudo.

As edições escolhidas para ser analisadas quanto à capa foram as revistas que mostram detalhes da forma, cor, e detalhes das roupas que a modelo da capa usava, permitindo assim, analisar aspectos como simbologia das cores, brilho, textura, silhueta, volume, ocasião, conforto, maciez, rigidez e tipo de tecido.

**Figura 1** – Capa da revista *Capricho* Edição nº738



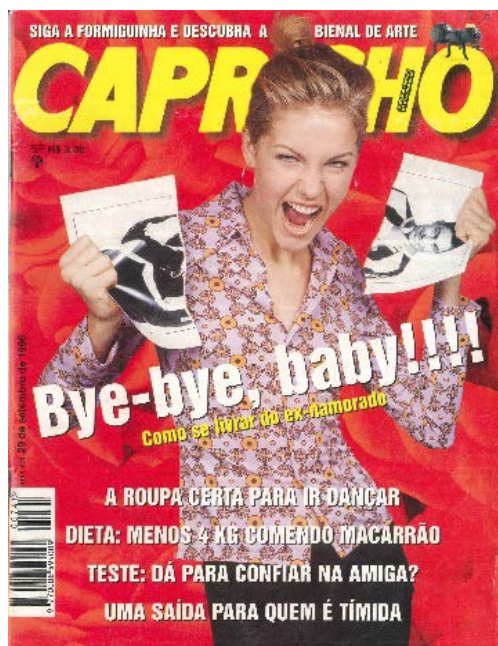
**Fonte:** Capricho, ago 1996.

Nesta capa, há uma garota ao lado de um pôster em tamanho real do ator americano Brad Pitt. A garota usa um *short* jeans justo de comprimento até um pouco acima do joelho, e uma camiseta gola polo com manga curta, e um pulôver de malha na cintura que serve tanto para prevenir do frio como para complementar o *look*. O volume desse visual está nesse casaco de malha da cintura. Brad Pitt usa três peças superiores: uma camiseta, um casaco com capuz e uma jaqueta de couro, e uma calça jeans. O volume em seu tórax se dá pelo número de peças que ele está usando, já que ele vive em um país no qual as estações do ano são bem definidas. As várias peças de roupas são para um clima frio.

A textura da roupa da garota é macia e maleável. Enquanto a roupa deste ator tem texturas diferentes. A camisa e o blusão, aparentemente, têm textura de algodão, macia, maleável e bem grossa para se proteger do frio. A jaqueta tem uma textura mais lisa e brilhante, lembra plástico. A calça jeans tem uma textura maleável, porém mais áspera.

As cores preta e cinza se revezam na roupa do ator Brad, representando a sofisticação e, ao mesmo tempo, indicando um indivíduo discreto e reservado. Na roupa da garota as cores, verde e branca aparecem, indicando feminilidade e receptividade.

Figura 2 – Capa da revista *Capricho* Edição n°741



Fonte: Capricho, set 1996.



Nesta edição, a modelo da capa está com uma camisa de mangas compridas e gola polo, e uma calça jeans. Este tipo de camisa, no final do século XX, foi mostrado nas passarelas como alternativa da camisa para ser usada com terno (CALLAN, 2007). Esta vestimenta é justa no corpo, tornando possível ver as formas do corpo. O volume está na gola polo, que chama atenção para o busto.

A textura parece ser lisa, maleável e macia, na peça superior. Na peça inferior, parece ser mais áspera e menos maleável. A cor rosa é aconchegante, romântica e feminina, enquanto a cor amarela aparece na estampa da blusa para desencadear uma descarga de adrenalina, aumentando o nível de ansiedade. Combinando, assim, com o tema principal exposto na capa, “Bye-bye, baby!!!! Como se livrar do ex-namorado”.

A roupa constrói-se como linguagem, e como tal, altera a estrutura física do corpo, imprimindo em sua plástica, novos traços, novas linhas, novos volumes e novas cores. Estes elementos são responsáveis por definir clima, estação do ano, ocasião, conforto, desconforto, maciez, rigidez, aspectos simbólicos de alegria, tristeza, sedução e, também, sugerir roupas, acessórios, sapatos e artigos que estejam na moda para as leitoras, possibilitando a construção do ser menina.

A partir das observações realizadas nas capas, em relação à forma do vestuário, pode-se considerar que as pesquisas apresentadas revelam os modos pelos quais o corpo se transformou em sua própria estética, tendo em vista que a maioria dos visuais eram justos e com pouco ou nenhum volume, como linguagem significativa, e na sequência, as relações estabelecidas entre os elementos da moda e a própria plasticidade do corpo, de onde se apreendem os pontos-chave valorizados e revelados pela moda que reveste o corpo.

O corpo é utilizado como um elemento de potência, ameaça, diferenciação, sedução, tentação, e articula amplas relações em cada uma das formas de ele estar em diferentes contextos. E em muitas das capas pode-se perceber como a revista acentua a feminilidade das jovens, através dos diferentes tipos de vestuário, sendo ainda possível notar como a revista incentiva a construção da identidade de gênero, principalmente das meninas, reforçando a ideia da menina delicada e sensível.

Com o passar do tempo, as relações entre moda e o corpo foram adquirindo características cada vez mais complexas e sofisticadas, intensificando

o estatuto de linguagem da decoração corpórea em uma das linguagens que se mostra essencial à humanidade (CASTILHO, 2004).

Na análise dos aspectos antropológicos e psicossociais do fenômeno da moda, os estudiosos puseram em destaque: o impulso para o conformismo, o desejo de reconhecimento ou de prestígio, o desejo de novas experiências, a necessidade de compensação pelos sentimentos de inferioridade, o desejo de dissimular os defeitos físicos e a necessidade de auto-afirmação. A moda, aliás, é encarada pela maioria dos psicólogos como uma forma de expansão do eu, da imagem de si (MENEZES, 1994). O vestuário exposto nas capas está entre os temas estudados sob categoria geral do comportamento, que influenciam as jovens na construção da sua identidade social, a partir do momento em que a revista incentiva os vários estilos e que as leitoras se vistam de acordo com sua personalidade.

A cor, também é um forte elemento na construção da identidade social, que pode fornecer informações sobre o *status* social, fazer uma afirmação ou influenciar outras pessoas. Pode, ainda, estimular, inspirar ou acalmar; criar uma imagem de poder, sofisticação, abertura ou intelectualidade.

É inegável a valoração, a insistência e a permanência da linguagem visual como fonte imprescindível de comunicação no mundo contemporâneo. Nessa perspectiva, a moda deve ser reconhecida como estruturada por todo um sistema visual de significados e, portanto, é importante que se tenha subsídios para entendê-la como meio de comunicação, como linguagem.

A partir da análise dos resultados foi possível verificar que a *Capricho* divulga um padrão estético corporal determinado, que surge nos textos quase como uma imposição; além de buscar formar a adolescente feminina ao incentivá-la a investir em si mesma para que possa produzir um corpo consoante às representações de saúde e beleza que a revista cria e reproduz nas páginas.

A *Capricho* investe no conceito de estilo para ensinar as meninas a conjugar as peças de moda com sua personalidade, há uma preocupação acentuada em compor um estilo feminino e romântico para suas leitoras. Dessa forma sobre o corpo das garotas incidem normas que ditam que partes podem ser reveladas ou devem ser escondidas, o quanto ela deve pesar, e ainda o que satisfaz ou não as preferências dos garotos. Ser menina para as publicações

implica, portanto, vivenciar o gênero de uma forma bem determinada, que inclui atributos e desejos heterossexuais, em grande parte submetidos a esquemas binários de homem/mulher e feminino/masculino.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho analisou os textos publicados por uma revista brasileira dirigida para meninas, a *Capricho*, durante os anos 1990, como objetivo de compreender de que forma as publicações tratam temas relacionados a moda relativo as normas de vestuário e gênero. Reflexões fundamentais foram feitas a partir de estudos sobre os temas, buscando-se identificar quais normas estão presentes nas publicações.

Ao analisar as normas de vestuário, corpo e aparência presentes na revista, constata-se um grande número de publicações em tom de guia ou manual em linguagem imperativa, que fornecem receitas, dicas e truques sobre o que é conveniente em termos de comportamento e atitude diante dos rapazes. São dicas de maquiagem, moda, alimentação, cuidados com cabelo e pele, cercados do modo como fazer, tutoriais e truques infalíveis. No que tange aos aspectos antropológicos e psicossociais da composição do vestuário, verifica-se que é possível a partir da linguagem das imagens das capas, da forma, da cor, e detalhes das roupas que a modelo da capa usa, analisar aspectos como simbologia das cores, brilho, textura, silhueta, volume, ocasião, conforto, maciez, rigidez e tipo de tecido. Acredita-se que tais aspectos são importantes para o indivíduo, principalmente, para a adolescente na busca por aprovação social, além disso, que quer enquadrar-se em algum tipo de “tribo”.

A partir da análise dos resultados da pesquisa relativo as questões de gênero é possível verificar que para a *Capricho* a constituição da identidade das meninas passa invariavelmente pelos garotos. Os garotos têm espaço na revista apenas para ditar regras de conquistas e opinar sobre o que eles acham agradável ou não nas garotas. As relações de gênero derivam de características inerentes ao menino e à menina, sendo construídas e se inter-relacionando dialeticamente. Não parece haver dúvidas de que o sexo biológico leva a uma identidade de gênero específica, ainda que essa determinação ignore uma série

de interseções que o gênero estabelece com aspectos sociais, raciais, étnicos e religiosos, entre outros.

A promoção de profundas transformações nos discursos possibilitou e continua promovendo o questionamento das práticas reguladoras dos gêneros e identidades, abrindo brechas para deslocamentos ou subversão das normas. Um caminho viável é o ato de desnaturalizar essas categorias, apontando seu caráter artificial de construção, abrindo espaços para buscar possibilidades de subversão entre os múltiplos significados que surgem a partir da desconstrução de categorias aparentemente naturais e coesas.

## 5 REFERÊNCIAS

BARTHES, R. **Sistema da moda**. Coleção signos. Lisboa: Edições 70, 1975.

BOTELHO, I. **Dimensões da cultura e políticas públicas**. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v. 15, n. 2, 2001. Disponível em: <[http://www.scielo.php?script=sci\\_arttex&pid=SO102-88392001000200011&/NG=EN&NRM=iso](http://www.scielo.php?script=sci_arttex&pid=SO102-88392001000200011&/NG=EN&NRM=iso)> Acesso em: 24 mai 2016.

CALLAN, Georgina O'Hara. **Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 1990**. São Paulo: Companhia das letras, 2007.

CALANCA, D. **História social da moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

CANEDO, D. **“Cultura é o quê?”** - reflexões sobre o conceito de cultura e a atuação dos poderes públicos. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19353.pdf>> Acesso em: 26 mai 2016

CAPRICO. **A história da Capricho**. 2015. Disponível em: <<http://capricho.abril.com.br/revista/historia.shtml>>. Acesso em: 04 mai 2015.

Capricho. São Paulo: Editora Abril, n. 738, ago 1996.

Capricho. São Paulo: Editora Abril, n. 741, set 1996.

CASTILHO, K. **Moda e Linguagem**. 2 ed. rev. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

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

ESCOLA DE FORMAÇÃO SINDICAL DA CUT NO NORDESTE. **As relações de gênero em debate**. Recife: Edições Bagaço, 2000.

FISCHER-MIRKIN, T. **O código do vestir**: os significados ocultos da roupa feminina. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

GOELLNER, S. A educação dos corpos, dos gêneros e das sexualidades e o reconhecimento da diversidade. *In: Cadernos de formação RBCE*, p. 71-83, 2010. Disponível em:  
<<http://www.rbceonline.org.br/revista/index.php/cadernos/article/download/984/556>>. Acesso em: 15 abr 2015.

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

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das letras, 1989.

MENDES, V. D. **A moda do século XX**: 280 ilustrações, 66 cores. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

MENEZES, E. D. B. de. **Psicossociologia da moda**. Universidade Aberta/2 Fascículo nº 3 – Texto 14. Fortaleza, Fundação Demócrito Rocha, 1994.

SANTOS, G.; BUARQUE, C. O que é gênero? *In: Caderno de textos gênero e trabalho*. Salvador: REDOR, 2006. 209p. Disponível em:  
<<http://www.neim.ufba.br/wp/wp-content/uploads/2013/11/formacaotrabalhadores.pdf>>. Acesso em: 17 mai. 2015.

SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2004.

SCOTT, J. W. **Gender and politics of history**. New York. Columbia: University Press, 1988.242p.

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

OSTERNE, M. S. F. **Família, pobreza e gênero**: o lugar da dominação masculina. Fortaleza: EDUECE, 2001.

PEARSON, L. **Moda conceitos e definições**. Fortaleza:Universidade Aberta/2 Fascículo nº 1 – Texto 1 . Fortaleza, Fundação Demócrito Rocha, 1994.