

GERENCIAMENTO DE IMPRESSÃO DAS *NORMAL BREAKERS*: VESTIDAS COM TECIDOS DIFERENCIADOS

Normal breakers impression management: creating exclusive with differentiated fabrics

VALENÇA, Livia do A.; Mestre; Universidade Federal Rural de Pernambuco¹
livvalenca@globo.com.br

SILVA MARTINS, Etienne Albino A.; Dra.; Universidade Federal Rural de Pernambuco,
etienneaas@hotmail.com²

ROCHA, Maria Alice V.; PhD; Universidade Federal Rural de Pernambuco.
modalice.br@gmail.com³

PLURAL – Moda e Vestuário⁴

Resumo: Este trabalho visa apresentar a aplicabilidade do uso de tecidos alternativos e diferenciados para a produção de peças de vestuário para mulheres do grupo Normal Breakers que, diante da sua independência pessoal e intelectual, buscam diferenciar-se de outros grupos por meio da apresentação social visual ou gerenciamento de impressões.

Palavras chave: Normal Breakers; Tecidos Alternativos; Gerenciamento de Impressão.

Abstract: This paper aims to present the applicability of using alternative and differentiated fabrics to produce garment for women of the Normal Breakers group. This target, faces their personal and intellectual independence, seek to differentiate themselves from other groups by means of visual social presentation or management of impressions.

Keywords: Normal Breakers; Alternative Fabrics; Management impression

¹ Mestre em Gestão Empresarial (Faculdade Boa Viagem), Especialista em Fashion Design (Faculdade Boa Viagem/ Instituto Europeo di Design), Graduada em Arquitetura (UFPE). Professora substituta da área de Vestuário dos Cursos de Economia Doméstica e Ciências do Consumo (UFRPE).

² Doutora em Engenharia Têxtil (Universidade do Minho/Portugal), Docente do Programa de Pós - Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social da UFRPE. Desenvolve pesquisas na área dos acabamentos têxteis funcionais, uniformes profissionais, vestuário e moda.

³ PhD in Fashion Design (University for the Creative Arts/University of Kent/UK). Docente dos PPG em Design da UFPE e PPG em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social da UFRPE, atuando principalmente nos seguintes temas: comportamento, consumo, desenvolvimento de produto, tecnologia, gestão e estratégia.

⁴ Grupo de pesquisa da UFRPE registrado no diretório dos grupos de pesquisa do Brasil/CNPq.

Introdução

De acordo com Ostrower (1987, p.05),

Criar é, basicamente, formar. É poder dar uma forma a algo novo. Em qualquer que seja o campo de atividade, trata-se, nesse 'novo', de novas coerências que se estabelecem para a mente humana, fenômenos relacionados de modo novo e compreendidos em termos novos. O ato criador abrange, portanto, a capacidade de compreender; e esta por sua vez, a de relacionar, ordenar, configurar, significar.

Diante disto, podemos entender que a criação pode ser adequada a qualquer produto de design, seja moda, gráfico, interiores e produtos em geral.

Cabe ao design identificar formas de agregar valor ao produto ou à coleção, sempre considerando o aspecto da estética e ergonomia, na busca da otimização do processo de produção. O designer de moda deve desenvolver o produto, que esteja em consonância com a marca da empresa ou do cliente em geral. E, ainda, entender e identificar as estratégias de mercado: da criação à comercialização.

O design quando da criação de uma peça de roupa tem o papel de visualizar a essência do processo, indo além da roupa ao buscar uma integração de novas texturas, estampas, tecidos, temas e materiais. A criação inicia-se por um tema ou solicitação do cliente (empresa ou indivíduo). Sua inspiração pode ser artística, histórica, temática, podendo ainda, partir de um determinado evento que indique os condicionantes compatíveis com a proposta e o tema escolhido/solicitado, buscando o melhor modo de apresentar seu pensamento, por meio do desenho. Deve-se considerar também o público-alvo, o mercado, os recursos tecnológicos e financeiros disponíveis.

Este estudo tem como público-alvo as mulheres maduras, considerando o que Francesco Morace (2012) denomina como o grupo de *Normal Breakers*, ou seja, homens e mulheres com faixa etária atualmente entre os 45 e os 60 anos. O autor afirma que esta geração é crítica e criativa, visto que vivenciou anos de rebeldia, participou dos movimentos alternativos e, assim, tornaram-se pessoas que valorizam o consumo de produtos com qualidade e diferenciação.

O objetivo deste estudo é demonstrar de forma aplicada a possibilidade de desenvolver os processos de produção de roupas com tecidos diferenciados para estas mulheres que já não estão dispostas a utilizar os padrões clássicos do

vestuário. Esta proposta inicia-se com a implementação dos tecidos diferenciados, ou seja, tecidos não convencionais e normalmente utilizados nos ambientes de interiores (almofadas, sofás e cortinas), com um valor de moda. Pois, esta mulher que brigou ou até transgrediu normas para se legitimar socialmente e profissionalmente, pode não se interessar em saber de onde vem os tecidos diferenciados, mas provavelmente pode se identificar e se diferenciar dos demais a partir da aparência e texturas singulares oferecidas por estes tecidos não convencionais.

Mulheres Maduras x Corpos

No Brasil, por conta da sua formação racial e cultural, temos vários tipos de corpos e ainda, variadas preferências para o vestuário. Diante do culto à beleza e à magreza, oriunda dos anos 1960, a mídia e a publicidade ainda exploram bastante estes conceitos e valorizam a juventude prolongada (MELO; ROCHA, 2011).

Culturalmente, é possível identificar uma tendência na sociedade contemporânea ao preconceito e a discriminação da “Mulher de Meia-Idade”. Rareiam as oportunidades amorosas e profissionais. Neste contexto, pode-se alimentar a ideia que esta mulher não alimente muito seus sonhos, desejos e aventuras, é esperado que a mesma aquiete-se em casa. Por outro lado, e de acordo com Chataignier (1989, p. 132),

Esta Nova Idade, 50 anos, é o máximo! [...] que solidão e a marginalização podem ser transformadas em reflexão. Esse é o momento de viver a espontaneidade e varrer os estereótipos, falar de sentimentos inconfessados e verdades adiadas. A meia idade é para ser aproveitada, não vamos fugir dela.

A cultura ocidental valoriza a juventude embasada principalmente pelas descobertas da biomedicina, que promete transformar o corpo maduro. O corpo perfeito (magro e jovem) está na moda e os debates presentes na televisão e comerciais, matérias publicadas em revistas, jornais, internet, bem como outros meios de comunicação, sempre destacam a dieta, a forma perfeita, os medos da gordura, rugas, e até a lei da gravidade que afirma que com o passar do tempo às partes do corpo naturalmente tendem a cair.

Deste modo, podemos dizer que, ao longo da vida, do processo de maturidade e da queda hormonal, acontecem modificações nos corpos, pois “durante o envelhecimento há uma gradativa perda de forças e mobilidade, tornando os movimentos musculares mais fracos, lentos e de menor amplitude” (MELO; ROCHA, 2011)”. Em sua grande maioria, essas alterações são mais percebidas nos corpos maiores e mais largos.

Neste sentido, há uma intenção velada dos meios de comunicação da contemporaneidade ocidental que o corpo jovem é o tipo “ideal” e o maduro como o “não ideal”, ou seja, estigmatizado (GOFFMAN, 2013). Logo, se a pessoa não está nos padrões ideais “impostos”, pode sofrer pressões e não ser aceita como adequada em determinados grupos e ambientes.

No entanto, o acesso às diversas tecnologias aplicadas à estética e a saúde física e mental vem levando estas mulheres maduras a um novo patamar de conhecimento, exigências e desejos. É criada uma esfera de independência e de empoderamento para fazerem o que querem e desejam, aumentando assim as idas para as academias de ginástica, as clínicas de estética e beleza, as cirurgias plásticas, além dos consultórios de psicólogos e psiquiatras. Estes lugares passam a ser locais cotidianamente frequentados, na busca do equilíbrio físico e emocional.

Adicionalmente, estas mulheres ditas maduras passam a ter uma dimensão ética e estética, entendem o consumo como um controle da dimensão social, exigindo um produto justo, escolhem as marcas de identificação e assumem as escolhas sem a preocupação com o “filtro”. São escolhas mais legítimas, em consonância com sua postura e/ou posição social, profissional e política. São mulheres economicamente independentes e, conseqüentemente, abertas às novidades que façam parte deste seu modo de encarar a vida (MORACE, 2012).

Assim, hoje podemos encontrar as *Normal Breakers* em funções e/ou atividades que independem da sua idade e deslocando-se em ambientes sociais ou corporativos conscientes do seu empoderamento, enquanto mulher e profissional (BATISTA; ROCHA, 2009).

Gerenciamento de Impressão

Considerando que as *Normal Breakers* tem personalidade definida e prezam pela sua imagem, elas tem consciência que, de acordo com Goffman (2013, p.11), “quando um indivíduo chega à presença de outros, estes, geralmente, procuram obter informação a seu respeito ou trazem à tona a que já possuem”. Para o autor, as pessoas não só tentam convencer os outros a vê-los como respeitáveis, mas também desejam que as mesmas portem uma impressão positiva de si.

Neste sentido, as representações do eu são estabelecidas a partir de uma gama de ações, símbolos verbais, não verbais e visuais as quais o indivíduo disponibiliza via informações sobre si, causando certa impressão, ainda que não plenamente correspondente com o que o sujeito efetivamente é. Ou seja, o gerenciamento de impressão se relaciona com diversos dispositivos dramáticos como gestos, expressões, adereços e vestuário utilizados para gerar respostas específicas em um determinado alvo (GOFFMAN, 2013).

Ainda na perspectiva dramática das interações sociais, Goffman (2013) apresenta as pessoas como atores que se engajam em performances, em diversos cenários, para uma determinada audiência de maneira que a relação estabelecida entre eles desenvolva definições quanto a uma situação de modo a guiar seus comportamentos. Para o autor, é necessário considerar os conceitos de ator, plateia/audiência, palco/cenário e roteiro para a compreensão do fenômeno.

Neste sentido, Goffman (2013, p. 25) explica a relação ator e plateia:

A sociedade está organizada tendo por base o princípio de que qualquer indivíduo que possua características sociais tem o direito moral de esperar que os outros o valorizem e o tratem de maneira adequada. Ligado a este princípio há um segundo, ou seja, de que um indivíduo que implícita ou explicitamente dê a entender que possui certas características sociais deve de fato ser o que pretende que é. Conseqüentemente, quando um indivíduo projeta uma definição da situação e com isso pretende, implícita ou explicitamente, ser uma pessoa de determinado tipo, automaticamente exerce uma exigência moral sobre os outros, obrigando-os a valorizá-lo e a tratá-lo de acordo com o que as pessoas de seu tipo têm o direito de esperar.

A plateia/audiência é o alvo da performance do ator. São os observadores ou coparticipantes do desempenho do ator, entendendo desempenho aqui como “toda atividade de um determinado participante, em dada ocasião, que sirva para influenciar, de algum modo, qualquer um dos outros participantes.” (GOFFMAN, 2013, p. 27).

O cenário fornece a configuração e o contexto dentro dos quais o ator performa para a audiência. As características e comportamentos, tanto do ator quanto da plateia, são combinados com os elementos ambientais para servir como estímulos, os quais são percebidos e interpretados — por meio de processos cognitivos, afetivos e motivacionais — para produzir uma definição específica para cada situação.

Das diversas situações sociais possíveis em que o a mulher madura pode estar inserida, escolhe-se como festas ou reuniões familiares, eventos estes que, podem ser considerados ritos de passagem, locais que podem mensurar o gerenciamento das impressões a partir dos comportamentos distintos de cada grupo social por apresentar normas bem definidas.

As Festas e os Ritos de Passagem

As festas, embora tenham sua origem nos rituais sagrados, exercem outras funções, pois através delas que as pessoas se legitimam nas sociedades. E, de acordo com Chataignier (1989, p.15), “era por meio das festividades que o sagrado se manifestava no indivíduo ou no grupo”.

No passado, a festa representava um momento mágico, que de acordo com Arnold van Gennep (1873-1957), em sua obra *Os Ritos de Passagem* (2011[1909]) é possível agrupar “uma diversidade de rituais que geram um padrão generalizado no que se refere ao cerimonial”. É uma proposta geral do estabelecer uma estruturação dos mecanismos rituais, ou “as razões de ser das sequências cerimoniais”. E ainda,

Segundo o critério etiológico da ação ritual, objetivando a transformação do status da vida de um elemento do grupo. Ligados a momentos fundamentais (nascimento, iniciação, casamento, morte) causam uma verdadeira mudança de vida, de grande importância

para qualquer sociedade. São processos sociais nomeados como “ritos de passagem” (Van Genneep, 2011)

Na tendência da perpetuação da cultura nas sociedades ao longo dos tempos, as festas passam a ser um alento, um momento mágico que atenuam o desgaste e os aborrecimentos da vida cotidiana (CHATAIGNEIR, 1989).

No entanto, na visão do sociólogo Sergio Gadelha, na obra de Gilda Chataignier (1998, p.15), *Festas que dão baile: as melhores dicas para você brilhar* entendem que, “a sociedade moderna é aquela que rompeu todos os laços com as antigas tradições e vem criando no mundo uma tendência inapelável para a massificação”.

Atualmente, as festas passam a ter a finalidade de reunir as pessoas, com interesses comuns, no intuito de interagir e se relacionar em prol de um objetivo comum oriundo da reunião familiar, de amigos ou reuniões corporativas.

Os Ritos de Passagem são divididos em três grupos, segundo Van Genneep, podem ser:

[...] “ritos de separação”, “ritos de margem” e “ritos de agregação”. Cada um evidencia um dos aspectos desta passagem. Ou seja, os ritos funerários, a festa de formatura, o divórcio, estabelece a separação; ao passo que os ritos de margem, consideram o período da gravidez ou o do noivado e os ritos de nascimento, batismo, casamento, primeiro dia de aula na escola ou na universidade, ressalta a agregação (ARNAULT; ALCANTARA; SILVA, 2016).

A festa proporciona a oportunidade de que todos podem ser aceitos e ainda podem apresentar como diria Erving Goffman (2013), em *A Representação Social do “Eu” na Vida Cotidiana*, são nestes momentos e eventos que os indivíduos são atores sociais que representam o seu “eu social”, pois o “eu real” é extremamente pessoal e o “eu ideal” nem sempre cabe em eventos sociais e/ou profissionais.

Deste modo, podemos considerar que a maior parte dos eventos sociais ou organizacionais, são ritos de passagem e, com ênfase numa representação

social do seu “eu” que, como tal, está com o vestuário adequado ou não, para cada ocasião.

O vestuário ou indumentária por sua vez, deve representar àquilo que o indivíduo deseja repassar para a sociedade proporcionando a sensação de pertencimento àqueles ambientes em questão do evento. Funcionando como uma ferramenta de comunicação dotada de conhecimentos no que se refere às tendências e referências da moda do momento (FRINGS, 2012).

A Roupas e o Evento

Em sua obra *A Linguagem das Roupas* (1997), Alison Lurie comenta que desde os primórdios do vestuário, o mesmo tem sido usado para distinguir o jovem do idoso. Ou seja, a indumentária pode determinar a idade de um indivíduo de acordo com os hábitos e costumes das sociedades civilizadas.

Ao entrar em qualquer ambiente, seja social ou corporativo, o modo de vestir comunica seu sexo, idade e classe social e, em alguns casos, em que trabalha, personalidade, etc. Este é um processo que está ligado à semiologia, que indica que a moda é uma linguagem não-verbal de comunicação (LURIE, 1997).

Na contemporaneidade, com os avanços tecnológicos de comunicação e o empoderamento da mulher, podemos dizer que a “moda é um discurso livre e um privilégio, se não um dos prazeres, de um mundo livre” (LURIE, 1997, p.50).

Com esta liberdade, esta mulher madura pode escolher vestir o que quiser, onde quiser e como quiser, estando em consenso com o ambiente e com o ritos de passagem. Esta escolha pode ser considerada uma subversão aos padrões atuais, onde a maioria das pessoas se veste do mesmo jeito, sem muitas variações de materiais, tecidos e modelos. Neste contexto, as mulheres maduras podem tornar-se elegantes, estilosas, diferentes e ainda economizar na aquisição do vestuário quando associar os tecidos diferenciados à produção de suas peças de roupas, incorporando novas texturas e formas não tão fáceis de encontrar em tecidos habituais para uso no vestuário.

Mini Coleção e Tecidos

Não estaremos aqui a apresentar os processos de construção de uma coleção. Apenas busca-se apresentar um recorte desta construção à margem de uma nova maneira de escolha da indumentária para mulheres maduras.

Na criação, foram considerados os dados da pesquisa de Batista e Rocha (2009, p.8) no que se refere às preferências para a Roupas Ideais visto que “essas mulheres mesmo tendo sido educadas numa sociedade mais rigorosa e formal, consideram importante comunicar algo inusitado, atrevido, provavelmente como reflexo das suas vivências” e para a Roupas Prediletas que, “são aquelas capazes de lhes dar liberdade de movimentos com elegância, lembrando que elas são pessoas em plena atividade social e que também valorizam a moda”.

Adicionalmente, as autoras acrescentam que

As mulheres maduras parecem priorizar os Indicadores [para o consumo de Moda-Vestuário] relacionados com a sua subjetividade e seu estilo de vida, sem, no entanto, se desvincularem da atualidade. Para esta amostra pudemos identificar uma busca pela roupa que se adequa à atual condição de seu corpo, respeitando a sua anatomia, aceitando seus valores e que as deixem mais joviais e elegantes; ao contrário do que o mercado lhes oferece: roupas sóbrias demais ou avançadas demais. (BATISTA; ROCHA, 2009, p.8)

Neste sentido, nossa proposta é o uso de tecidos comumente utilizados no design de interiores, ou seja, para decoração de ambientes, cortinas, almofadas e estofamento. Estes tecidos geralmente possuem aparência e textura diferente dos tecidos convencionais para o vestuário. Alguns destes tecidos tendem a apresentar densidades maiores, alta durabilidade e flexibilidade reduzida, porém quando são bem modulados às peças do vestuário podem proporcionar o conforto necessário para suas utilizadoras. Outra vantagem destes tecidos é que por apresentarem densidades maiores tendem a marcar menos o corpo, e ainda possuem uma largura mais ampla em sua metragem que possibilita maior liberdade para a criatividade de modelos e recortes na modelagem. Ainda pode-se afirmar que dependendo do tecido

diferenciado, este pode também facilitar o manejo no ato da costura quando este apresentar maior densidade e menor flexibilidade.

Metodologia

A metodologia foi dividida em três fases, a primeira foi uma pesquisa bibliográfica, com a utilização de livros, artigos científicos, artigos de revistas de moda e comportamento, internet, etc. A segunda foi à observação de características e comportamentos das mulheres maduras (público-alvo) para um melhor entendimento da realidade e da fundamentação da proposta deste em curso. A terceira fase contou com métodos e técnicas para o desenvolvimento de novos produtos vestimentares - elaboração de dois modelos de vestidos de festas, considerando os ritos de passagem, com tecidos diferenciados. Os tecidos que foram usados para a confecção das peças possuem características singulares, pois não esgarçam e nem desfiam nas costuras e são mais resistentes que os tecidos habituais para produção de roupas. São eles: gorgurão, shantung, cetim para cortinas e almofada, tafetá, brocado e juta. Para a produção com Juta, foram desenvolvidas algumas adaptações, por normalmente apresentar uma estrutura muito aberta foi forrada e, na parte superior do vestido foi aplicada entretela para proporcionar a resistência necessária para o conforto e usabilidade.

Resultados e Discussão

Os resultados desta pesquisa serão apresentados a partir do desenvolvimento de novos produtos vestimentares à luz do objetivo proposto que foi de apresentar a aplicabilidade do uso de tecidos alternativos e diferenciados para a produção de peças de vestuário para mulheres do grupo Normal Breakeers que, diante da sua independência pessoal e intelectual, buscam diferenciar-se de outros grupos por meio da apresentação social visual ou gerenciamento de impressões.

Os dois *looks* desenvolvidos são descritos a seguir.

O primeiro look denominado LEM 01, pode ser inserido nos dois grupos de ritos de passagem citado por Van Gennepe, “ritos de separação e de margem”. De modo elegante a mulher madura com este look pode frequentar desde um casamento, uma formatura ou até mesmo um funeral a depender das normas do evento. Para tanto foram utilizados os tecidos: shantung de estofamentos e tafetá para almofadas como pode ser observado na Figura 1. Estes tecidos tem, ambos a largura de 3,00 metros, enquanto os convencionais tem, de modo geral 1,40 metro.

Para as Normal Breakers não houve o interesse quanto à origem do tecido, mas a exigência com o conforto, a elegancia, e um visual diferenciado pelo design exclusivo. Foram utilizadas cores básicas, como o preto e inserções de tons de cinza, considerando que na cultura ocidental, o preto nem sempre é bem visto em cerimônias matrimoniais (HELLER, 2012).

Figura: LEM 01 – Vestido para casamento - frente e costas



Fonte: Própria, 2017

O segundo look denominado LEM 02, pode participar dos três grupos dos ritos de passagem podendo a mulher madura, ter maior liberdade e versatilidade, ao usar esta peça ela pode participar desde um evento Coquetel, evento social ou corporativo pelo horário diurno e apostando em acessórios e maquiagens mais exuberantes a mesma peça pode estar inserida em eventos noturnos.

Neste caso, foi utilizado um tom claro, para adequar-se aos diversos horários e eventos. O uso da juta um material bastante presente em nossa cultura, a nordestina. Sabe-se que por suas características de aspereza, desconforto, estrutura aberta e fácil desfiamento, a sua escolha foi premida, porém os resultados foram satisfatórios. A incorporação do tecido de juta ao modelo foi estudado rigorosamente, pois foi aplicado em áreas de pouco atrito com a pele e também aplicado juntamente com um forro de cetim de cortina para proporcionar o conforto e assegurar⁵ o tecido no seu referido lugar.

Para o corpo do vestido foi escolhido um gorgurão de estofados e de cortinas por não ter brilho e por sua alta densidade não gerar o incômodo das transparências (Figura 2). Ainda aplicou-se um forro de cetim de baixa densidade para proporcionar o conforto. Como finalização na cintura e detalhes entremeados na juta, foi utilizado o voil de cortina, que contribuiu para equilibrar o usos dos variados tecidos.

Figura: LEM 02 – Vestido coquetel/eventos corporativos – frente e costas

⁵ Assegurar o tecido: seria evitar distorção/esticamento do tecido.



Fonte: Própria, 2017

Deste modo acredita-se que, além da exclusividade na criação dos modelos, a mistura de tecidos diferenciados proporcionou um resultado adequado às ocasiões propostas.

Considerações Finais

Ao final deste trabalho, observamos que as mulheres vivem sua própria história, as *Normal Breakers*, ressaltam que o importante é sentir-se bem e confortável, vestir-se de modo diferenciado, com qualidade e adequado ao evento, ao seu corpo e a sua idade. Não importa se a procedência de um tecido é de uma loja de tecidos para vestuário ou para ambientes. Para elas o diferente, exótico e criativo se sobrepõe aos rótulos das lojas e marcas de mercado.

Referências

ARNAULT, Renan ; ALCANTARA E SILVA, Victor . **Rito de passagem**. E A , a Enciclopédia. 12/12/2016. Disponível em:< <http://ea.fflch.usp.br/lista-de-verbetes?q=node/77>>. Acesso: 10/07/17.

BATISTA, M. C. P. ; ROCHA, M. A. V. . **Consumo e estilo de vida de mulheres maduras**: reflexões por meio das roupas. In: XX Congresso Brasileiro de Economia Doméstica, 2009, Fortaleza. XX CBED. Fortaleza: ABED/UFC, 2009.

CHATAIGNER, Gilda. **Festas que dão baile**: as melhores dicas para voce brilhar. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

FRINGS, Gini Stephens. **Moda**: do conceito ao consumidor. Porto Alegre: Bookman, 2012.

GOFFMAN, E. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2013

GOFFMAN, E. **Estigma**. 4. ed. São Paulo: LTC, 1988

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Editora Gustavo Gili, 2012.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MEIRA, Mônica Birchler Vanzella. **Sobre estruturas etárias e ritos de passagem**. Ponto-e-Vírgula (PUCSP), v. 5, p. 185-201, 2009.

MELO, J. F. H. ; ROCHA, M. A. V. . **(Re)pensando as roupas para mulheres maduras**. In: 8º Colóquio de Moda - 5ª Edição Internacional - 7º Fórum das Escolas de Moda, 2012, Rio de Janeiro. Anais do 8º Colóquio de Moda. São Paulo: ABEPEM/Senai-Cetiqt, 2012.

MELO, J. F. H. ; ROCHA, M. A. V. . **Espaços, pessoas e roupas: reflexões sobre estilo de vida de mulheres maduras**. In: XXI Congresso Brasileiro de Economia Doméstica/ IX Encontro Latino Americano de Economia Doméstica/ II Encontro Intercontinental de Economia Doméstica, 2011, Recife. Anais do XXI CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA DOMÉSTICA. Recife: UFRPE, 2011.

MELO, J. F. H. ; ROCHA, M. A. V. . **Silhuetas e Corpos na Maturidade**: como vesti-los?. Oikos (Viçosa, Mg), v. 22, p. 40-66, 2011.

MORACE, Francesco. **Consumo autoral**: as gerações como empresas criativas. São Paulo: Estação da Letras e Cores Editora, 2012.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis: Vozes, 2013.