

PRÁTICAS DE SI: MODA COMO REPRESENTAÇÃO SIMBÓLICA

Lorena Pompei Abdala - Mestrado em Cultura Visual /UFG
Míriam da Costa Manso Moreira de Mendonça – Mestrado em Cultura Visual/UFG

RESUMO:

Como se dariam as propensões e noções de gosto? Pensando nas práticas de si e da aparência, este artigo busca um diálogo entre tais práticas e a noção da construção dos sujeitos, nos dias hoje. Tráz á tona a transcendência do utilitarismo da moda para uma noção de subjetivação da experiência estética. Busca entender o posicionamento identitário legitimado pelos múltiplos territórios ocupados na construção das identidades, através do olhar sobre a influência estética da música na moda, em que travam-se as questões sobre como nós percebemos a alteridade do outro e como o outro nos percebe dentro de um universo imagético.

Palavras-chave: Moda; Cultura e identidade.

ABSTRACT:

How to make known the propensity and the notions of taste? Thinking about in self practices and appearance, this article seeks a dialogue between these practices and the notion of the construction of subjects in present days. Brings to light the transcendence of fashion utilitarianism for a notion of subjectivity of aesthetic experience. Inquire understand the positioning identity legitimized by multiple territories occupied in the construction of identities, in standpoint of the influence of music aesthetics in fashion, connect the issues about how we perceive the alterity of the others and how the others perceive us, inside a imagetic universe.

Key-words: Fashion, Culture and indentity

O presente artigo faz parte da pesquisa que desenvolvemos no Programa de Pós-Graduação em Cultura Visual da FAV/UFG sobre os eixos da identidade e da alteridade através da moda. Entendida como uma experiência estética, a moda, é responsável pelas construções subjetivas e simbólicas dos sujeitos no meio em que vivem, localizada culturalmente. Temos por objetivo enfatizar pontos de convergência da influência da música e seus intérpretes na apropriação imagética dos sujeitos. Fatores, os quais são mediadores para a construção identitária da personalidade. Essas considerações traçarão o fio condutor deste trabalho.

I - Práticas de si:

“O vestuário concerne a toda pessoa humana, a todo corpo humano, a todas relações entre o homem e seu corpo, assim como as relações do corpo com a sociedade(...).O vestuário é um elemento, que de algum modo, compromete o corpo todo.”¹

Pensar em um corpo comunicativo é torná-lo um signo e, sendo um signo, segundo Barthes, sempre estará associado a sua função. Posto isto, o corpo, necessariamente, possui uma função: a de dar significância aos sujeitos, localizá-los simbolicamente enquanto *personas* culturais através da fruição plástico-estética, engendrando relações entre a forma e o conceito de acordo com as dinâmicas entre significado e significante. Lê-se com isto os processos mentais das relações das subjetividades criadoras da identidade.

Uma imagem se faz simbólica quando a ela se sobrepõe um sentido acima do significado que lhe é inerente. O ser humano sempre buscou dotar de algum sentido tudo que o rodeia e, assim sendo, suas roupas e a forma pela qual as compõe sinalizam aspectos psicológicos e filosóficos do seu caráter. Sob esse prisma, o vestuário do indivíduo pode ser considerado a transcrição de uma linguagem simbólica, um código descrito cuja significação seria, em parte, compartilhada por uma cultura. A composição indumentária é, sem dúvida, um reflexo daquilo que somos, pensamos, acreditamos. Lembrando que a palavra “*persona*”, em sua acepção primeira, carrega em seu bojo o sentido de “máscara”, parece incontestável que cada um está, consciente ou inconscientemente, representando um papel na sociedade. Seus trajes têm por

função completar essa faceta do comportamento humano em sua situação social, como expressão controlada e relato, ao mesmo tempo fiel, distintivo e iconográfico das práticas de si.

Conforme o entendimento de Barthes (1995), a moda é um código, uma linguagem.

“E há uma relação complicada entre a linguagem, tal como foi codificada e a forma como o sujeito fala (...). A moda o obriga a dizer o que se julga ser, o que se quer parecer, com a língua dos outros. O homem está condenado a dizer-se a si próprio com a língua dos outros”²

Os trajes são símbolos de identificação e o processo de relacionamento dos homens no corpo social visa justamente à transmissão, à recepção e ao intercâmbio desses símbolos. O vestir é uma das formas empregadas para tornar possível uma interação com o outro, na transmissão de idéias e opções filosóficas. O sujeito não se exprime apenas por meio de palavras, às quais são atribuídos significados determinados, mas se comunica através de uma série de outros sinais, entre os quais figura, com relevo, a sua composição indumentária.

“O *vestuário, portanto, fala*”, afirma Eco (1989, p.15), e o fato de seus códigos serem extremamente flutuantes e passageiros não lhes diminui a importância e interesse para quem decida viver em sociedade, ouvindo-o falar por todas as formas de que é capaz, ainda que sem usar palavras. Saussure (1995), em seu “*Curso de Lingüística Geral*”, foi o primeiro a defender a existência de “*uma ciência que estude a vida dos signos no seio da vida social*”. Denominou essa ciência Semiologia, estabelecendo seu objeto na investigação de qualquer sistema baseado na arbitrariedade dos signos, seja qual for sua substância ou a extensão dos seus limites, neles incluindo imagens, gestos, sons, objetos ou conjuntos desses elementos, encontrados nos ritos, costumes ou espetáculos. Se eles não constituem linguagens verbais, são inegavelmente sistemas de significação, embora para a civilização da escrita possa parecer extremamente difícil a concepção de um sistema de imagens ou matérias cujos significados possuam existência fora da linguagem propriamente dita.

“A língua é um sistema de signos que exprime idéias, e é comparável, por isso, à escrita, ao alfabeto dos surdos-mudos, aos ritos simbólicos, às formas de polidez, aos sinais militares etc., etc. Ela é apenas o principal desses sistemas.”³

Quanto às práticas vestimentares, afirma Barthes, à luz dos ensinamentos de Saussure, que é na indumentária usada, ou real, que se encontra a clássica distinção entre língua e fala. A língua, conforme analisa, é constituída pelo vestuário em nível de sistema, referente à oposição das peças, encaixes ou pormenores, cuja variação acarreta uma mudança de sentido pelas regras gerais que presidem a associação dos elementos entre si. Já a fala diz respeito a todos os detalhes pessoais de medidas, desgaste, manias e composição livre e sintagmática, enquanto combinação variada de signos recorrentes, ou seja, uma justaposição, em um mesmo conjunto, de diferentes itens cujo sentido nasce de uma determinada articulação (Barthes, 1964, p. 28).

O corpo sendo uma superfície que reflete as características da vida do sujeito estaria em consonância com a imagem representada simbolicamente. Constrói-se dessa forma uma estética da existência, o que para Foucault tratar-se-ia de práticas voluntárias sobre as quais, a fixação de regras de conduta e critérios de estética e estilo mediariam a transformação do homem em seu singular e na sua identidade.

De posse das colocações sobre o corpo como signo e a estética da existência ou práticas de si, poder-se-ia aproximar mais um elemento: a moda⁴ como suporte para as dinâmicas da alteridade e da identidade. A moda para além do utilitarismo pode ser um exercício de fruição estética, já que, simbolicamente, confere ao corpo traços identitários da personalidade. Estudos sobre Cultura Visual se apóiam na idéia da imagem e seu significado cultural, sua influência sobre os indivíduos, considerando que a visão é socialmente localizada.

Assim, diante da relação expectador/observador, existiria uma gama de contextos sócio-culturais e ideológicos que permitiriam uma série de interpretações.

Na moda, podemos entender as práticas de si, considerando o contexto cultural, pela poética da obra aberta: “afirmar-se de uma cultura que admite, diante de um universo de formas perceptíveis e das operações interpretativas, a complementaridade de inspeções e soluções diferentes.” (ECO, 2001, p.147)

A roupa como projeção ou continuação⁵ do corpo é símbolo, ideologia, subjetivação. Sendo assim, as possibilidades de representação da identidade podem se configurar de forma dinâmica e variada. O corpo representaria,

assim, uma espécie de elo entre os sujeitos e o mundo no qual vivem. Um elo que trata da identidade, da afirmação simbólica de si através do suporte do corpo. Se antes a noção cartesiana desconsiderava o corpo, o entendendo apenas como um objeto da natureza, no pós-estruturalismo não há como dissociar um do outro, já que há uma sustentação mútua do corpo objetivo e do corpo fenomenal.

A experiência estética, pela linha fenomenológica da Teoria da Recepção de Hans Jauss, é centrada na hermenêutica literária, mas podemos transpô-la para o campo das ciências humanas para entendermos a fruição estética na moda. Na teoria de Jauss, a expressão estética seria um agente histórico e não um produto social, já que a recepção (relação do leitor com a obra) identifica, cria ou adota modelos de ação. A expressão estética conduz a experiência estética, em qualquer nível/classe da sociedade, uma vez que é um processo autônomo.

Jauss criou desta forma, três categorias para a fruição estética, não hierarquizadas, mas interativas: a *Poiesis*, a *Aisthesis* e a *Katharsis*. Sendo assim, o traje levaria a uma *Poiesis* diária que seria autorizada pela *Aisthesis* (reconhecimento e opção estética) que se completaria na *Katharsis* que é a subjetivação estética por completo.

O prazer de ver e ser visto pode ser entendido pela noção antropológica do sentido social que se ordena pelos eixos da alteridade e da identidade. A sociedade se conjugaria pelo tráfego do individual e do coletivo, do si-mesmo e do outro.

Pensando as relações de troca do sujeito com o coletivo, da interação da identidade com a alteridade o vestuário apresenta-se em sua função fundamental que é a função de significação, “O homem vestiu-se para exercer sua atividade significativa. O uso de um vestuário é fundamentalmente um ato de significação, além dos motivos de pudor, adorno e proteção.”⁶

Em “O Casaco de Marx”, Peter Stallybrass nos revela as relações simbólicas das roupas com os sujeitos, de como estas se corporificam em uma presença fantasmática. São nas roupas que imprimimos nossas marcas, deixamos nossas memórias, nosso cheiro, nossos rasgos.

Desta dialética entre sujeito e objeto, temos um lastro muito forte do que se configuraria como o “eu”. Na materialidade da presença ausente, a roupa toma para si uma vida social, já que a impregnamos de nós mesmos e neste sentido ela se torna uma continuação do corpo, pois carrega em si a herança de nossas ações. As roupas recebem a marca humana. “Não posso lembrar de Allon White como uma idéia, mas apenas como os hábitos através dos quais ele me habita e me veste. Eu conheço Allon através do cheiro de sua jaqueta.”⁷ Das fragmentações, dobras e hibridismos que se intercalam nas relações entre o corpo e roupa como estruturantes para a revelação da identidade constituem-se os sujeitos pós-modernos.

II - Identidades Contemporâneas:

De acordo com Stuart Hall (2001), o sujeito pós-moderno, como ser fragmentado que é possui identidades intercambiáveis que se sobrepõem umas às outras, caracterizando o processo que este denomina de identificação, já que a construção subjetiva da identidade/identificação está em constante devir.

Para os estudiosos do pós-modernismo as sociedades do final do século XX passaram por um tipo diferente de mudanças estruturais, o que fragmentou as questões de gênero, raça, sexualidade, etnias. Esta mudança é a descentralização do sujeito. Assim, quando o sujeito perde seu “eixo”, surge o que podemos chamar de “crise de identidade”, deslocamento de si mesmo para com o mundo em que vivemos. Longe de cairmos em qualquer existencialismo, tratam-se das posturas identitárias como suporte do sujeito em sociedade, segundo os sistemas culturais.

“A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de uma falta de inteireza que é ‘preenchida’ a partir de nosso exterior, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos pelos outros.”⁸

Para o autor existiriam na história três tipos de concepções de identidades: Sujeito do Iluminismo; Sujeito Sociológico e Sujeito Pós-moderno. O Sujeito do Iluminismo é caracterizado pela razão, pelo individualismo e pelo patriarcalismo, já que desconsiderava as mulheres. O Sujeito Sociológico era

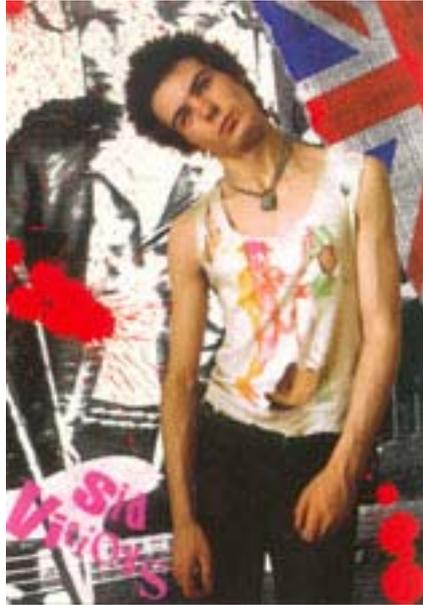
baseado na interação entre o “eu” e a sociedade, mundo público e privado, a realidade cultural e social; era o próprio sujeito, enraizado na estrutura social.

Com as mudanças sociais favorecidas, principalmente, pelos processos de globalização, as estruturas sociais se modificaram, fragmentaram-se para uma pluralidade que até então nunca fora possível. A desterritorialização que o processo global provocou, fez cair por terra a noção sociológica clássica de sociedade. É neste contexto que surgiu o sujeito pós-moderno: fragmentação das identidades nacionais, fim do sujeito racional cartesiano e fim da autoria ⁹.

A dinâmica espaço-tempo no processo globalizante faz com que todas as identidades estejam localizadas no mesmo espaço e tempo simbólicos. Estes fluxos de identidades criam e recriam dobras de identificações partilhadas, mais conhecidas como invasões do imperialismo cultural. “A identidade torna-se uma celebração móvel, que se transforma em relação às formas pelas quais somos interpretados e interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam.” ¹⁰

A questão da pós-modernidade é que a “glocalidade” ¹¹ que a mesma engendra acabou por criar uma virtualidade de bens simbólicos muito fortes e ideológicos. A desvinculação das identificações de seu espaço, de seu tempo e de sua cultura levou a uma confrontação e a um bombardeio multicultural. Pensando a sociedade de consumo, passamos a ter, nas vitrines, identidades prontas para usar, segundo Hall, um “supermercado cultural” ou um “supermercado de estilos”, segundo Ted Polhemus.

A apropriação imagética dos bens simbólicos pelas indústrias culturais sempre foi notória. Poderíamos ilustrar o caso da indústria musical. Historicamente é fácil relacionarmos a estética de uma banda ao seu gênero musical e época. Pode-se dizer que as estéticas das bandas, parafraseando Káthia Castilho, quando se refere à moda, que seriam uma maneira perfeita de expressar um mundo de identidades incomensuráveis e fragmentadas, configurando-se assim uma dinâmica de “signos flutuantes” e trocas simbólicas.



Sid Vicious/ integrante dos Sex Pistols – Londres, 1977

A música trouxe consigo muito mais que um gênero, trouxe um conjunto de associações simbólicas e de comportamentos. As indústrias culturais levaram à disseminação do estilo das bandas pelas vestimentas, como uma espécie de código. As roupas usadas pelos grupos de rock, por exemplo, reforçaram o gênero materialmente nas estéticas das roupas: artistas como Beatles, Elvis Presley, Sex Pistols, Ramones, David Bowie, New York Dolls e Madonna eternizaram suas músicas na ideologia estética de suas composições tanto musicais, quanto de moda.

Travam-se, então, algumas questões: existiria uma apropriação estética da moda apoiada na música, ou a música se apropriaria de uma determinada estética de moda para dar suporte à identidade do grupo? Ao que parece, ambos, moda e música sempre funcionaram muito bem juntos. O “espírito” de um gênero musical é, quase sempre, materializado na vestimenta, acopla-se na roupa como ideologia.

Um fato é certo: para cada gênero de música temos uma estética muito bem definida. Segundo Tupã Correa Gomes, a disseminação do movimento Punk no mundo, por exemplo, abandonou o conteúdo da contestação para importar em primeiro plano a forma e a aparência de seu significado. Não foi por acaso que Vivienne Westwood¹² vestia os meninos do Sex Pistols.

Ao longo da disseminação, enquanto estilo musical, o que importou mesmo foi a imagem de seus interpretes, além de todo o aparato que os cobria (...). E aquilo que fora adorno de agressão, acabou sendo convertido em adorno caro.”¹³

Forma e aparência dos significados, o que isto quer dizer na música? Quase tudo: a aparência de uma banda significa o que ela é, ou pelo menos materializa e a aproxima de seus simpatizantes. As clássicas camisetas de bandas são um outdoor, em que o corpo diz: “Eu gosto desta banda!” ou “Eu tento gostar!”.



Banda *MGMT* – Nova York, 2008

Neste ponto o corpo juntamente com a roupa, consegue passar um pouco da subjetividade encarnada em um determinado estereótipo, não pela mensagem literal de uma camiseta, mas por todo o universo simbólico que esta abrange.

O rock, como qualquer outro gênero musical, imprime características que lhe dão suporte existencial. Ocorre assim, a dinâmica entre a identidade e a alteridade, ou seja, fusão do individual com o coletivo, relação do si-mesmo com o outro. Isto é a moda: ligação de um sujeito aos seus pares estéticos e ideológicos.

Cores, sons, formas, gestos, toques, imagens, transformam-se em perceptos rizomáticos que transcendem qualquer funcionalidade, a não ser a de compor e recriar-se, à imagem e semelhança de outrem.

Pensando o outro como um signo, à medida que este mesmo “outro” ao se tornar um estereótipo de referência torna-se o signo de uma coisa que não ele mesmo, pode-se tender a uma análise semiótica. Apesar deste artigo se firmar pelo viés teórico do culturalismo, a semiótica a título de uma análise formal e técnica pode ajudar a levantar elementos do discurso que serão úteis para uma reflexão mais enriquecida, até porque o deslizamento de uma atividade semiótica, segundo Komi Bhabha, poderia levar uma individualização da alteridade como descoberta de nossas próprias pressuposições, que são inevitavelmente culturais.

“O corpo se manifesta como uma estrutura semiótica da qual o ser humano não se desassocia, ao mesmo tempo em que a utiliza para obter significados.”¹⁴ O processo de percepção estética, que permeia a formação das identificações na moda, tem legitimado pelo público padrões imagéticos que são materializados em seus próprios corpos.

As roupas enquanto símbolo são significantes e o código da moda, dentro do consumo da cultura, trata dos tipos particulares de combinações que estariam relacionadas aos conceitos de elegância, formalidade, casualidade e etc, que seriam os significados. É exatamente este código que transforma as roupas em signos e cada um deles pode ser lido com uma linguagem. Os significantes são arranjados em uma certa ordem que se relacionam com outros significantes, esta relação pode ser de similaridade ou de diferença.

Na moda o objeto da significação não é notificado no ato: ele é um conjunto, o modo de vestir, a toalete, a pessoa vestida, e por ser geral o que se visa não é definido com precisão. “Uma roupa puramente funcional só é concebível fora de qualquer sociedade: a partir do momento em que uma roupa é confeccionada, chega-se fatalmente a uma semiologia.” (BARTHES, 2005, p. 310)

Poder-se-ia dizer ainda, que mais que semiologia a roupa junto ao corpo carrega consigo toda a materialidade simbólica que nos envolve enquanto personas culturais. “O corpo tornou-se a prótese de um eu eternamente em busca de uma encarnação provisória para garantir um vestígio significativo de si” (LE BRETON, 2003, p.29).

- ¹ BARTHES, Roland. *Inéditos, Vol. 3: Imagens e Moda*. São Paulo: Martins Fontes, 2005, p.362.
- ² BARTHES, Roland. *O grão da Voz*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995, p.344.
- ³ SAUSSURE, F. *Curso de Lingüística Geral*. São Paulo: Cultrix, 1995, p.24.
- ⁴ Moda entendida como o conjunto de práticas estéticas que resultam das apropriações simbólicas e culturais dos sujeitos ao longo de suas experiências e que de alguma forma são projetadas na vestimenta pelo uso de acessórios, roupas, sapatos, corte de cabelos, tatuagens, escarificações, etc. A questão do sistema da moda enquanto engrenagem da lógica capitalista não será tratada neste artigo.
- ⁵ Entende-se a roupa como uma projeção do corpo a medida em que esta cria novas silhuetas, novas marcas para o corpo, podendo velar ou realçar uma parte do mesmo, conforme intenção do sujeito.
- ⁶ BARTHES, Roland. *Inéditos, Vol. 3: Imagem e Moda*. São Paulo: Martins Fontes, 2005. P.364
- ⁷ STALLYBRAS, Peter. *O casaco de Marx: roupas, memória, dor*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004, p. 47
- ⁸ HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 6º ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. P. 39
- ⁹ A noção de morte do autor defendida por Ferdinand de Saussure, diz que não somos autores das afirmações que fazemos porque a língua sendo um sistema social, pré-existe muito antes de nós mesmos, assim sendo nossas falas não são individuais e sim reflexos que já estariam embutidos em nossas línguas e sistemas culturais, noção esta, característica das sociedades de modernidade tardia, da metade para o final do século XX. Pensando pelo viés da moda, as noções estéticas existem, antes de nós mesmos, assim nossos gostos são reflexos de influências e sistemas culturais pré-existentes.
- ¹⁰ VILLAÇA, Nízia. *A Edição do Corpo: Tecnociência, Artes e Moda*. Barueri, SP: Estação das Letras Editora, 2007, p. 146.
- ¹¹ Aquilo que é global e local ao mesmo tempo.
- ¹² Em 1977, em Londres, West Wood abre sua segunda loja chamada "SEX", a qual vendia roupas e acessórios com a estética punk.
- ¹³ CORREA, T. G. *Rock nos Passos da Moda: Mídia, consumo X Mercado Cultural*. Campinas-SP: Papirus, 1989. P.86. Correa faz alusão a série "punk" que a joalheira H-Stern lançou, toda em platina, um metal nobre.
- ¹⁴ CASTILHO, Káthia. *Moda e Linguagem*. 2ª Ed. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2006, p.82

Referências Bibliográficas

- ARENDDT, Hannah. *A Condição Humana*. Tradução de Roberto Raposo, Posfácio Celso Lafer- 10º Edição – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.
- BARTHES, Roland. *Elementos de Semiologia*. Trad. Izidorio Blikstein. São Paulo, Ed. Cultrix, 1964.
- _____. *Sistema da Moda*. Trad. Lineide de Lago Salvador Mosca. São Paulo: Companhia editora Nacional, 1979.
- _____. *O óbvio e o obtuso*. São Paulo: Martins Fontes, 1984.
- _____. *O grão da Voz*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995.
- _____. *Inéditos, Vol. 3: Imagem e Moda*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BORDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Bertrand Brasil. 2000.
- CASTILHO, Kathia. *O Discurso da Moda: Semiótica, design e corpo*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.
- _____. *Moda e Linguagem*. 2ª Ed. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2006.
- CORREA, Tupã Gomes. *Rock, nos passos da moda: mídia, consumo x mercado*. Campinas, SP: Papirus, 1989.

DELEUZE, Giles. *A Dobra: Leibniz e o barroco*. Trad. Luiz B.L. Orlandi. Campinas, SP: Papyrus, 1991.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *O que vemos e o que nos olha*. Préfácio de Stéphane Huchet; Tradução de Paulo Neves. São Paulo, Ed. 34, 1998.

EAGLETON, Terry. *A ideologia da estética*. Rio de Janeiro: Jore Zahar Ed., 1993.

ECO, Umberto. *Psicologia do Vestir*. 3ª ed. Trad. José Colaço. Lisboa: Assírio & Alvim, 1989.

_____. *A definição da arte*. São Paulo: Perspectiva, 1991.

_____. *Obra aberta: Forma e interdeterminação nas poéticas contemporâneas*. 8º Ed. Trad. Giovanni Cutolo; Revisão: Pérola de Carvalho; Produção Ricardo Neves e Heda Maria Lopes. São Paulo. Ed. Perspectiva.2001.

FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade 2: O Uso dos Prazeres*. Tradução de Maria Teresa da Costa Albuquerque; Revisão técnica de José Augusto Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

_____. *História da Sexualidade 3: O Cuidado de Si*. Tradução de Maria Teresa da Costa Albuquerque; Revisão técnica de José Augusto Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 6º ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

_____. *Representation: cultural representations and signifying practices*. London, Sage Publications, 2002.

JAUSS, Hans Robert. "O prazer estético e as experiências fundamentais da poiesis, aisthesis e katharsis". In: *A literatura e o leitor: textos de estética da recepção*. 2ª ed. Seleção, coordenação e tradução de Luiz Costa Lima. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1979.

SANTAELLA, Lúcia. *Corpo e Comunicação: sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus, 2004.

SANT'ANNA, M.R. *Teoria da Moda: sociedade, imagem e consumo*. São Paulo: Estação das Letras, 2007.

SAUSSURE, Ferdinand. *Curso de Linguística Geral*. São Paulo: Cultrix, 1995.

STALLYBRASS, Peter. *O casaco de Marx: roupas, memória, dor*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

VILLAÇA, Nízia. *A Edição do Corpo: Tecnociência, Artes e Moda*. Barueri, SP: Estação das Letras Editora, 2007.

Currículo dos autores:

Lorena Pompei Abdala: Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Cultura Visual FAV/UFG. Bacharel em Relações Internacionais pela UCG, Bacharel em Design de Moda pela FAV/UFG. Professora no curso de Licenciatura em Artes Visuais, modalidade a distância da FAV/UFG.

Míriam da Costa Manso Moreira de Mendonça: Doutora em Ciências Sociais (PUC/SP); Mestre em Ciências da Comunicação (USP); Especialista em Arte-Educação (IA-UFG); Professora dos cursos de Mestrado em Cultura Visual e Bacharelado em Design de Moda da FAV/UFG.