

O Diabo Veste Prada: a construção da identidade de Andrea Sachs a partir do vestuário¹

Talita Vital GONÇALVES²
Marco Pasqualini de Andrade³

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

O presente artigo visa mostrar a relação existente entre a moda e a construção das identidades, analisando assim, cenas do filme O Diabo veste Prada. No estudo podemos perceber que o vestuário colabora para a inserção e localização do sujeito dentro da sociedade. Nesse sentido, a influência do vestuário acaba por ajudar na construção da identidade dos sujeitos. No artigo foram analisadas três cenas onde a personagem Andrea Sachs constrói sua identidade através de seu vestuário.

PALAVRAS-CHAVE: Identidade; Moda; Vestuário; Imagem; Cinema.

INTRODUÇÃO

As roupas foram criadas, inicialmente, para proteger o homem do frio. Passado algum tempo, elas começaram a indicar classes sociais e depois da Revolução Industrial, passaram a ser comercializadas e a ter novos significados além do básico, que é cobrir e aquecer. As roupas de lá para cá passaram a ser acessórios de identidade pessoal e individual. Por meio delas mostramos ao mundo quem somos, seja por modelos de peças, seja por cores ou por tamanhos.

Isso quer dizer que o vestuário é uma parte essencial na construção da identidade do sujeito e para inserção e aceitação dele próprio e dos outros no meio social. Além disso, as roupas, como elementos imagéticos, passam um significado por trás dos panos e costuras. Elas definem estilos, gostos e até humor.

¹ Trabalho apresentado no II08 – Estudos Interdisciplinares do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

² Graduanda do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFU, email: talitavital@yahoo.com.br.

³ Professor da disciplina de Arte e Estética do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFU, email: marcodeandrade@uol.com.br.

Antes da Revolução Industrial, as roupas eram produzidas pelos próprios usuários. Os panos utilizados variavam de acordo com a condição financeira de cada um. Porém, segundo Coelho (2003), após a Revolução, empresas especializadas passaram a produzir as vestimentas de acordo com as tendências utilizadas pela elite e em larga escala. Assim, a moda perdeu seu caráter individualizado (cada uma fazia sua própria veste), mas por outro lado ela ganhou um mercado de novas técnicas e tendências. Para resolver essa situação e o sujeito voltar a ter o seu caráter identitário através das roupas, foram criadas as marcas.

Nesse sentido, podemos considerar que a imagem que o vestuário passa para os outros é um elemento da identidade do sujeito. Pensando nisso, usaremos os conceitos de identidade de Stuart Hall (2002) e a relação entre texto e imagem de Santaella e Nöth (2008).

Hall (2002) mostra que os sujeitos no decorrer da vida, constroem várias identidades, cada uma de acordo com o momento histórico cultural vivido. O que explica as identidades da personagem Andrea Sachs no filme *O Diabo Veste Prada*.

Já Santaella e Nöth (2008) mostram que toda imagem tem um contexto verbal, implícito ou explícito. Implícito quando o leitor tem que interpretar a mensagem que a imagem carrega por si próprio e explícito, quando as imagens vêm com legendas e ou traduções. Vale lembrar que as imagens tem um contexto verbal e as palavras outro, por isso a relação entre o contexto verbal e as imagens podem ocorrer de várias formas, assim como a diferenciação entre imagem e palavras. Nesse sentido, as imagens do filme em questão carregam uma mensagem e analisaremos qual mensagem é essa e qual a sua relação com a identidade da personagem escolhida.

Dessa forma, para aplicar esses conceitos, o presente artigo analisa a construção da identidade da personagem Andrea Sachs, do filme *O Diabo Veste Prada*, através do vestuário da jornalista. Serão analisadas três cenas do filme e feito uma análise do vestuário da personagem em comparação com a identidade que ela transparece no vídeo. No filme Andrea mostra as facetas da sua identidade através de suas roupas.

A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

Como diz Castells (1999) a identidade é o significado e experiência de um povo. Isso quer dizer que, cada povo, grupo social ou sujeito tem uma bagagem cultural de acordo com o meio em que ele vive. Ou seja, a identidade é construída de acordo com o

viver em sociedade. Viver em sociedade significa que comportamentos, valores e juízos são regulados por regras invisíveis de sociabilidade. E para se adaptar e sobreviver nela, os sujeitos repassam hábitos e práticas culturais no decorrer da sua história. Assim, os sujeitos estando em sociedade e recebendo cargas culturais no decorrer do tempo, vão se modificando no curso da vida com o intuito de fazer parte dos grupos sociais. Desse modo, os sujeitos desenvolvem uma identidade coletiva, como demonstra Castells (1999).

Nesse sentido, a cada etapa da vida, cada conhecimento obtido que se desenvolve a identidade. A identidade se fundamenta como explica Castells (1999), nos conhecimentos adquiridos através da produção e reprodução da memória coletiva, dos conhecimentos pessoais e dos conhecimentos científicos. É a partir das vivências do sujeito, que se dá significado as coisas e a sociedade.

Há inúmeras definições de identidades, porém Hall (1999) defende que o conceito de identidade muda juntamente com as transformações ocorridas na história da sociedade. A cada mudança, novos hábitos surgiam, novas identidades se definiam e assim novos sujeitos eram caracterizados por novos comportamentos. Teve a fase do Iluminismo, a da Modernidade e na transição da Modernidade para a Pós-Modernidade, de acordo com Hall (2002), houve mudanças não só no contexto social, como a chegada do capitalismo e da industrialização, mas também na estrutura pessoal do sujeito. O processo de identificação tornou-se mais vulnerável e com pouca durabilidade.

Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isso está fragmentando, as paisagens culturais de classes, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados (HALL, 2002, p. 9).

Isso quer dizer que essas transformações caracterizaram um novo sujeito, que agora era visto como: instável, descentralizado, fragmentado e com múltiplas identidades. Nessa modificação dos costumes e na vivência social, o processo de construção da identidade também se tornou mais instantâneo, se tornou uma “celebração móvel”, pois se forma e se transforma com base na atuação e interpretação dos sistemas culturais (HALL, 2002).

Assim Hall (2002) define que o conceito de identidade não pode ser fixo e estável porque o próprio sujeito não se faz assim. Na Pós-Modernidade, as identidades

estão em constante transformação, elas são abertas, contraditórias, inacabadas e fragmentadas. A única característica da construção da identidade que permanece do Iluminismo até os dias atuais é a de que a identidade se molda ao contexto social que o sujeito vive. O sujeito tem múltiplas identidades porque ele precisa se ajustar ao seu cotidiano e, se o cotidiano é efêmero e diverso, teremos identidades efêmeras e diversas. Essa pluralidade de identidades, como explica Hall (2002), é a possibilidade do sujeito de desempenhar vários papéis na sociedade. Conforme o autor explica, acontece uma descentração do sujeito, pois como a identidade ainda está em construção, o sujeito pode se sentir perdido e/ou desestabilizado. E dentro dessas inúmeras e cabíveis identidades que vão se multiplicando no decorrer do tempo, temos a identidade feminina.

As mulheres desde os primórdios foram associadas ao lar e isso não é diferente quando se fala de identidade feminina. Porém a partir da Modernidade, as mulheres lutaram para modificar esse “conceito” de identidade. Com a inserção delas no mercado de trabalho e na luta contra o machismo e na igualdade salarial, a identidade feminina, segundo Lipovetsky (1989) significa ser sujeito de sua própria existência. Aquela mulher que vivia a sombra do homem e cuidava dos filhos, não existe mais. As mulheres procuram, através de suas identidades, mostrar quais outros papéis elas podem desenvolver e dentro dessas múltiplas identidades das mulheres, existe a moda, ferramenta pela qual elas transparecem suas identidades atuais.

A HISTÓRIA DA MODA

A moda surgiu desde os primórdios da humanidade. Nossos antepassados para se protegerem do frio, usavam peles de animais para se aquecerem. Assim foi através dessa necessidade física que surgiu a primeira roupa e começou-se a se formar a moda daquela época. Moda esta que se tornou um acontecimento de relevância mundial.

“Originado do latim “modus”, literalmente “medida”, o termo moda passou a expressar valores tão diversos como conformidade e relações sociais, rebelião e excentricidade, aspiração social e status, sedução e encanto.” (FOGG, 2013, p.8). Ou seja, de acordo com Fogg (2013), a moda direciona diversas esferas da nossa sociedade, tais como música, hábitos e até nomes próprios. Tudo varia de acordo com o tempo que é ditado alguma tendência. Sendo assim, a moda não diz respeito apenas às roupas ou a maneiras de vestir-se.

Assim, pode-se dizer que a moda, no decorrer do tempo, é/foi usada para identificar tendências de vestuário e as mudanças sociais que ocorrem na sociedade. Um período que exemplifica essas características é a Revolução Industrial. De acordo com Crane (2006) nessa época as roupas eram consideradas peças importantíssimas. Elas representavam em qual classe social o sujeito fazia parte, qual era sua profissão e como ele se comportava. Em tese, as roupas definiam, pelo corte e tecido utilizado, a elite e a plebe.

Nesse sentido, na metade do século XIX, uma grande revolução no vestuário aconteceu, a moda passou a ter um novo sentido, homens e mulheres, contrariando o estilo mulheres usam vestidos e homens ternos, passam a usar roupas diferentes das tradicionais. Agora os homens usam:

Um traje mais curto, aberto na cintura, fechado por botões e descobrindo as pernas, modeladas em calções. [...] O vestuário feminino é igualmente ajustado e exalta os atributos da feminilidade: o traje alonga o corpo através da calda, põe em evidência o busto, os quadris, as curvas das ancas. O peito é destacado pelo decote (LIPOVETSKY, 1989, p.30).

E a partir dessa transformação, de acordo com Lipovetsky (1989), a moda passou a ter como característica primordial a busca pela individualização e diferenciação de classes. Então, seguindo a linha do tempo, já no século XIX, as roupas realmente foram democratizadas.

Segundo Crane (2006) no decorrer do século XIX, todas as classes passaram a usar tipos similares de roupas, as vestes já estavam com preços mais acessíveis, havia variedades de tecidos para confecção e depois da Revolução Industrial, a popularização das roupas ficou mais forte, porque agora elas eram produzidas em larga escala. No século XX, as roupas perderam muito do seu valor econômico (ficaram mais baratas) pela criação do costume de comprar roupas prontas, mas não perderam sua representatividade. A moda no século XX, como enfatiza Crane (2006), se revela multifacetada e ambígua diante da fragmentação que a sociedade estava vivendo.

Assim, o vestir, desde o século XX, é utilizado para expressar a subjetividade. A roupa passa a ser considerada uma extensão do corpo e passa a fazer parte da identidade do sujeito, pois ele procura através das roupas que usa transparecer sua identidade, seu humor, seu eu social e pessoal. De acordo com McLuhan (2006), o sujeito veste-se para os olhos e para integra-se socialmente.

Desse modo, pode-se dizer que a moda é um dos motivos da instabilidade da identidade, pois ela orienta os sujeitos a consumirem roupas que os tornam diferentes e individualizados. Isso quer dizer que, se em um ano o sujeito usa um estilo de roupa e depois no próximo ano usa outro, a identidade dele também se altera. O motivo pode ser: ele mudou de opinião diante tais roupas, ele passou a frequentar outros ambientes, teve de se adaptar a outra rotina ou cotidiano e vários outros motivos. Tanto o estilo quando a identidade são híbridas e volúveis. A moda é um dos meios que o sujeito procura se afirmar como pessoa na sociedade, principalmente as mulheres.

O relacionamento da mulher com a moda está relacionado com a busca pela satisfação pessoal, a cópia de looks vistos na mídia, a afirmação na sociedade e na busca pela autoimagem que se assemelhe aos seus objetivos.

A IMAGEM E O CONTEXTO

Uma imagem não é só um elemento gráfico, um registro de um momento, uma ação ou uma ilustração que ocupa espaço. As imagens também falam, sendo estáticas ou em sequencia. Elas carregam conceitos, métodos e teorias que justificam cada cor, pincelada, pixel, enquadramento e etc. Cada elemento que compõe a imagem é justificado pelo autor, nada está ali por estar.

Antes do texto, em toda história da humanidade, as imagens foram utilizadas como forma de comunicação, pois elas transmitiam informações. O ato de ver é natural e espontâneo, mas, considerando a teoria semiótica de Pierce apud Santaella e Nöth (2008), ele nos direciona a significação e interpretação das imagens. Assim toda imagem é carregada de personalidade e valores do criador, elas incorporam uma forma de ver, são uma leitura, uma visão diante de um fato, cena, ações e outros.

Nesse sentido, quando analisamos um material visual, seja ele gráfico, audiovisual ou em qualquer outro meio, necessitamos de ferramentas que nos direcionem na apropriação dos valores e informações, estando estas, explícitas ou implícitas. Nesta busca há diferentes formas de se obter um resultado, pois há diferentes maneiras de interpretação, por isso usaremos o estudo de Santaella e Nöth (2008), que explicam a relação entre a imagem e seu contexto verbal.

Os autores defendem que toda imagem tem um contexto verbal, isso quer dizer que, a imagem pode ilustrar um texto, o texto pode esclarecer a imagem na forma de comentário e/ou legenda e os dois (texto e imagens) podem se completar. Mas a

imagem por si só ela têm autonomia para repassar uma informação e um significado, ela, não necessariamente, precisa estar acompanhada de um texto ou uma legenda para ter um contexto próprio.

Nesse sentido Santaella e Nöth (2008) elencaram quatro pontos para explicar a questão da autonomia da imagem. O primeiro é a abertura da imagem a interpretações verbais. A imagem, como a língua, é polissêmica, ou seja, a mensagem que a imagem passa pode ter uma grande variedade de interpretação. Por isso as imagens utilizam o texto, para limitar suas interpretações. O segundo ponto é a questão da redundância, informatividade e complementariedade. De acordo com os autores a redundância acontece quando a imagem é inferior ao texto e simplesmente o complementa; a informatividade quando a imagem é superior ao texto, pois trás toda a informação necessária e a complementariedade acontece quando a imagem e o texto têm a mesma importância.

O terceiro é o plano de conteúdo: a coexistência – quando a palavra está inscrita na imagem; a interferência – quando a palavra e a imagem estão separadas, mas sob a mesma página e co-referência, quando a imagem e a palavra aparecem na mesma página, porém em contextos diferentes. Nesse sentido, os autores nos contam sobre as pinturas, que foram os primeiros exemplos da relação palavra-imagem pertencentes à semiótica. E das pinturas, nascem às imagens em sequências ou sequências de imagens, como no cinema, por exemplo. Nesse caso, o fato é que o contexto da imagem não precisa ser necessariamente verbal, as imagens podem funcionar como contextos de imagens. Ou seja, a imagem é vista de acordo com o texto que a acompanha ou no contexto ao qual ela se encontra.

O quarto ponto são as semelhanças e as diferenças entre as palavras e imagens, de acordo com os atributos imagéticos da palavra e o que a imagem tem em comum com a palavra. Para isso, Santaella e Nöth (2008) utilizam os conceitos de Pierce sobre semiótica. Pierce apud Santaella e Nöth (2008), diz que todo significado tem um símbolo e esse símbolo depende de um hábito nato ou adquirido, por exemplo, a palavra estrela, ela é um símbolo. O símbolo, por si só não consegue identificar as coisas às quais se refere, ele não nos faz ver a estrela no céu, mas ele pressupõe que nós somos capazes de imaginar.

Assim, podemos compreender que a imagem não é só um enfeite ou uma redundância do texto, ela também é um texto, ela contém um contexto, uma história,

uma linguagem verbal, nos remete a símbolos e ícones também. No caso do filme *O Diabo Veste Prada*, as imagens do vestuário da personagem Andrea Sachs é a confirmação de qual identidade a personagem está se apropriando e qual a mensagem ela quer passar para a sociedade usando suas roupas nas cenas.

CONHECENDO AS DIVERSAS ANDREA'S SACHS

O filme *O Diabo veste Prada* (tradução para *The Devil wears Prada*) foi produzido em 2006. Baseado no best-seller de Lauren Weisberger, com o mesmo título, o longa retrata a vida da jornalista recém-formada Andrea Sachs, quando a jovem consegue uma vaga de emprego para ser assistente de Miranda Priestly, editora-chefe da revista *Runway* – revista de moda renomeada em Nova York.

Miranda Priestly é considerada uma das mulheres mais poderosas do mundo da moda. Além disso, ela é muito exigente, já coleciona uma lista de assistentes que não conseguiram ficar muito tempo no cargo. Interpretada por Meryl Streep, trabalhar com a editora é o que qualquer jornalista recém-formado precisa para alavancar uma carreira. Andrea Sachs é interpretada por Anne Hathaway, a jovem é “inadequada” para o cargo: não é magra, não entende de moda e nem segue o estilo que está em alta nas passarelas. A única coisa que diferencia Andy das outras é que ela é determinada e não está disposta a fracassar.

O estilo de roupas de Andy, como é chamada, se torna piada quando ela começa a trabalhar na *Runway* e o relacionamento com a chefe também não é nada bom. Porém no decorrer do filme, Andy vai se adaptando a realidade da moda e começa uma transformação identitária através de seu vestuário.

Dessa forma, com o intuito de reconhecer as mudanças de identidades através do vestuário, serão analisadas três cenas do filme *O Diabo Veste Prada*. O enfoque é a personagem Andrea Sachs.

Para a análise, o aspecto mais importante consiste na transformação do visual para o verbal. Nas imagens do filme foram selecionadas cenas que evidenciam a mudança da personagem no enredo, sejam elas pelo vestuário ou pelo contexto em que se encontra a personagem. Assim sendo, a análise será dividida em duas partes: na primeira será feita a descrição da cena escolhida, focando no caráter simbólico do vestuário e na segunda será feita uma análise da cena pelos traços deixados pela moda na construção da identidade, de acordo com os teóricos mencionados.

1 Análises

Cena 1



Este trecho começa no tempo 00:14:08 e termina no 00:17:08. Ele foi escolhido porque mostra o primeiro dia de trabalho de Andy na Runway.

A primeira imagem mostra o ambiente de trabalho da jornalista. A segunda mostra Nigel (um dos estilistas da revista) entregando um escarpin (sapato feminino ligeiramente cavado entre os dedos e de salto) para Andy usar, ela educadamente recusa a oferta e diz: “Isso é muito gentil da sua parte, mas eu acho que não preciso disso. Miranda me contratou. Ela sabe como eu me visto”. Na próxima imagem Miranda chama por Andrea usando o nome que ela usa para todas as suas assistentes “Emily”, e passa para Andy ordens e tarefas para ela executar rapidamente. Depois Miranda encara a moça e faz um movimento de cima para abaixo, analisando o vestuário da assistente. Andy acompanha o movimento. A editora-chefe olha com reprovção, Andrea ao sair da sala pega em sua mesa o escarpin deixado por Nigel e os calça rapidamente.

Análise cena 1:

Esse trecho demonstra a relutância de Andrea em se adaptar ao novo ambiente de trabalho. Suas roupas claras e sapatos sem saltos não fazem parte de um guarda-roupa de quem trabalha na Runway.

Fato interessante que marca a cena é que ela recusa a usar os sapatos que Nigel lhe oferece, com essa ação ela tenta afirmar sua identidade. Na maioria das vezes ninguém gosta quando alguém diz o que vestir, limita o sujeito e negando a oferta de Nigel, Andrea reafirma seu estilo de roupas e considera desnecessário usar um sapato de salto com seu look. Nessa cena, as características de identificação de Andrea ainda estão consolidadas.

Porém, na ação seguinte, depois do olhar de reprovação de sua chefe, Andy não se sente mais segura sobre seu vestuário, ela começa a questionar se está vestida ou não de acordo com o ambiente de trabalho, por isso ela troca os seus sapatos pelos os que Nigel havia oferecido antes.

Isso mostra que a opinião de Miranda, mesmo não verbalizada, exerceu uma influência na decisão de Andy. Ao trocar de sapatos, a assistente prova que a roupa transmite uma mensagem para quem usa e para quem olha. Andrea pode não ter percebido, mas a troca de sapatos deu início á sua variação de identidade. O que antes estava consolidado, agora era questionado.

Cena 2



A segunda cena escolhida começa tem tempo inicial no 00:34:41 e vai até 00:36:21. Nela, podemos ver Andrea e Nigel escolhendo roupas e novos figurinos para a assistente, isso porque Andy quer impressionar Miranda e selar seu pertencimento no grupo, então ela decide fazer uma mudança radical no guarda-roupa.

Depois das roupas escolhidas, Nigel a leva ao salão de beleza. Terminado o check-up, a cena muda e vemos Serena (contratada da Runway) e Emily (primeira assistente de Miranda e colega de trabalho de Andrea) conversando sobre a jornalista não ter senso nem conhecimento sobre moda. Nesse momento Andy chega ao escritório toda repaginada, o que deixa as colegas de boca aberta e espantadas com a mudança radical da jovem.

Análise da cena 2:

A cena foi escolhida porque marca a mudança de identidade de Andrea. Ela deixou seu estilo conservador e básico, pelo mundo fashionista. Podemos perceber que Andy recebeu ajuda de Nigel, e isso mostra que a assistente ainda não tem total domínio do novo estilo, da nova identidade. Porém podemos perceber também que, ela está apta a aprender e a consolidar essa nova identidade que transparece pelo seu modo de vestir.

Agora se pode ver uma nova Andrea, toda moldada em roupas de grife e com uma imagem totalmente diferente da cena 1. Podemos ver também a satisfação da personagem ao entrar no escritório, ser reconhecida e não como alvo de piadas das colegas.

Cena 3:



Esse trecho começa no 00:37:05 e termina no 00:38:07. A cena mostra o período após a mudança de estilo de Andy. As imagens são um compilado de dias, mostrando os

looks que Andrea utiliza para ir ao trabalho. Nessa sequência, podemos perceber a passagem do tempo.

Análise da cena 3:

Nesse trecho vemos uma Andrea totalmente diferente da apresentada na cena 1. Na cena podemos ver o antes e o depois da personagem. Antes, Andy não demonstrava interesse nenhum em se vestir dentro dos padrões da moda, agora é evidente sua preocupação com roupas, cortes, tecidos, acessórios e sapatos. A personagem agora se veste como uma assistente de Miranda Priestly.

Sobre a questão da identidade, podemos perceber que a identidade de Andy se transformou com sua mudança de estilo. Vale lembrar que os princípios éticos e morais da personagem não sofreram mudanças, mas sim houve uma mudança em como ela via a moda e como ela necessita da moda para se inserir no ambiente de trabalho.

Vestindo-se dessa maneira, Andy começa a ter sucesso no mundo da moda. Sua identidade se adaptou ao novo cotidiano e ao se adaptar a satisfação pessoal passa a caminhar de mãos dadas com a inserção no grupo ao qual o sujeito almeja.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante todo o artigo, o intuito foi mostrar que a identidade do sujeito assim como a sociedade é fragmentada e o sujeito tem de conviver com inúmeras possibilidades de identidades que são ofertadas pelo social. Dessa forma o sujeito pode se aproximar de uma identidade por um tempo e distanciar-se dela depois. A identificação do sujeito vai depender do contexto ao qual ele está vivendo no momento.

Um mecanismo de identificação que o sujeito utiliza é a moda. Nela ele tem livre e espontânea vontade para se expressar através do vestuário. A moda é capaz de auxiliar o sujeito a construir sua identidade, de produzir uma autoimagem para o sujeito e para os outros. Isso quer dizer, que as roupas são como uma segunda pele, a qual se pode comunicar através delas.

No filme *O Diabo Veste Prada*, podemos ver pela mudança no vestuário da personagem Andrea Sachs essa profusão de identidades e também a identidade formada através da moda. O filme se faz um exemplo considerável, pois nele podemos reconhecer as mudanças de identidades através do vestuário, e mostrar que o que separa uma identidade da outra, pode ser um escapin.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Vol 2. 2. Ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COELHO, Cláudio Novaes Filho. **Publicidade: é possível escapar?** São Paulo. Paulus, 2003.

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

FOOG, Marnie. **Tudo sobre moda**. Tradução pro Débora Chaves, Fernanda Abreu, Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. 7 ed. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2002.

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

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. 13 ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

SANTAELLA, L; NÖTH, Winfried. **Imagem, texto e contexto. Palavra e imagem**. In: _____. Imagem: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2008, p.53-71