

---

## Sua Roupa Fala: A Semiologia da Moda<sup>1</sup>

Luísa Costa Campos de MOURA<sup>2</sup>  
ESPM, São Paulo, SP

### RESUMO

Este artigo propõe uma reflexão teórica a respeito da descrição da moda como um sistema de significação, considerando também sua relação com a sociedade. Com base em pesquisa bibliográfica, são explorados autores como Lipovetsky (1989, 2007 e 2015), Serroy (2015), Calanca (2011) e Barthes (2009), para aproximar e relacionar conceitos como hiperconsumo, moda consumada e sistemas de significação. Dentre as conclusões deste trabalho está a que o sistema da moda comunica o espírito de um tempo, uma vez que opera segundo uma dinâmica de efemeridades.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; consumo; moda; semiologia.

### Introdução

Este artigo se desenvolve a partir do trabalho de conclusão de curso<sup>3</sup> em andamento pela ESPM-SP que visa investigar o papel dos signos da arte na comunicação da moda de luxo a partir de campanhas da Gucci, considerando que a marca é a que mais cresce economicamente em seu segmento<sup>4</sup>. Aqui, trago um recorte elementar desse estudo, referente à identificação e definição da moda como um sistema de significação.

Isso é concretizado a partir da pesquisa bibliográfica, que é entendida como

um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico (STUMPF, 2006, p. 51).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda pela ESPM-SP. Autora do projeto de iniciação científica “O varejo *fast fashion* brasileiro: um estudo de caso da rede Riachuelo”. E-mail: luisaccdemoura@hotmail.com.

<sup>3</sup> Orientado por Rodrigo Costa Maceira, professor do curso de graduação de Publicidade e Propaganda da ESPM-SP. Doutorando em Estética e História da Arte pela PGEHA-USP. E-mail: rodrigo.maceira@gmail.com

<sup>4</sup> Disponível em:  
<<http://www.meioensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2018/06/19/gucci-e-a-marca-que-mais-cresce-no-segmen-to-de-luxo.html>>. Acesso em jun. de 2019.

---

Nesse sentido, aproximo-me de conceitos propostos por Lipovetsky (1989, 2007 e 2015), Serroy (2015), Calanca (2011) e Barthes (2009), que permitem que temas como o potencial semiológico do consumo, a constituição da moda e sua relação com a sociedade e com os sistemas de significação sejam explorados.

### **A forma moda no consumo**

“A função essencial do consumo é sua capacidade de dar sentido” (DOUGLAS e ISHERWOOD, 2013, p. 106). A partir disso, entendemos que ele é uma ferramenta valiosa para a compreensão da sociedade contemporânea, considerando que as práticas de consumo carregam em si informações sobre o que é desejado ou visto como necessário pela população.

O momento atual do consumo é definido por Lipovetsky (2007) como hiperconsumo e se caracteriza pela intimização dessas práticas, que se encontram num cenário de desinstitucionalização, subjetividade e desenvolvimento de vínculos emocionais, em contraste com o período anterior, marcada pelo desejo de diferenciar-se. O hiperconsumo manifesta uma maior introversão e se associa mais fortemente ao lúdico, numa perspectiva que constrói uma escalada interminável em direção à satisfação das necessidades – a busca pelo bem-estar –, numa representação do hedonismo individualista, que se tornou inerente a grande parte da sociedade.

Lipovetsky (2007) também comenta que nesse contexto se associa ao consumo uma ideia de poder individual exercido mediante as compras. Os embates simbólicos cedem espaço ao controle majoritário de si mesmo, expresso por meio de escolhas: o indivíduo se sente detentor do próprio tempo e destino, ajustando-os conforme a maneira que melhor lhe convém. Considera-se, desse modo, que o hiperconsumidor é movido pela ânsia por exercer esse suposto poder; o pertencimento a um grupo social específico é menos relevante que se impor como independente em relação às próprias escolhas cotidianas, de forma que o que impera é o anseio por afirmar-se soberano sem se sujeitar à aprovação alheia.

Ademais, há uma hipersegmentação do mercado, derivada da prevalência do consumidor sobre a produção. Como trazido por Lipovetsky e Serroy (2015), é possível reconhecer também uma aceleração dos processos de obsolescência estilística em instâncias que englobam produção, comunicação e distribuição, como uma adoção da dinâmica da moda para outras esferas além do vestuário. “Ela se apresenta como um

---

processo generalizado, uma forma transfronteira que, apoderando-se de cada vez mais domínios da vida coletiva, reestrutura os objetos e os lugares, a cultura e as imagens” (LIPOVETSKY E SERROY, 2015, p. 79).

### **Moda e sociedade**

A moda, como trazido por Lipovetsky (1989), é decorrente do amor pelo novo, demarcado pela mudança contínua dos costumes. Deriva, desse modo, do rompimento das tradições e não existe em sociedades voltadas para a manutenção do passado. Conceitualmente, trata-se do "fenômeno social da mudança cíclica dos costumes e dos hábitos, das escolhas e dos gostos, coletivamente validado e tornado quase obrigatório" (VOLLI, 1988, *apud* CALANCA, 2011, p. 11) e é a essa mudança cíclica que Lipovetsky e Serroy (2015) se referem ao definirem a influência da moda em outras instâncias sociais.

Calanca (2011, p. 13) ecoa esse pensamento e a define como “um dispositivo social definido por uma temporalidade muito breve e por mudanças rápidas, que envolvem diferentes setores da vida coletiva”. Além disso, ressalta que a palavra “moda” não tem origem muito antiga, o que reforça seu caráter de fenômeno recente. O surgimento da moda é pontuado por Lipovetsky (1989) como um acontecimento da segunda metade do século XIV, em meio às sociedades ocidentais, embora ainda como um processo de abrangência reduzida. Somente dois séculos depois as mudanças do vestuário se tornaram mais frequentes, manifestas a partir de detalhes ornamentais e de modelagem, enquanto a estrutura das peças mantinha alguma estabilidade. Isso era percebido, é oportuno destacar, em meio à elite, uma vez que a maioria populacional se mantinha fiel aos modelos conhecidos e comumente associados à identidade de um povo.

O processo de democratização da moda aconteceu, de acordo com Lipovetsky (1989), a partir do mimetismo das classes mais elevadas pelas mais baixas, que selecionavam para a própria realidade aquilo que mais agradava em meio a todas as influências, sem copiá-las por completo. É notável, pois, que a moda tem um forte viés individual, que se solidifica numa perspectiva de distinção de si em relação ao outro. Não é como se a imitação por completo das vestes de um grupo fosse abolida com a ebulição da moda, mas sim reinterpretada: não se trata da regra majoritária, mas uma possibilidade de aparência em meio às demais.

No contemporâneo, isso já é amplamente acatado e, como destacam Lipovetsky e Serroy (2015), a composição própria de um estilo é algo disseminado. O ponto principal

---

não é o reconhecimento como parte de uma classe social superior, mas destacar-se como indivíduo, expressando personalidade e preferências particulares, de forma que há menos esforço em direção à conformidade social e mais na elaboração de uma imagem pessoal fundamentada no autoconhecimento e no que se deseja transmitir ao outro.

A moda é marcada, pois, pela dualidade entre mimetismo e individualismo, de modo que é sua característica “impor uma regra de conjunto e, simultaneamente, deixar lugar para a manifestação de um gosto pessoal: é preciso ser como os outros e não inteiramente como eles, é preciso seguir a corrente e significar um gosto particular” (LIPOVETSKY, 1989, p. 44). No vestuário isso é ainda mais perceptível que em outras áreas por ela influenciadas devido à sua relação direta com a manifestação do eu: enquanto há um esforço para reconhecer-se como parte de um grupo, existe também o desejo de diferenciação desses similares como indivíduo. A personalização da vestimenta, desse modo, ocorre mais comumente no âmbito de decisão de cores ou detalhes ornamentais, sem uma ruptura brusca com o que é desejado mais amplamente.

Apesar da importância da novidade e da manifestação da individualidade para a moda, Lipovetsky (1989) comenta que isso não é suficiente para a sua constituição, de maneira que há a necessidade de consideração de outras características para tanto. São múltiplas as referências que a compõem e há uma constante renovação dessas influências, como a música e as artes plásticas, por exemplo. Além disso, o privilégio do presente em detrimento do passado também se associa com a valorização do que é prazeroso, e não necessariamente útil, como era de praxe em contextos anteriores ao da moda, de forma que ela tem sua dimensão ampliada e se democratiza em decorrência desse panorama social.

Isso se relaciona também com a consciência de uma vida efêmera, o que gera um ímpeto de fruição das conquistas e a aceleração mercadológica, conseqüentemente, assim como fortalece o papel da vestimenta para a identificação do indivíduo em relação à sociedade. O cotidiano, antes comumente desprezado, passa a ser valorizado com a moda, de forma que o carnal e concreto se torna desejável, tal qual o supérfluo, que se distancia de julgamentos moralistas e associações ao pecaminoso. O interesse individual se direciona àquilo que está ao seu redor, que passa a ser também instrumento de sedução. Como destaca Lipovetsky (1989), é uma camada de significado adicionada ao corpo que revela a interação sujeito e mundo e colabora para o desenvolvimento de um gosto particular advindo da ascensão do criativo e do livre.

---

O furor pela moda é somente um traço do movimento maior de apreço pelo terreno e pelas pequenas felicidades cotidianas, conforme relacionado por Lipovetsky (2007), enquanto a variedade de opções desponta como algo relevante para a sociedade, que busca com frequência sensações diferentes. Se a moda tradicionalmente era ritmada por coleções bianuais (outono/inverno e primavera/verão), hoje existem marcas de *fast fashion* que lançam coleções a cada duas semanas, e mesmo grifes de luxo passam a desenvolver coleções intermediárias, como a *pre-fall* e a *cruise*, que antecedem o outono e a primavera, respectivamente. O tempo, dessa maneira, intensifica a sua relevância para a manutenção do ser da moda, uma vez que os desejos e as suas representações se alteram mais constantemente e a insistência em um determinado visual pode ser percebido como “ultrapassado” sob a ótica mercadológica.

Esse ciclo de preferências é o que demarca a existência da moda em si, que surge a partir dos excessos nas vestimentas tradicionais e percorre períodos de valorização do simples e discreto, oscilando entre esses espectros. Como enfatizado por Lipovetsky (1989), não se trata de uma manifestação estética exclusiva, mas da representação do que é considerado novo e lúdico em uma determinada época. De acordo com Lipovetsky e Serroy (2015), ademais, atualmente as regras da moda são menos impostas, embora mais frequentes, e como resultado os consumidores se veem perdidos em meio às inúmeras opções disponíveis, num sentido em que o “consumidor [é] tanto mais desorientado quanto mais é autônomo, tanto mais desprovido de princípios estéticos quanto mais é reconhecido como senhor de si mesmo em matéria de aparência (LIPOVETSKY E SERROY, 2015, p. 363).

Isso acontece também pois o ritmo de incorporação das tendências nas ruas é mais lento que o de lançamento, de forma que há uma convivência harmônica de numerosas estéticas distintas. Mesmo quando as últimas tendências são conhecidas, não há um esforço para reproduzi-las imediatamente se não têm aderência aos gostos particulares, como destaca Lipovetsky (1989), e múltiplas referências são consideradas simultaneamente, além de algumas encontrarem sobrevida em grupos sociais distintos daqueles que a utilizaram primeiramente até a saturação. É possível reconhecer que essa configuração mais difusa e menos impositiva da moda também se relaciona com um interesse geral despojado pelo tema, perceptível no aumento das compras de itens pequenos e de menor preço, que se afasta da ligação apaixonada que existiu na primeira metade do século XX, quando a Alta Costura vivia o seu auge.

---

Enquanto a maioria dessas observações hoje é mais perceptível na moda feminina, até o século XIX eram as vestes masculinas que se modificavam mais rapidamente e recebiam mais adornos lúdicos, segundo Lipovetsky (1989), que comenta que até mesmo nos fardamentos militares eram encontrados numerosos ornamentos. Desde esse período, entretanto, as roupas dos homens se tornaram mais sóbrias e, apesar da modernização estética masculina identificável desde meados do século passado, com a adoção de brincos e cabelos compridos, por exemplo, eles não encontram tão boa oferta de itens como saias e vestidos ou até receptividade quando os utilizam. As mulheres, enquanto isso, têm tais peças e mesmo o uso de maquiagem como uma possibilidade ao mesmo tempo que incorporaram as calças ao guarda-roupas e majoritariamente não encaram objeções por esse motivo.

Considerando todas essas nuances, Calefato (1996, *apud* CALANCA, 2011, p. 13) afirma que hoje a moda se trata de “um meio de comunicação de massa que se reproduz e se difunde à sua maneira e que, ao mesmo tempo, entra em relação com outros sistemas da *mass media*, principalmente com o jornalismo especializado, a fotografia, o cinema, o marketing, a publicidade”, e Calanca (2011) reconhece que a moda não é formada por um aspecto específico, mas constituída a partir de múltiplas esferas da vida social.

### **Sistemas de significação**

Com o conhecimento da vastidão de possibilidades que emergem para o estudo da moda atualmente, escolho neste trabalho me aproximar de uma perspectiva semiológica e, para tanto, é necessário explorar os conceitos de signo e de sistema de significações. Isso é feito segundo a ótica do estruturalismo de Saussure (*apud* BARTHES, 2009), que considera a união de um significante a um significado para a existência de um signo. Nessa perspectiva, o significante é a manifestação perceptível do signo e o significado, o entendimento proveniente dessa manifestação, tal qual uma rua molhada e a hipótese de que choveu há pouco tempo.

De acordo com Barthes (2009) os signos se impõem a partir de oposições entre eles e “o resto”, de maneira que o limite de um signo é o ambiente em que surge outro. Desse modo é possível compreender que determinado signo existe pois ele não é nada do que está ao seu redor: num mesmo contexto espaciotemporal, não há nada idêntico, e atentamos a “algo” por não ser o “não-algo”. O reconhecimento de um signo, pois,

---

depende da identificação desses limites, o que é feito por um interlocutor que, por sua vez, torna-se responsável por essa definição.

Uma vez estabelecido um contexto, é perceptível, como comenta Barthes (2009), que alguns signos se relacionam entre si, podendo ser substituídos uns pelos outros, tal qual uma rede de sentidos. Para que ocorram, tais substituições obedecem a critérios específicos de uma oposição, de forma que cada signo é uma expressão distinta desse encadeamento e, por isso, signos que seguem uma mesma linha não podem coexistir pois, se o fizessem, levariam a uma interpretação ambígua. Essa linha de oposições composta por diferentes signos é, conceitualmente, um sistema de significação e comporta-se como uma linguagem, de forma que “o que é sintagmaticamente incompatível [...] é sistematicamente associado” (BARTHES, 2009, p. 146), e vice-versa.

A asserção dos signos, pois, acontece a partir da identificação dessas incompatibilidades, e os sistemas de significação emergem da compreensão da existência de uma mesma lógica entre os signos, que interagem entre si de modo que os variados significantes e os significados associados a eles são distinguíveis. Para reconhecer os sistemas, deve-se partir da interação entre as oposições geradoras de sentido, e não as considerar isoladamente, já que a confusão a partir de associações dadas por semelhança podem levar a considerações equivocadas pois, ocasionalmente, dois signos semelhantes podem coexistir num mesmo contexto.

Nos casos em que é identificável mais de um signo num único contexto sem que haja imprecisão de sentido, Barthes (2009) define que existem sistemas de significação simultâneos. Isso ocorre segundo a presença de oposições concomitantes num mesmo objeto e compõe um significado final mais complexo, embora ainda estimável, que terá a densidade de tantos quantos forem os sistemas em interação. Pensando nos cabelos de alguém, por exemplo, há as linhas de oposição “cor”, “comprimento” e “textura”, de maneira que esses três fatores são arquitetados para compor um sentido único e completo.

A compreensão dos sistemas, contudo, parte do isolamento de cada um deles para a posterior investigação do modo com que interagem, segundo o conhecimento de que “o fato sistemático [...] é apenas escolher alguma coisa dentro de certos limites” (BARTHES, 2009, p. 154) e, para tanto, conhecer os limites é indispensável. Somente com a consciência de seus signos e de que leis estão presentes em um sistema será possível reconhecer os limites dos sistemas em interação e decifrar as múltiplas camadas de sentido aí contidas, compreendendo a complexidade do sentido formulado.

## O sistema da moda

Recentemente, as tendências de moda se tornaram menos rígidas e passaram a se sobrepôr, conforme destacado por Lipovetsky (1989), de maneira que os artigos de moda se relacionam arbitrariamente e produzem um sentido nesse contexto em específico. Calanca (2011), por sua vez, reafirma que a moda é composta por uma miríade de elementos que se relacionam e são organizados segundo normas e regras e que, se avaliados isoladamente, destituem-se de valor. Segundo ela, a moda “é um fenômeno completo porque, além de propiciar um discurso histórico, econômico, etnológico e tecnológico, também tem valência de linguagem, na acepção de sistema de comunicação” (CALANCA, 2011, p. 16).

Isso está diretamente relacionado com o conceito de sistema de significação de Barthes (2009), que na obra *Sistema da Moda* discorre a respeito do sistema de moda real, formado pelas peças de vestuário, de um sistema visual, correspondente às representações fotográficas e desenhos de moda e de um sistema de moda escrita, que engloba os textos sobre as peças – no caso desse livro, as legendas de fotografias nas revistas de moda da França. Barthes (2009) destaca que embora o vestuário escrito esteja junto às imagens, ele é independente, já que interferências em sua configuração não modificam a fotografia. Ademais, ele enfatiza que nem o vestuário fotografado nem o escrito são idênticos ao real, já que cada um se forma a partir de um tipo de estrutura: a tecnológica, para as peças reais; a icônica, para as imagens da peça; e a verbal, para as descrições textuais, e tanto as imagens quanto os textos derivam das peças reais.

Ao observar a moda enquanto vestuário real é possível depreender um significado principal, que é o ser da moda, de acordo com Barthes (2009). Avaliando as oposições sistemáticas, há aí o contraste entre a moda e o fora-de-moda, numa perspectiva em que determinadas peças podem se encaixar em um ou outro espectro, de acordo com o contexto, conforme sinalizado também por Lipovetsky (1989) quando explora as dinâmicas do ciclo de preferências sociais, que oscilam por variadas estéticas. Sob a ótica de Barthes (2009), dessa maneira, a diferença da moda em relação à não-moda é essencial para a manutenção do seu caráter constitutivo pois, sem ela, o vestuário reassume um papel estritamente funcional, distanciando-se de variadas camadas de sentido construídas.

Barthes (2009) também investiga essas outras camadas de sentido, de modo que é identificada uma relação entre o vestuário escrito e as circunstâncias do mundo. Como é

---

perceptível no exemplo “casaquinhos de tricô para o outono”, há aí uma relação de sentido explícita, considerando a moda escrita, contudo, na moda real, ela é geralmente implícita, derivada de um determinado contexto, uma vez que não são atribuídas associações tão determinantes para as peças de roupa por si só. Em ambas as situações, não obstante, é possível reconhecer a oposição: se o material dos casaquinhos se altera, a propensão de serem adequados para o outono o acompanha, de modo que o mais importante não é esse conteúdo, mas a constância da relação estabelecida entre os signos.

O sistema da moda, conforme exposto por Lipovetsky (1989), é essencialmente imprevisível, uma vez que depende da interpretação da população sobre tudo que lhe é ofertado para se instituir. As criações resultantes de pesquisas, interferências externas e preferências dos costureiros são incansavelmente filtradas pela imprensa de moda e pela clientela influente, que interferem na determinação do que de fato será entendido como moda. Tanto as modelagens das roupas como as maneiras de vestir são reavaliadas pelo público, de modo que a ideia transmitida pela peça pode ser muito distante daquela inicialmente pensada para ela.

Ainda relacionada a essa imprevisibilidade, Barthes (2009) comenta que nenhuma relação da moda é eterna ou universal e o tempo é um dos elementos centrais a serem observados, visto que, com o seu deslocamento, se tornam possíveis associações que seriam desconsideradas. Tais combinações “impossíveis” formam uma reserva histórica que, para ser saturada, carece de esforços além do sistema da moda, advindos de considerações culturais. Conforme demarca Barthes (2009), há portanto três momentos referidos nesse sistema: a moda atual, que equivale ao ser da moda vigente; a moda virtual, que é o não-comentado, o fora-de-moda; e a história, referente ao “ultrapassado” – que, na realidade, é desconsiderado e por isso excluído do sistema da moda.

Isso expõe de maneira mais intensa a relação da moda com o efêmero, sinalizada por Lipovetsky (1989) e Calanca (2011): se a moda está tão intrinsecamente atrelada ao novo e à emancipação do passado, o que não diz respeito ao tempo vigente não é, em essência, moda. As oposições sistemáticas, logo, seguem esse caráter e acontecem segundo comparações de curta duração, de modo que “a Moda pura, a Moda lógica [...] é sempre uma substituição amnésica do passado pelo presente” (BARTHES, 2009, p. 425).

Apesar disso, é importante ressaltar que o sistema da moda não se reduz a oposições binárias e devem ser mais levados em consideração os limites de toda a variação possível, a fim de reconhecer um nível de saturação de termos, como afirma

---

Barthes (2009), segundo o conhecimento de que “a excelência de uma oposição decorre menos do número de seus termos constitutivos [...] do que da perfeição de sua estrutura” (BARTHES, 2009, p. 252). Comparando-a a um idioma, pois, tem-se que as peças de roupa são como palavras, ao passo que os trajes elaborados equivalem às falas, e sutis variações sintáticas modificam também o significado compreendido.

Essa pluralidade de oposições também é identificada a partir da dinâmica entre mimetismo de grupo e expressão individual estabelecida na moda, de maneira que a configuração da imagem de si transmitida ao outro mantém aspectos relativos ao reconhecimento de uma identidade particular e de pertencimento de grupo, mas se distancia do eu de outra temporalidade e de demais membros desse mesmo grupo. Como afirmam Lipovetsky e Serroy (2015, p. 362), há “um individualismo desregulamentado [...] que acompanha o sistema contemporâneo da moda”, relacionado à formação de uma imagem pessoal acima da identificação de uma posição de classe por meio das roupas.

É identificável, por fim, que o sistema da moda interage com outros sistemas e adquire referências a partir deles, uma vez que faz parte de um contexto social amplo, e o seu estudo, na realidade, parte de um isolamento teórico ou mesmo artificial, já que os diferentes signos são justapostos e reciprocamente modificados de maneira constante e a avaliação de um sentido transmitido acontece numa perspectiva momentânea. Ademais, dificilmente o significado final conhecido será ignorado pelo nosso entendimento, já que o contato com o resultado da interação entre os sistemas é recorrente.

### **Considerações finais**

Este trabalho permite depreender que as práticas de consumo atuais se tornaram tão intimizadas que dizem respeito não somente àquilo que falta para um indivíduo, mas expressam um registro de sua identidade no momento avaliado, considerando a maneira com que se impõe em relação ao outro. Isso acontece num contexto de moda consumada, quando o ritmo ágil e a preocupação com a diferenciação atingem esferas do cotidiano além do vestuário. A moda, por sua vez, é derivada da busca pelo novo e depende dessa efervescência para se constituir, de maneira que comunica o espírito de um tempo.

Isso acontece pois as decisões de consumo de moda estão diretamente relacionadas à expressão individual, que se estabelece segundo dinâmicas simultâneas de mimetismo e diferenciação e incorpora referências advindas dos mais diversos âmbitos. Avaliando o seu potencial comunicativo, a moda é reconhecida como um sistema de

significação que compreende tanto o ser da moda quanto sua relação com outros aspectos mundanos e que opera de maneira imprevisível, visto que seus signos são reinterpretados constantemente, e numa temporalidade muito restrita, que exclui de seu domínio tudo aquilo que é tido como “ultrapassado”. Tem-se, portanto, que as leis da moda geram verdades como decretos, porém eles são efêmeros e sofrem interferência dos sistemas que se instituem simultaneamente ao da moda.

A investigação propõe uma apresentação do sistema da moda, que compõe um espectro de estudo deveras amplo. No trabalho de conclusão de curso do qual deriva este artigo, ele é analisado sob a perspectiva de sua interação com signos artísticos, entretanto o conhecimento adquirido pode ser aplicado também para o estudo do vestuário como linguagem em outras instâncias, como no estabelecimento de um uniforme ou no reconhecimento da identidade de um povo a partir de suas vestes. A moda, reconhecidamente, denota um sem-número de significados culturais para além da economia, e enquanto sistema de significação, possibilita a exploração de muitos deles.

## REFERÊNCIAS

- BARTHES, R. **Sistema da moda**. 1. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- CALANCA, D. **História Social da Moda**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.
- LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 2007.
- \_\_\_\_\_. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 1989.
- \_\_\_\_\_; SERROY, J. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 2015.
- MEIO E MENSAGEM. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2018/06/19/gucci-e-a-marca-que-mais-cresce-no-segmento-de-luxo.html>>. Acesso em out. de 2018.
- STUMPF, I. R. C. Pesquisa Bibliográfica. In: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (Org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 51.