



A nova roupa da presidente: uma análise de comunicação pelas vestes¹

Karla Beatriz Barbosa de Oliveira²
Universidade de Brasília, Brasília, DF

Resumo

Este trabalho pretende, a partir da moda e da política, estudar como a indumentária desenvolve uma narrativa e formas de expressão da presidente da República Dilma Rousseff na sociedade, além de discursos associados à construção de uma identidade, mais especificamente no ambiente político. A história da moda e determinados códigos da indumentária desenvolvem sistemas de estruturação de um diálogo pelo simbolismo e recortes dentro de contextos sociais. Ao longo do trabalho serão desenvolvidas análises que possam evidenciar a influência de acontecimentos históricos na escolha das vestes do ator, neste caso da presidente Dilma Rousseff. Esses recortes temporais tornam capazes as percepções de interferências nas escolhas individuais da presidente, mas com a perpetuação de uma comunicação coletiva.

Palavras-chave: Comunicação; moda; política; vestes; Dilma Rousseff

Introdução

Através de ideias e conceitos utilizamos das vestes para tapar os buracos dos desejos, caprichos e vontades humanas. Devemos observar que a roupa pode propiciar mudanças na vida de quem a veste. Assim, o indivíduo tem que perceber que a roupa é o reflexo da vida e a escolha dela se constitui principalmente pela ritualização e representação da vida cotidiana, possuindo uma complexidade infinita e a eficácia visual na comunicação.

Neste estudo houve a tentativa de explicar e sintetizar a escolha da vestimenta como fenômeno profundamente individual e ao mesmo tempo coletivo, aproximando-a da objetivação da comunicação, essencialmente a de compartilhar informações de forma clara aos receptores. Ainda é oportunizado aos indivíduos que em suas inter-relações

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 02, do 2º Encontro de GTs de Graduação - Comunicon, realizado dia 14 de outubro de 2016.

² Bacharel do Curso de Jornalismo da FAC-UnB, bacharel em Design de Moda pela UFG, especialista em Cultura de Moda pela Anhembi Morumbi e consultora de moda. email: kakabia81@yahoo.com.br



eles se convertam em símbolos reciprocamente, alterando inclusive as escolhas que os permeiam, como forma de expressão a determinado fato. Podemos, assim, utilizar a roupa para veicular mensagem sem a emissão de uma comunicação por palavras, com funções distintas como: informativa, expressiva, normativa e de interação social, como sugere Barnard (2003, p.80-106).

Nesta perspectiva, a pesquisa considera como ator a presidente Dilma Rousseff e, assim, estudam-se as formas de escolhas das vestes como respostas aos acontecimentos sociais dentro do seu governo.

A partir disso, o tema se justifica, principalmente, mostrando as inferências sociais que cada escolha resulta, a capacidade da comunicação pelas roupas e como elas servem de instrumento na interação da presidente com o coletivo em determinados contextos.

Moda e política

Ao analisar a moda, não estamos falando apenas das roupas ou vestes, mas de todos os elementos que fazem parte deste campo de ritualização. Todas as composições possíveis utilizando acessórios, roupas, cores, tendências, tecidos, enfim, tudo que é possível apontar como um sistema de expressão.

Algo importante a se fazer é compreender a diferença entre a moda, o vestuário e a indumentária, para que possamos assim perceber com clareza que a moda está diretamente relacionada ao *modus vivendi* do indivíduo, ao sistema e não apenas o fato de cobrir o corpo com peças de tecidos, como faz a indumentária ou mesmo o vestuário.

A moda, então, constitui um sistema, uma possibilidade de que esses arranjos entre itens sejam transformados em um marcador social e não apenas um ato solto de se enfeitar. Pode-se compreender que ela tem correlação com os desenvolvimentos de aspectos que ressaltam a possibilidade de contextualizar ao mesmo tempo o individual e o coletivo.

... existe, ainda, o facto de a Moda não ser apenas um fenómeno frívolo, epidérmico, superficial, mas ser o espelho dos hábitos do comportamento psicológico do indivíduo, da profissão, da orientação política, do gosto...
(DORFLES, 1984, p 13)

O reconhecimento do grupo ou para o grupo é função direta da moda. Não devemos apenas observar a cultura ou a moda de forma distinta, mesmo que haja prevalência de aspectos convergentes entre as duas, como a efemeridade. Devemos percebê-las como um sistema com significados, de pertencimentos e de adaptação ao meio.



Não são raros os relatos de que a roupa é usada para distinguir, separar, segregar os indivíduos em relação a outrem. Demarcar o lugar de cada um se torna a função intrínseca da moda. E esta função faz com que o indivíduo se coloque dentro de todas as possibilidades de representação social com múltiplas molduras, a partir do sistema classificatório e as formas como elas se desencadeiam. O resultado é a demanda pelas interações sociais com sua exterioridade na comunicação e na linguagem, na aparência, nos papéis sociais, no jogo, no rito e na dramatização e assimilação do cotidiano.

As escolhas não são neutras e muito menos inocentes, elas estão presentes em cada ato do indivíduo para que ele possa delimitar sua identidade. Afinal, a relação de segregação e alocação dentro de cada classe é alimentada pelo tempo e por ideias que são delimitadas por cada acontecimento dentro da história da sociedade.

Com uma forte definição de que a moda possui o reflexo do contemporâneo pela visão de quem a usa, que se diferencia de uma mera expressão de futilidade e é marcada por comunicar tudo que é indissociável ao indivíduo e seu universo social, os sujeitos validam informações e não se prendem a um só meio de atingir o seu objetivo; o da aceitação social.

A escolha das vestes, dos candidatos ou de qualquer forma de posicionamento está diretamente ligado ao comportamento do indivíduo como agente de uma sociedade. As escolhas retratam a realidade dentro de um contexto histórico no qual o indivíduo vive ou mesmo espera se alocar.

Paralelamente ao processo da moda, temos o processo da política. É impossível dissociar um campo de estudo do outro. Nesta perspectiva não se pode captar a mensagem de que no processo de formação, evoluções e revoluções da sociedade, seja ela oriental ou ocidental, a moda ou mesmo as vestes não tenham tido papel de destaque na formulação do comportamento político de determinada sociedade.

Assim, a disseminação, conceituação e pesquisa destes campos de estudo fundamentam-se por uma associação de informações, comportamentos e linearidade que sintetizam as ações produtivas e reprodutivas de ritos nas relações e inter-relações humanas dentro de uma sociedade.

Segundo Eco (1989, p.1), *o vestuário é comunicação*. E complementa afirmando que o homem quando diz alguma coisa, prefere habitualmente dizer que, em vez de comunicar oralmente, ele exprime.

Assim, a roupa pode ser considerada como uma forma de comunicação articulada a determinado fato. O campo mais amplo da moda é considerado a comunicação, e a veste/vestuário é a linguagem em si. Deste modo, podemos considerar que o indivíduo se comunica o tempo todo por gestos, escolhas de adornos e consideravelmente pelas suas vestes e seu universo; tudo inserido de forma muitas vezes involuntária, que antes de servir para algo, diz o quê. Isso é constante na vida em sociedade, ou seja, na cultura desenvolvida por determinado grupo.



A variante pode ser instituída por um determinado código preestabelecido dentro de uma subdivisão.

Porque a linguagem do vestuário, tal como a linguagem verbal, não serve apenas para transmitir certos significados, mediante certas formas significativas. Serve também para indicar posições ideológicas, segundo os significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para transmitir. (ECO, 1989, p.17)

E nesta perspectiva, para compreender a mensagem que o ator está transmitindo é necessário esmiuçar, talvez até operacionalizar de forma racional cada item da escolha e assim constituir o significado que a mensagem desejou emitir.

Precisamos compreender, ainda, que determinada peça pode ter sua mensagem alterada em detrimento da situação que ela está inserida. Com este direcionamento conseguimos encontrar o objetivo que norteia a pesquisa e a partir disso montar o protocolo de estudo de nosso objeto.

Modo dele, moda dela

A roupa dialoga, explica para os outros a composição de alguém, e assim podemos criar um paralelo entre comunicação, roupa e política. A resolução e adequação da vontade humana na busca de significações, por exemplo, pode ser colocada em evidência por uma cor determinada ou até mesmo pela ausência de uma peça.

Para colocar suas convicções, expressar sua consciência, além de carregar a vontade de ser percebido por seus iguais e respeitado pelos opositores, o homem escolhe sua composição visual indumentária. Esta articulação de itens carrega um significado totalmente particular dentro do contexto inserido.

Ao criar um diálogo com o mundo e para o mundo com suas escolhas, o indivíduo precisa compreender que uma peça, um acessório, uma cor de forma separada ou fora de um contexto delimitado tem uma interpretação e ao ser inserido dentro de uma conjuntura, este mesmo item pode ganhar um significado mais complexo.

Da mesma forma, o homem traduz visualmente por meio das roupas as transformações sofridas pelas sociedades, revelando em seus mínimos os detalhes de uma época. Cada escolha é a expressividade de um “eu” norteado por uma eficácia na comunicação e estetização do homem, das coisas e da sua relação com o presente.

Não há como negar a importância da escolha das vestes na delimitação da imagem na vida pública dos candidatos e em seu diálogo com os eleitores. O estudo salienta que a escolha das vestes se transforma pelas necessidades, sejam básicas, afetivas ou mesmo fisiológicas. No caso da política, a monografia busca apresentar uma



percepção de que as funções são intrínsecas à ideologia do indivíduo e explicitadas pelas formas, cores em conexão com seu discurso.



Figura 1: Chefes de governo: Dilma Rousseff, Angela Merkel, Hillary Clinton, Michelle Bachelet e Cristina Kirchner

A veste é uma linguagem e a política é comunicação. Devemos perceber que a roupa e a política são atividades individuais que atingem o coletivo e/ou, reflexo do coletivo em atividades individualizadas. Em qualquer uma das formas são formadores, geradores e desenvolvedores da sensibilidade; o pensar e informar algo que transpõe o falar.

Os políticos são atores sociais e precisam se comunicar de alguma forma com seus expectadores. A sua imagem é construída e difundida a cada nova aparição. É importante compreender que “A política, outrora, era ideias. Hoje, são pessoas. Ou melhor, personagens. Pois cada dirigente parece escolher um emprego e desempenhar um papel. Como num espetáculo”. (SCHWARTZENBRG, 1978, p.9).

Ao pensarmos na esfera e força política, podemos traçar um paralelo com a indumentária. São duas áreas que envolvem seus atores em busca de distinguir e mesmo de se destacar frente às várias opções oferecidas. Lipovestky (1989, p.13) afirma que não conseguimos distanciar a ideia de eleitores da de consumidores ávidos



por mudanças e cheios de expectativas. Os votantes acreditam nas emissões de fala de seus candidatos, inclusive na emitida por suas composições visuais.

A política, tradicionalmente um ambiente masculino, se vê cada vez mais invadida por figuras femininas. A ideia de força, sucesso e poder são necessários dentro deste ambiente, e tal perspectiva faz com que as personagens desta sociedade se modifiquem a fim de se tornarem bem vistas pelos expectadores e futuros eleitores. Sem muita saída, as mulheres veem apenas duas opções no armário: adotar as vestes masculinas para compor seu visual ou assumir literalmente seu lado feminino. A escolha está ligada ao comportar-se e refletir a sua estratégia na política.

As vestes masculinas são introduzidas no guarda-roupa das mulheres que aspiram este caminho, pois no processo da escolha das roupas podemos ressaltar as ligações com a política como a democratização do uso de determinadas vestes que antes não poderiam ser usadas por muitos. “A moda ‘dele-para-ela’, os ternos com cortes masculinos e a aparência masculina em geral podem fazer com que algumas de nós (mulheres) se sintam mais fortes e poderosas.” (FISCHER-MIRKIN, 2001, p. 19)

Afinal, o político, seja feminino ou masculino, procura por meio de suas vestes impor uma imagem de si que possa chamar atenção de seu público. As escolhas estão diretamente ligadas ao indivíduo como político, suas constituições e códigos. É através das roupas que o indivíduo se firma frente a sua força política e a de um grupo. Uma identidade coletiva que simboliza o partido e suas convicções.

Afinal, no curso da história, os relatos nos mostram que as vestes conseguiam diferenciar castas e classes; o feminino do masculino. Se considerarmos a função das vestes, ela continua a mesma de antigamente; a de conceder ao indivíduo seu papel dentro da sociedade. A diferença está na forma de se distinguir em grupo e do grupo. Antes era exclusivamente pela classe social.

Identificar imagens é compreender a visualidade, é assimilar como as comunicações são proferidas pela aparência e, assim, formular cada etapa da visibilidade de quem carrega determinada roupa. É nesta hora que conseguimos pensar em detalhes que informam a composição de um diálogo sem o som, mas com falas visíveis. E são estas escolhas, estas linguagens, que permitem que o indivíduo imprima sua escrita, expandindo o encargo de ver e ser visto.

Para que possam ser feitas leituras intra e intertextual para a compreensão da moda individual e dos moldes coletivos, considera-se o indivíduo um ator contido em uma rede de significação que imprime a visualidade e, por consequência, a visibilidade. Esta dinâmica é organizada pelas percepções, interpretações e dinâmicas da sociedade.

Uma roupa é a representação sintética e simultânea de muitos acontecimentos pessoais e coletivos, econômicos, sociais e políticos. É uma cunha fincada no corpo da história que permite se manejada com competências e sensibilidade,



nela penetrar e, a partir de seu interior, colher os elementos importantes de uma época e de um ambiente. (SORCINELLI, 2008, p.29)

Na tentativa de explicar e sintetizar o uso da roupa como fenômeno profundamente individual e ao mesmo tempo coletivo, destaca-se que somente pelo conjunto e combinações da cobertura e dos adornos que se consegue aproximar do cerne da comunicação e, assim, da capacidade de proferir uma linguagem composta por signos e códigos.

Por estes complementos também estarem cheios de significados, compreendemos que a roupa e sua escolha são uma experiência compartilhada de ideias, sonhos e do imaginário social, fundada no cotidiano ético e estético, político e econômico, multicultural de determinada sociedade.

Foi com estas associações que a sociedade evoluiu e com estas formas e comportamentos das vestes que o indivíduo conseguiu se proteger, suprir suas necessidades, trabalhar sua estima, se socializar, se realizar e, principalmente, se comunicar com o mundo e para o mundo. Não conseguimos desvincular estas funções de algo tão inerente ao nosso dia a dia.

Resultados da classificação



Figura 2: Imagens da Posse e Julgamento mensalão



Esta análise de dados foi pautada em estratégias que buscassem demonstrar um resultado a partir da observação prévia das imagens e alocação conforme o contexto histórico. Dentro da pesquisa foram analisadas 29 imagens, dentro do recorte de contextos políticos que impactaram diretamente a comunicação, nos quais fosse possível retratar o governo da presidente Dilma Rousseff. Para isso foram escolhidos sete contextos dentre os quais; as posses, julgamento do mensalão, manifestações, copa do mundo, eleições, ajuste fiscal.

Na análise do corpus percebe-se que dentro do cenário político é praticamente impossível assumir totalmente sua feminilidade pelas vestes. A presidente Dilma Rousseff consegue mostrar por suas escolhas vestuais uma personalidade de pessoa integrada ao meio político, de pulso firme e distante da ideia de identidade feminina e frágil.

O resultado da observação ainda faz inferência de que o visual da presidente Dilma Rousseff é bem delimitado e constante, ficando as mudanças mais marcantes e a comunicação a cargo das cores.

As escolhas da presidente são bem singulares e não se alternam muito nas formas e modelagem em relação aos acontecimentos históricos, com exceção das cores. Sua escolha sempre recai sobre vestes com manga três quartos, que são consideradas formais, mas não opulentas; são positivas, claras. Ao optar por este corte, a presidente se aproxima da realidade de seu público, por mostrar uma forma mais simples e sem requinte. Em compromissos mais requintados, ela opta por peças de manga longa.

Outro ponto que merece destaque é o corte com características geométricas, alongadas e sem grandes detalhes das vestes, que escondem as formas originais do corpo feminino. Os cortes retos, a modelagem afastada do corpo e as camadas criadas por pelo menos duas peças, são escolhidos para ter funcionalidade e adequação ao ambiente tipicamente masculino.

Dentro da análise da indumentária foi percebido, ainda, que existe uma constância no uso de duas peças, sempre com linhas retas. A presidente Dilma Rousseff constantemente usa calça preta combinada com alguma camisa ou blazer. Esta combinação de peças com características andrógenas mostra a adoção de peças do universo masculino, não deixando o corpo em evidência, afastando a ideia de feminilidade.



Figura 3: Imagens das Manifestações e Copa do Mundo

Apenas em duas ocasiões, sete por cento das análises, nos períodos analisados, a presidente usou saia ou vestido; sempre nas poses. Nestas ocasiões ela carregou consigo mais aspectos femininos, como cores suaves, rendas e estampas.

Outro aspecto relevante no estudo foi a ausência das estampas florais. “Os estampados de flores, especialmente, parecem representar a feminilidade...” (LURIE, 1997, p. 222). Assim, quando se percebe estampas nas escolhas vestuais da presidente, são leves grafismos, “as linhas retas sugerem ordem e controle, as linhas curvas sugerem liberdade e descontração.” (LURIE, 1997, p. 221).

O protocolo ainda é constituído por coleta de dados que podem parecer inicialmente superficiais, como a análise das cores, mas que apresentou respostas práticas ao estudo e pode ser facilmente confrontado com os acontecimentos contextuais. Como é o caso do uso, em quase 90% das imagens, da cor azul ou outros tons mais neutros em momentos de extrema crise. A escolha destes tons desejava transmitir a mensagem e a vontade de se mostrar serena, tranquila.



Figura 4: Imagens da Copa do Mundo e Eleições

Na análise das imagens percebeu-se também que a cor vermelha, típica das vestes e comunicação da presidente durante sua busca pelo poder e tão ligada a sua identidade política, deu espaço para outros tons ou apareceu de forma coadjuvante em alguns contextos.

Durante os períodos mais críticos houve a restrição no uso do vermelho, mas vale lembrar que em momentos bem específicos ela usou a cor típica do partido como: eleições, campanha e dia de votação, ou ainda, em encontros com representantes internacionais.

Outro ponto de destaque é a presença quase unânime da cor preta como base de seu vestuário. A calça de corte reto, na cor preta, aparece praticamente todos os dias. Ela aposta quase sempre na combinação de duas peças, uma sendo a calça preta e a outra peça podendo apresentar outra cor.

Diferente do que aconteceu em sua primeira campanha à presidência e meses iniciais de seu governo, a presidente dentro dos dias analisados em cada contexto, optou na maioria das vezes por cores distantes do vermelho. A exceção fica por conta da campanha eleitoral, onde usou por três dias a cor vermelha com a mesma emissão de mensagem, tendo como objetivo principal, a confirmação de seus ideais políticos e partidários.

Outro aspecto que merece destaque é a presença de sua filha como acompanhante carregando também a cor vermelha, tão característica do partido dos trabalhadores e da força em seu cotidiano. Esta situação foi apresentada em pelo menos um dos pontos chaves dentro desses recortes, que foi a cerimônia de sua segunda posse, perceptível pela insatisfação de quase metade dos eleitores do país. Porém tal escolha



revela a manutenção de suas ideologias políticas em detrimento do sentimento popular de rejeição.

Outro detalhe que merece destaque é o uso de acessórios, sempre discretos, atemporais. Não há registro de ornamentação excessiva. Foi percebido que ao começar as manifestações com maior proporção pelo país, a presidente incorporou o uso das cores da bandeira nas vestes e um colar com uma bandeira do Brasil. Outro detalhe presente em sua indumentária foi uma pulseira de olho-grego e outra com frases bíblicas, como amuletos para momentos de extrema crise. Esta mudança de acessórios é importante, pois a presidente sempre restringiu o uso a pequenas peças douradas, sem grandes detalhes ou colar de pérola.



Figura 5: Imagens da Posse da reeleição e Ajuste fiscal

Os sapatos são simples, com saltos grossos, o que aproxima a ideia de firmeza e equilíbrio nos passos. Não há presença de detalhes ou cores chamativas.

Com estas escolhas é perceptível que a presidente deseja emitir ao mesmo tempo uma ideia de profissionalismo, segurança, força e retidão, mas com abertura e simplicidade junto ao seu eleitorado. Ao optar pela ausência de estampas, a presidente afasta a imagem feminina, frágil e de submissão. As cores quase sempre neutras mostram a centralização de objetivos.

Considerações finais

Este trabalho realizou uma análise de como a roupa se articula como meio de comunicação, sem utilizar as palavras. A reflexão se concentrou na problemática da



participação da presidente Dilma Rousseff, observando a escolha de suas vestes para a construção de um diálogo e a concretização da comunicação dentro de recortes sociais.

Nesse processo, acompanhamos como a presidente se comportou em cada um dos sete contextos que podem ser apontados como relevantes na constituição de seu governo. Para fazer esta análise de comunicação pelas vestes, foram selecionadas 29 imagens entre 01 de janeiro de 2011 e 08 de março de 2015, que compõem a amostra deste estudo.

Dentro do trabalho abarcam-se conceitos que afastam a ideia de que a escolha de cada parte da constituição da indumentária está arraigada na superficialidade. Pauta-se o estudo em conceitos filosóficos e sociológicos, que explicitam a importância da roupa como reflexo das transformações da sociedade e do indivíduo e, por consequência, constroem uma comunicação. Para que fosse possível apreender estas conexões como uma ocorrência dentro da formação do indivíduo e suas respostas aos estímulos como um dos agentes das escolhas, foram apresentados autores, conceitos e a formulação de um método que permitisse um exame deste assunto.

Ainda dentro do estudo conseguiu-se traçar um paralelo entre a escolha da roupa e a política, na qual se constata a verdadeira correlação no desenvolvimento de aspectos que ressaltam a possibilidade do individual e do coletivo. Ao definir os aspectos de roupa e política, consegue-se ainda apontar que a vida, inclusive dentro dos ritos sociais, exerce uma relação coercitiva nas escolhas dentro de cada um dos panoramas.

Um ponto comum dentro destes temas é a delimitação de identidade e de condensação das revelações diárias, da conversão de códigos e comunicação pelas visualidades. Ressalta-se que estas delimitações são possíveis pelos resultados das vivências do objeto de estudo: as experiências da presidente Dilma Rousseff, como suas ideias, conceitos, modo de viver e vestir aparecem frente aos estímulos dos recortes contextuais.

Assim, ter uma identidade determinada pressupõe que o indivíduo pertence a um grupo ou tem uma localização determinada em cada momento, mas de forma flexível e que não inviabiliza sua individualidade dentro do coletivo. Na observação da presidente foi possível constatar que suas escolhas não sofrem muitas alterações, mesmo em momentos de grande impacto ao seu governo. Este comportamento é a forma mais concreta de se comunicar com o mundo, e no caso deste estudo foi possível ver a força comunicadora da roupa em cada contexto, ora se apresentando de forma reativa, ora de forma proativa.

A partir dos resultados obtidos, um dos aspectos que mais apresentou significado dentro das análises foi a escolha das cores como agente do rito social. A cor é o item que mais marca o primeiro contato, podendo estimular, angustiar, atrair ou mesmo afastar.



Reconhece-se dentro da pesquisa, que a função da roupa é permitir que o indivíduo, neste caso a presidente, se coloque dentro de todas as possibilidades de representação social com as diversas molduras, a partir do sistema de classificação e as formas como elas se atualizam. Cada escolha e alteração resultam na forma como se processa as interações sociais, com sua exterioridade, na comunicação e na linguagem, na aparência, nos papéis sociais, no jogo, no rito e na dramatização e assimilação do cotidiano.

Assim, ao analisarmos todos os aspectos que influenciam na construção de uma identidade e de reconhecimento do grupo, pode-se concluir que as escolhas das vestes da presidente Dilma Rousseff são agentes na sua comunicação com os outros, expondo suas mensagens de forma clara e sem grandes interferências. Inclusive o ato de repetir suas peças, a modelagem das peças e a ausência ou presença de determinados acessórios ou cores em alguns períodos, são formas explícitas de que as mensagens são intencionais e tem como consequência sua formação de imagem política.

Referências bibliográficas

- BARNARD, Malcolm. Moda e comunicação. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BELMAÑA, Macarena. La construcción de la imagen del poder a través del vestuário: Cristina Fernández de Kirchner. Monografía de graduação. Universidad de Palermo, Argentina, 2012.
- DORFLES, Gillo. Psicologia do Vestir. 3. ed. Lisboa: Assírio e Alvim, 1989
- ECO, Umberto. O hábito fala pelo monge. In: ---. Psicologia do Vestir. 3. ed. Lisboa: Assírio e Alvim, 1989.
- EMBACHER, Airton. Moda e Identidade. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2000
- FISCHER-MIRKIN, Toby. O código do vestir: os significados ocultos da roupa feminina. Tradução de Angela Melim. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. trad. Tomaz Tadeu da Silva. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- HELLER, Eva. A psicologia das cores. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.
- JONES, Jenkyn Sue. Fashion Design: Manual do estilista. São Paulo: Ed. Cosak Naif, 2005.
- LAVIER, James. A roupa e a moda: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- LURIE, Alison. A Linguagem das roupas. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1997.



MORATORI, Deborah Marques Lopes. O hábito fala pelo monge. Monografia graduação. UFJF, 2002.

SABINO, Marco. Dicionário da Moda. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier, 2007

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. O Estado Espetáculo. Rio de Janeiro e São Paulo: DIFEL, 1978.

SORCINELLI, Paolo. Estudar a moda. São Paulo: Senac, 2008.