

## O artifício, a moda, o corpo: ritos da sedução<sup>1</sup>

Ana Mery Sehbe De Carli<sup>2</sup>

Professora da Universidade de Caxias do Sul  
Doutoranda em Comunicação e Semiótica – PUCSP

### Resumo

O texto analisa manifestações culturais, da literatura, do cinema, da moda, da vida social, que retratam o espírito do tempo no que se refere a aparência e as transformações do corpo. Os processos de reconhecimento, de reabilitação do corpo, bem como, de sua crescente estetização, no decorrer do século XX, são evidenciados. O corpo no exercício da identidade, da identificação com o grupo e da subjetivação assume extensões e incorporações naturais e tecnológicas concretizadas nos artifícios, na moda, no próprio corpo natural e na sua mais recente realidade pós-humana das encarnações artificiais.

### Palavras-Chave

Semiiose, moda, corpo, artifício, sedução.

O artista, dotado de sensibilidade acurada, consegue manifestar, mediante as mais diversas linguagens artísticas, inquietações da alma humana, antes mesmo das racionalizações formais da intelectualidade.

Na segunda metade do século XIX, a beleza na vida cotidiana e o desfrute dos prazeres estéticos passam a ser não só defendidos como enaltecidos por alguns artistas que ousam afrontar códigos da alta-cultura do cínico puritanismo burguês. Baudelaire (in CHIAMPI, 1991) elogia os artifícios da maquiagem feminina, no ensaio *O pintor da vida moderna*,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP Semiótica da Comunicação do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2006.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação e Semiótica na PUCSP e mestre no mesmo programa, em 2000. Professora do Departamento de Artes da Universidade de Caxias do Sul, Coordenadora do curso de Especialização: Criatividade em produtos e negócios de moda. Publicações destacadas: *Palavra Prima: O Sensacional da moda*, 2002 (autora); *As faces de Chico Buarque*, 2006 (co-organizadora); *A TV da Universidade*, 1998 (co-organizadora). O capítulo: *O castelo da pelo: o real e o imaginário na Fruição estética do corpo*, 2002, In: A moda do corpo, o corpo da moda.

pelo seu poder de exceder o natural, de tornar a mulher ser divino e superior. Baudelaire também dignifica a arte da contingência que se dedica ao registro de uma beleza de outra ordem, a beleza do cotidiano. Klimt pinta *Ladies* vestidas com ousados decotes, *Judiths* e *Salomé*s fatais, matizadas pelos lábios rubros e pelo negro que torna o olhar misterioso, até ameaçador. Pinta também *Goldfishes* nuas e *Watersnakes* enroscadas em corpos na lascívia (BAÛMER, 1987), enquanto desenvolve projetos de desenho de superfície para produção industrial de tecidos finos e porcelanas.

Wilde (DE CARLI, 2002, p.107-111) destaca-se no cenário inglês, por viver e professar o dandismo, um temperamento social estético, que almeja uma nova aristocracia, a aristocracia da sensibilidade, não alicerçada nos bens ou no sangue nobre, mas no fruir da experiência estética. Aluno de Walter Pater, engaja-se no Movimento Estético que buscava a sublimação dos sentidos, enaltecendo-os como centros perceptores da sensação e da beleza. A beleza, representada pelos artifícios da maquiagem, da moda e da elegância dos urbanos, pelos adornos das casas, das festas e das cidades, merece ser vivida como prazer, como espiritualização dos sentidos, como rito de sedução e não mais como pecado, fraqueza da carne ou frivolidade irracional. O século XIX começa a desatar as amarras sócio-culturais, juntamente com os espartilhos que aprisionam o corpo feminino.

Os ritos da sedução e a apologia ao conhecimento sensível, tendo o corpo, a moda e os artifícios como vetores, aconteceram em ciclos anteriores a Baudelaire, Klimt e Wilde, assim como se projetam no futuro, além deles.

Quanto ao passado, dois momentos são exemplo da relação aparência/sedução, que constitui o eixo deste trabalho. O primeiro refere-se à cultura cortês, século XIV, quando o herói lírico, o amante, escolhido para as carícias roubadas, não coincidia com o marido, eleito pelos familiares para a manutenção das riquezas. A escolha do amante é um gesto de autonomia do sentimento. E, a vivência desse sentimento transfigura-se em sedução no jogo amoroso da poesia, nos beijos escondidos e na maneirista forma de vestir. A aparência feminina é sensualizada pelo espartilho que afina a cintura e faz saltar os peitos, enquanto, a virilidade masculina é acentuada pelo tórax estofado e pelo *codpiece*, que potencializa o falo (DE CARLI, 2002, p.113).

O segundo diz respeito à estética proposta, ainda no século XVIII, pelo filósofo Baumgarten (apud MAFFESOLI, 1996, p. 71) que define estética, como “o prazer dos

sentidos experimentado em comum”, que certamente estimulou e estimula até nossos dias, o laço afetivo tribal e a vida social estetizada.

A primeira metade do século XX é caracterizada por *ups* and *downs* do humor social. Ora a disforia das guerras, ora a euforia do entreguerras e do pós-guerra, os dois estados de espírito acentuam momentos de intensa vivência e evidência do corpo e das sensações. Na euforia, o asseio, a dietética, os exercícios físicos, as práticas esportivas atuam em conjunto no desejo de um corpo vivo saudável, para ser mostrado e desfrutado nas férias, que começam a ser reguladas pelas leis trabalhistas. (PROST;VINCENT, 1992, p. 94-113). A burguesia, no entreguerras, vive a liberação do corpo e estabelece uma nova relação entre o físico e as roupas; a aparência passa a depender muito mais do próprio corpo, por isso é preciso cuidar dele.

*Anos loucos* no entreguerras, *new look* e *juventude transviada* no pós-guerra atestam as urgências sociais de desfrutar a vida presente e afastar as ameaças ao corpo representadas pela violência, morte, doença, privação, velhice e vulnerabilidade, não só dos bens patrimoniais, mas da integridade humana. O corpo, a aparência, os jogos realizam seus ritos, adentram o século XX, não mais em ciclos, mas como questões crônicas e onipresentes.

Fitzgerald, na literatura americana, escandalizou pais e educadores com os excessos e o desprezo pelas convenções sociais dos protagonistas do romance *O grande Gatsby* (1925), promovendo uma verdadeira revolução nos costumes que se alastra pela Europa Ocidental. Em Paris, Chanel (COSAC& NAIFY, 1999, p. 8-9, 20) encanta com a bela silhueta longelínia, esportiva, “chique pobre”; seus vestidos, em tecidos fluídos, são desenhados para um corpo esbelto e livre ou para as mulheres emancipadas, como ela.

Mais tarde, anos 50, o *new look* de Dior, que se estende da alta-costura às versões econômicas da costura industrial, tenta revigorar o luxo e a feminilidade da moda depois da escassez dos tempos de guerra, e contrasta radicalmente com a *juventude transviada*, que espalha mundo afora não só a *Coca-Cola*, mas o ritmo frenético do *rock'n rol*. O protagonista do espírito dos anos 50, Elvis Presley, sofre a censura branca da televisão que mostra seu corpo só da cintura para cima; seu jeito sensual de mexer os quadris foi considerado obsceno e suas canções chocantes para os padrões morais americanos. Essa cultura desviante, desejosa de romper com a repetição do modelo político, familiar e social,

foi invadida por um vazio existencial acentuado pelo início da sociedade do consumo. (BRANDÃO; DUARTE, 1990, p. 22-23).

A questão, no aqui agora de então, não é falar da guerra, mas da reação em cadeia que ela provoca no sentido de reabilitar o corpo como identidade e poder na esfera do privado. O corpo censurado pela tradição cristã, o corpo considerado frívolo porque oposto à razão iluminista, o corpo sofrido pela guerra, é invadido por novos hábitos que valorizam a aparência e o bem-estar, como um direito individual possível e absoluto. Cuidar do corpo é prepará-lo para ser mostrado, isto é, o banho, a alimentação, a ginástica, as férias no mar, a dança, o *swing*, o esporte, a moda constituem ritos do prazer físico. O corpo passa a ser uma satisfação narcisista autocontemplativa; o corpo tornou-se o lugar da identidade. (PROST; VINCENT, 1992, p. 94-112).

Logo, vem à tona o cinema, Marilyn Monroe e Jane Russel estão poderosas no filme ‘Os homens preferem as loiras’ (Howard Hawks, 1953, EUA). As duas embarcam num cruzeiro rumo a Paris. Entre os passageiros, há um time de esportistas esbeltos em excelente forma física; a história, a popularidade das *stars*, o *star system*,<sup>3</sup> a distribuição global do cinema americano, tudo conspira para a política do corpo saudável, jovem, esportivo, belo e bem vestido. Essa tendência culmina com o charme do *go shopping* nas *maisons* dos costureiros franceses, no auge da moda, da recuperação do luxo e da feminilidade.

Daí os crescentes meios de comunicação, rádios, revistas, TV, jornal, em parceria com a crescente publicidade das indústrias de cosméticos, tecidos e vestuário, engajarem-se na disseminação e aceleração da cultura de consumo que enfatiza o aperfeiçoamento, o desenvolvimento e as transformações pessoais, os relacionamentos e as ambições dos grupos e do indivíduo. (FEATHERSTONE, 1995, p.100). Aparência, emoção, desejos, inteligência, razão animam um ser mais inteiro.

No cenário dos anos 60/70, a moda faz as vezes de vedete na representação dos desejos de mudança. A minissaia criada pela estilista inglesa Mary Quant é classificada por Vincent-

---

<sup>3</sup> *Star system*: é a economia que se organiza a partir da articulação entre a indústria cinematográfica e a indústria da moda. Assim, todo o lançamento de filme conta simultaneamente com o lançamento dos figurinos e maquiagem usados pelas atrizes (vestidos, acessórios, tecidos, modelagens, cosméticos) nas lojas de departamento, nas lojas de tecido e nos editoriais das revistas.

Ricard (1989, p. 64) como “renovação absoluta” no vestir. Para Laver (1989, p. 261), tem-se aí a metáfora da “revolução jovem concentrada nos adolescentes que queriam sua própria moda e não versões açucaradas da moda de suas mães”. Nesse novo vestir estão implícitas não só a rebeldia contra os modelos hierárquicos estabelecidos, mas a moda como acelerador do consumo. A euforia de que “não se pararia de ganhar mais e mais dinheiro”, passadas as restrições do pós-guerra, estabelece um páreo frenético entre os jovens em busca da “última moda”, e os estilistas na criação da próxima (JOFILLY, 1991, p. 42-43).

McLuhan (1996, P. 141-142) afirma que o utilitarismo da roupa passa a ser insignificante quando, nos anos 60, os ocidentais começam a “vestir-se para o olho [...], os norte-americanos vão jovialmente desfrutando os recém-descobertos espaços escultóricos e táteis nos carros, nas roupas e nas casas. Na era do biquíni, começamos a compreender que o castelo da pele possui um espaço e um mundo próprios”. McLuhan reconhece, ainda, no corpo, nu ou vestido, uma linguagem em constante desenvolvimento. As mudanças, ora mais ora menos radicais, constituem a dinâmica da moda como um fenômeno social que propicia, ao mesmo tempo, a sensação de pertencimento ao grupo e de distinção desse mesmo grupo. O vestuário possibilita variações sutis e individualizadas, “extensões da própria pele”, como diz o comunicador canadense.

Mas a moda não se restringe apenas ao vestuário, envolve, com o tempo, as áreas mais diversas da atividade humana, “dos objetos industriais à cultura midiática, da publicidade às ideologias, da informação ao social”, nas armadilhas da efemeridade e da sedução (LIPOVETSKY, 1989, P. 12). Enfim, as sociedades democráticas voltadas para a produção-consumo-comunicação de massa engajam-se nos apelos da moda.

Até os produtos da indústria cultural, que são inspirados ou inspiram moda, romancearam os anos 70. Os musicais *Hair*, *Jesus Cristo Superstar* e *Oh! Calcutá*,<sup>4</sup> são uma amostra da era da contestação em que os jovens ocuparam as ruas, “fortalecendo o prazer de estar junto”, segundo aquela estética kantiana, que se consagra no laço, na identificação que une a tribo na uniformidade da vestimenta e das flores, na nova ideologia da paz e do amor, na luta pelo reconhecimento das identidades e no espaço urbano da “comunhão-

---

<sup>4</sup> “Hair”, 79, EUA, Milos Forman; “Jesus Christ Superstar”, 73, EUA, Norman Jewison, baseado na ópera-rock do mesmo nome de Tim Rice e Andrew Lloyd Webber; “Oh! Calcutá”.

congregação”. (MAFFESOLI, 1996, p.274). A contestação atinge a família, a religião, os governos e todas as práticas sociais institucionalizadas.

Os anos 70 são pródigos nos jogos do corpo e da moda, toda a rebeldia é vivida na própria pele, basta lembrar os *strikes*, aquele bando de nus correndo pelas ruas da cidade, nos estádios de futebol, em aglomeração; as grávidas de biquíni; a prática do monoquíni e as prisões por atentado à moral; o festival de Woodstock, o amor livre ao ar livre; as feministas ferrenhas queimando os sutiãs em praça pública. Tudo muito teatralizado, bem ao sabor da mídia. A moda não é inocente, não é alienada, ela representa ideologias, aproveita ideologias, concretiza as emoções do grupo e, ao mesmo tempo, ressalta traços de individualidade.

O prazer de ver e o prazer de ser visto, exhibir-se ao olhar do outro, inerente ao grupo social, é um jogo da sedução. Esse jogo é um dos princípios organizadores da moda que, por sua vez, realiza-se nas efervescências efêmeras da vida social. A sedução é um processo de estetização das aparências que precede a moda, porém tornou-se, com a institucionalização do sistema da moda, nas sociedades ocidentais modernas, um de seus meios de sustentação.

Na economia da sedução, o artifício da maquiagem é a metonímia do signo que se atualiza constantemente no meio social. Nessa semiose histórica, desfilam as damas da cultura cortês, as *Flores do mal* de Baudelaire, as *Salomé*s fatais, as lascivas *Danaes* de Klimt, os *dandies* de Wilde, e um universo de personagens hedonistas que estetizam o corpo elegendo-o vetor do prazer. O espírito do tempo muda, e com ele atualiza-se o “signo-personagem” no corpo das *Dietrichs*, *Marilyns*, *Bardots*, *Julias Roberts*, *Angelinas Jolies*, *Jennifers Lopez* e muitas outras *superstars*, bem como, nas *Twiggy*s, *Campbells*, *Crawfords*, *Giseles*, *Rickmanns* e demais *top models*. Além disso, o ritual da sedução não fica apenas nas telas e passarelas, pois os mundanos são encorajados pela moda à autoprodução, autocontemplação no espaço social.

O mundo intelectual também se manifesta e revisa os signos. Baudrillard (1992, p. 97-111) atualiza o signo-sedução pelo viés do corpo, no texto *A efígie da sedutora*, que remete ao “Elogio da maquiagem” do seu conterrâneo Baudelaire, que há mais de cem anos antes já questionava os valores da natureza e do artifício na produção da beleza feminina. A

sedução, para Baudrillard, alimenta um jogo de prazeres e desejos exteriorizados através de estratégias e artifícios, que se realizam na aparência e sob seus véus.

Seduzir, *seducere*, significa afastar, desviar do caminho. A sedução é, portanto, aquilo que desloca o sentido do discurso e o desvia de sua verdade, de sua realidade, cria subterfúgios, prismas que reluzem e ofuscam a luz (BAUDRILLARD, 1992, p. 27-29). O sobrenatural, o teatral, é o rosto da mulher maquiado, artifício calculado com exatidão: enquanto o contorno negro acentua e distancia o olhar, o brilho carmim dos lábios é um convite, configurando-se aí o lusco-fusco da sedução. Para Baudrillard (1992, p. 104), não a maquiagem, mas “o corpo é primeiro grande suporte do projeto de sedução”. Assim, o corpo é desviado de seu estado *in natura* em todos os tempos e espaços. A ritualização do corpo é cultural: espicha-se o pescoço, encolhem-se os pés, inserem-se metais, aros, ossos, tatua-se a pele, extirpa-se algum pedaço, pinta-se o rosto, reveste-se o corpo de signos hierárquicos. A ritualização do corpo também é moda: veste-se uma roupa para proteção, por costume, por puro prazer estético; por *status*; por estratégias sedutoras.

Não paramos por aí, os desejos contemporâneos de beleza e juventude são insaciáveis, não se contentam mais com os véus e artifícios clássicos da maquiagem, das roupas, dos jogos sensuais. Os desvios do corpo natural são mais radicais, são intervenções que atravessam a pele e se misturam com o orgânico.

Baudrillard, ideologicamente avesso à sedução da moda, por ser ela a excelência do consumo e dos prazeres enganosos nas sociedades liberais capitalistas, diz que “a sedução espreita todas as coisas que tendem a se confundir com a própria realidade” e ainda recorre a Jeudy sobre a sedução narcísica: “Eu serei seu espelho” significa “não serei seu reflexo”, mas “serei seu engano” [...]. “Seduzir é morrer como realidade e produzir-se como engano”. O pensamento de Baudrillard é um tanto redutor, pois polariza a questão em realidade *versus* engano, fechando-se para a problematização complexa que vive o corpo hoje.

O que pensar dos projetos recentes de “sedução narcísica”, tão perfeitos que avançam corpo adentro, misturam orgânico e inorgânico e são dissimulados pela própria pele? Que pensar de projetos que atendem a objetivos estéticos, enquanto os pudores éticos são engavetados com o passado? É o corpo agora que assume as características da moda inovação, sedução e autoprodução? De que outra ordem de sedução enganosa somos acometidos quando o

natural e o artificial se unem em simbioses biotecnológicas, pós-humanas ou, ainda, biocibernéticas, como prefere chamar Santaella (2003a, p.192-207), e alteram o curso vital?

Santaella (2003a, p.200) aborda as múltiplas realidades do corpo na contemporaneidade, salientando entre elas o “corpo remodelado”, aquele que se preocupa com a aparência física, com a manipulação estética da superfície. “Trata-se do corpo construído com técnicas de aprimoramento físico: ginástica, musculação, *body building*, até técnicas de modelagem através de implantes enxertos e cirurgias plásticas, para adaptação do corpo aos padrões estéticos conjunturais”. O que surpreende, hoje, é o imperativo da beleza atuando de forma intervencionista no corpo. A preocupação com o risco cirúrgico é minimizada frente à possibilidade de remodelar o que está esteticamente fora do padrão de beleza. O nariz levemente arrebitado, os seios cheios e empinados por próteses, o estômago reduzido, as rugas eliminadas, os lábios carnudos são possíveis de adquirir como mercadoria adaptada sob medida ao corpo. O controle da técnica e o domínio avançado sobre o corpo já é realidade.

A intervenção estética no corpo tem se tornado banal e sem muitos questionamentos, basta lembrar as transformações efêmeras da aparência ligadas à representação do personagem na produção de um determinado filme. Assim, Nicole Kidman fez plástica temporária no nariz para incorporar Virginia Wolf, em “As horas” (Stephen Dalry, EUA, 2002); Angelina Jolie não titubou em siliconar os seios para parecer-se mais e mais com Lara Croft, a heroína dos *games* em Tomb Rider (Sinmon West, EUA, 2001); Cher e Michael Jackson são exemplos clássicos do corpo remodelado; um país da América Latina admite contribuir com inúmeras plásticas para retocar cirurgicamente os “dotes naturais” em suas candidatas a Miss Mundo. Evidencia-se mais um controle do *sapiens* sobre a natureza. Nossa resistência insurge quando a intervenção no corpo, a prótese é para fins estéticos, o que não deixa de ser a força do tabu ancestral quanto aos desfrutes hedônicos ou narcísicos. O “corpo protético” (SANTAELLA, 2003a, p.201), aquele que recebe próteses funcionais corretivas, auxiliares ou expansivas, tem sua justificativa ética, socialmente defensável. Aí, o artificial e o natural, o tecnológico e o orgânico, o real e o virtual habitam em paz.

O corpo natural, artificial, remodelado, protético, ocupa a cena hoje, mais que as roupas, mais que os acessórios, mais que os carros, mais que os celulares. O corpo é a identidade



física, é o DNA, é o sujeito, é a subjetividade concretizada, é o eu fenomenológico, que pode ser levado, mostrado, vivenciado em todo e qualquer lugar. Galvão (2002, p.168) fala do corpo contemporâneo como o corpo-sujeito, aquele que exercita ao extremo a subjetividade, torna-se cada vez mais dono de si, modela-se nas academias, rejuvenesce na cosmética, faz plásticas, lipo-escultura num processo frenético de auto-estetização, auto-sedução. Esse é o corpo *customizado*,<sup>5</sup> retrabalhado sob medida, segundo o desejo do sujeito.

Para encerrar essa revisão histórica dos ritos da sedução que encontram no corpo o primeiro e maior suporte ouvimos Lipovetsky. O filósofo, há mais de 18 anos, enfrentou a conservadora intelectualidade ousando estudar a “frívola” moda, o “estigmatizado” corpo como realidades emergentes e dignas de preocupações da filosofia. Primeiro, Lipovetsky aborda a moda como o sistema mais moderno dos modernos, por seu caráter efêmero e inovador que privilegia o novo em detrimento do passado, o descarte em favor da conservação. Segundo, a alta-costura como responsável pelo início da psicologização da moda, por apresentar-se como a possibilidade de concretizar emoções e valorizar traços de personalidade e de caráter. Terceiro, a moda na sociedade do consumo, mais aberta e democrática, incentiva o jogo da aparência e abre-se para a sedução narcísica de se metamorfosear aos olhos dos outros e de si mesmo, de mudar de pele”, de se tornar, de se sentir como um outro, mudando de toailete”. (LIPOVETSKY, 1989, p. 96). Esses dois últimos sentimentos, ricos em autoprodução e autocontemplação, infiltram-se em todo o objeto de uso pessoal, da roupa ao carro tudo é extensão da própria pele, da personalidade; tudo é vestir-se para o próprio olho e para o olho do outro.

Depois de considerar a trajetória de individualização no século XX, que passa pela luta de identidade de classe dos anos 60/70; pelo egocentrismo radical dos anos 80, a “década do eu”; pela autonomização do sujeito perante os ditames da moda e de outros determinismos sociais, no final do século, chegamos ao ponto em que muitos objetos e o corpo em especial assumem as características da lógica da moda: inovação, psicologização, individualização e sedução narcísica. Daí, a quarta colocação de Lipovetsky (2004, p. 20), o neo-individualismo, do terceiro milênio, que não se reduz ao psicologismo, hedonismo,

---

<sup>5</sup> Corpo customizado: seu *design* físico é inteiramente feito sob medida, manipulado conforme o desejo do sujeito. A idéia de customização do corpo é retirada por analogia do recurso de diferenciação apropriado pela moda atual, que refere-se ao estilo próprio estimulado ao máximo na produção e composição das roupas.

narcisismo e outros “ismos”, mas implica, cada vez mais, um trabalho de construção de si, de tomada de posse do seu corpo e da sua vida. A dinâmica do neo-individualismo projeta-se em espiral. Aí, cabe o exemplo dos equipamentos tecnológicos customizados (*notebooks*, *personal computers*, celulares, etc.) e das informações disponíveis e selecionadas (internet, *sites* e navegações individualizadas, TV por assinatura).

Mais pertinentes a este estudo, cabe ressaltar as recentes customizações dos comportamentos e das modas, das religiões *à la carte*, das diversas constituições familiares, enfim do corpo-sujeito que cultua a boa-saúde, a forma física, a juventude e a beleza a qualquer preço. A construção, a invenção de si mesmo, sem regras e determinismos sociais, implica, por um lado, uma boa dose de euforia advinda da sensação de liberdade e, por outro, a disforia provocada pela ansiedade de construir-se sozinho; pela incapacidade de driblar eternamente a beleza, a idade e as exigências contemporâneas da boa *performance* em tudo. A sedução narcísica biocibernética não envolve unicamente gozo e prazer, a invenção de si mesmo, mais complexa, sofre de uma auto-exigência sobrenatural que reveste Narciso de um peso existencial humano inusitado no mito clássico.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUDELAIRE, Charles. *O pintor da vida moderna*. In: Chiampi, Irlemar (Org.) Fundadores da modernidade. São Paulo: Ática. 1991.

BAUDOT, François. *Chanel*. São Paulo: Cosac&Naify. 1999.

BAUDRILLARD, Jean. *Da sedução*. 2. ed. São Paulo: Papyrus. 1992.

BÄUMER, Angelica. *Gustav Klimt : Women*. New York: Rizzoli. 1987.

BRANDÃO, Antônio C. e Duarte, Milton F. *Movimentos culturais de juventude*. São Paulo: Moderna. 1990.

CASTILHO, Kathia & GALVÃO, Diana. *A moda do corpo o corpo da moda*. Rio de Janeiro: Esfera, 2002.

DE CARLI, Ana Mery S. *O sensacional da moda*. Caxias do Sul, RS: EDUCS. 2002.

FITZGERALD, Scott. *O grande Gatsby*. Rio de Janeiro: Record.

JOFFILY, Ruth. *O jornalismo e a produção de moda*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 1991.

LAVER, James. *A roupa e a moda*. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- \_\_\_\_\_. *Metamorfoses da cultura liberal: ética, mídia, empresa*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1998.
- PROST, Antoine & VINCENT, Gerard, (org) *História da vida privada*. v. 5. São Paulo: Cia das Letras, 1992.
- SANTAELLA, Lúcia . *Miniaturas*. São Paulo: Hacker/Cespuc, 1996.
- \_\_\_\_\_. *Corpo e comunicação* . São Paulo: Paulus. 2004.
- \_\_\_\_\_. *Culturas e Artes no Pós-humano*. São Paulo: Paulus. 2004 a.
- VINCENT-RICHARD, Françoise. *As espirais da moda*. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1989.