

**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS  
CURSO DE JORNALISMO**

**RAPHAELA BELLINATI**

**O QUE ELAS QUEREM É PODER:  
A MODA COMO DISCURSO DE AFIRMAÇÃO**

**SÃO PAULO  
SEGUNDO SEMESTRE – 2019**

**RAPHAELA BELLINATI**

**O QUE ELAS QUEREM É PODER:  
A MODA COMO DISCURSO DE AFIRMAÇÃO**

Relatório Final do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso), apresentado ao Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie, para obtenção do Título de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Mirtes de Moraes.

**SÃO PAULO  
SEGUNDO SEMESTRE - 2019**

**ESTE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO NÃO REFLETE A OPINIÃO DA UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE. SEU CONTEÚDO E ABORDAGEM SÃO DE TOTAL RESPONSABILIDADE DE SEU AUTOR.**

### **Link para os vídeos no YouTube**

Episódio 1 – A moda e o jornalismo - <https://youtu.be/vAReFkp3Cug> (Postado dia 11.11 às 09h)

Episódio 2 – Elxs também querem poder - <https://youtu.be/ET-ZBH1NDS8> (Postado dia 11.11 às 09h30)

Episódio 3 – Minha pele também é roupa - [https://youtu.be/Vgcj3gDd\\_js](https://youtu.be/Vgcj3gDd_js) (Postado dia 11.11 às 10h)

Episódio 4 – Da África para o mundo - <https://youtu.be/0EMKipu8jJY> (Postado dia 11.11 às 10h30)

Episódio 5 – Somos todas especiais - <https://youtu.be/C7pS7iJoR0U> (Postado dia 11.11 às 11h)

Playlist como todos os vídeos -

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLJWFg1DIQMaAapYbD4rsKM8Bb1iMYTjU7>

## **DEDICATÓRIA**

A todas as mulheres que acham que não podem.

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer aos meus pais, que, durante esses quatro anos fizeram todos os esforços para que eu tivesse a melhor experiência acadêmica possível. Um agradecimento, bem como reconhecimento, a todas as mulheres que entrevistei. Sem elas, o trabalho não existiria. Obrigada aos professores que incentivaram o meu tema e, em especial à minha orientadora, Mirtes de Moraes. Sem a sua mentoria, não estaria escrevendo os agradecimentos. Aos meus amigos, que sempre foram presentes. E, em especial agradeço à minha irmã, que me ajudou em várias etapas do processo e é minha amiga para toda vida. Obrigada.

## **Resumo**

Esse trabalho irá analisar a forma como as mulheres se vestem a partir de suas vivências, círculo social, aspectos políticos e, principalmente, como elas querem que o mundo as identifique. As vestimentas deixaram de ser apenas algo que usamos para nos esquentar do frio. As roupas, hoje em dia, estão em um cenário de efervescência, onde tudo é possível. Sendo assim, então, é parte desse artigo entender porque as pessoas usam ou deixam de usar certas peças e combinam outras com um determinado tipo de sapato, acessório e, até mesmo, um penteado. Nos tempos modernos, pode ser difícil achar algo para se identificar, isso porque vivemos cercados de estímulos e padrões sociais que nos colocam em um lugar de como ser e como agir. Desde o modo como se portar e se vestir, a sociedade quer estabelecer uma linha de pensamento igual. Isso serve para mulheres e homens, pois todos são forçados a agir de acordo com uma regra de etiqueta que não necessariamente é algo com o qual aquela pessoa se identifica. Por isso decidi realizar uma websérie com personagens que fujam do padrão determinado e o que sempre vemos nos comerciais e capas de revistas. A proposta foi de ir além do que sempre mostram e trazer para frente das câmeras personagens novos, com corpos, estilos, cabelos, tons de pele, formas e jeitos, onde um maior leque de pessoas possa se sentir identificado. De que forma as mulheres estão abrindo seu caminho para o destaque, saindo das sombras? Exibindo mais o corpo com tatuagens? A ideia da websérie é justamente mostrar o lado dessas pessoas e o que elas estão fazendo para serem vistas além de estereótipos.

**Palavras-chave:** 'Moda'; 'Quebra de padrões'; 'Afirmação'; 'Discurso'.

## **Abstract**

This paper will analyze how women dress from their experiences, social circle, political aspects, and especially how they want the world to identify them. Clothing is no longer just something we wear to get cold. The clothes, today, are in a scenario of effervescence, where anything is possible. So then, it's part of this article to understand why people wear or stop wearing certain pieces and combine others with a particular type of shoe, accessory, and even a hairstyle. In modern times, it can be difficult to find anything to identify with, because we live surrounded by social stimuli and patterns that put us in a place of how to be and how to act. From the way you behave and dress, society wants to establish an equal line of thought. This is for women and men, because everyone is forced to act according to a rule of etiquette that is not necessarily something that person identifies with. So I decided to make a web series with characters that deviate from the given standard and what we always see in commercials and magazine covers. I want to go beyond what they always show and bring new characters to the camera, with bodies, styles, hair, skin tones, shapes and ways, where a wider range of people can feel identified. How are women making their way to the spotlight by stepping out of the shadows? Showing off more body with tattoos? The idea of the web series is precisely to show their side and what they are doing to be seen beyond stereotypes.

**Keywords:** 'Fashion'; 'Pattern breaking'; 'Affirmation'; 'Speech'.



## **Sumário**

<b>1 – Introdução</b> .....	P. 10
<b>2 – Referencial teórico</b> .....	P. 12
2.1 De onde vem o estilo.....	P. 12
2.2 A moda e a mídia .....	P. 14
2.3 A moda e o corpo .....	P. 15
<b>3 – Desenvolvimento da peça</b> .....	P. 16
3.1 – Personagens.....	P. 16
3.2 – Episódios.....	P. 17
3.3 – A websérie.....	P. 20
<b>4 – Considerações finais</b> .....	P. 21
<b>5- Anexo</b> .....	P. 23
<b>6- Apêndice</b> .....	P. 24
<b>7- Bibliografia</b> .....	P. 29

## 1 - Introdução

Com o passar dos anos, a aparência física deixou de ser apenas o que se via no corpo, mas sim o que era adicionado a ele. Ou seja, depois que o homem começou a entender que precisava cobrir seu corpo para se proteger do frio, a produção das roupas da idade da pedra, com o uso no cotidiano, começou a existir para, além da necessidade, esconder 'as vergonhas', ou seja, os homens e as mulheres na época, começaram a cobrir seus corpos com peles de animais e pedaços de plantas, para esconder seus corpos e impedir que fossem vistos pelos outros. Desta forma, quanto mais roupa uma pessoa usava, maior era seu poder ou importância, pois maior havia sido sua caça, e maior era seu domínio em confeccionar aquela peça. Assim, o outro passou a ver a roupa como uma forma de status. (LIPOVETSKY, 2009)

A história da moda foi mudando, bem como a da sociedade. Passamos do renascimento, onde a mulher era vista mais como um objeto decorativo, até a época do pós-guerra, onde elas assumiram novos postos de trabalho. Tivemos os hippies e punks, bem como outros estilos que seguiram os contrastes políticos e econômicos de suas épocas.

Em 2013, segundo dados da consultoria Euromonitor (Euromonitor, 2018, online), no Brasil, a indústria da moda cresceu quatro vezes somente na última década, atingindo 140 milhões de reais. Atualmente, no último levantamento feito pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil, esse mercado atingiu 45 bilhões de dólares em 2017.

Quem quiser se aventurar no mundo da moda, deve entender que não é mais possível seguir um padrão estabelecido há anos. Os nichos específicos estão crescendo cada vez mais, e as minorias estão tomando os lugares que lhes foram negados.

Segundo o artista modernista Flávio de Carvalho, a cidade, a economia, e política são locais de irradiação dos movimentos da modernidade, representados pelo artista em seu desfile com seu 'traje de verão masculino', pelas ruas do centro de São Paulo, em 1956.

É a moda do traje, que mais forte influência tem sobre o homem, porque é aquilo que está mais perto de seu corpo e o seu corpo continua sendo a parte do mundo que mais interessa ao homem.

Em sua apresentação, Flavio embate questões de gênero, pois, no desfile, aparece usando saias. Para Marilena Chauí, ideologia, que é muitas vezes associada ao gênero e a *binariedade*<sup>1</sup>, é um ideário histórico, social e político que oculta a realidade, e que esse ocultamento é uma forma de assegurar e manter a exploração econômica, a desigualdade social e a dominação política.

A primeira vez que a palavra ideologia foi usada, foi na França, após a Revolução Francesa (1879). A ideia era elaborar novos ideais, tratando-os como fenômenos naturais que traduzem a relação do corpo humano, como ser vivo, com o meio ambiente. Isso elaborou uma teoria sobre as faculdades sensíveis, responsáveis pela formação das nossas ideias: vontade, razão, percepção e memória.

Sendo assim, faz parte deste trabalho analisar como as pessoas, que não se enxergam na mídia, fazem para existir de forma que elas sejam quem elas são, resistindo contra as ideias impostas pela sociedade que não admite o diferente. O trabalho a seguir tem como objetivo mostrar a moda como uma ferramenta de personalidade, resistência e empoderamento.

Este projeto propõe fazer uma websérie, que mostre, a partir de personagens, que a moda pode apresentar e explorar, diversos tipos de personalidades, dentro um sistema cheio de pré-conceitos.

Também foi necessário abrir espaços para as situações e cenários novos, para que houvesse mais verdade e o nenhum lugar de fala fosse invadido. A moda é mais que apenas escolher uma roupa de manhã e se vestir para o dia, é um ato de auto estima e afirmação.

Acredito que dentro do jornalismo, exista espaço para mostrar justamente esse lado mais engajado da moda, como já fizeram edições de publicações como *Elle*, *Claudia* e *Glamour*. Esse caminho abre discussões para opressão de gênero, machismo, racismo, preconceito, falta de representatividade, tanto na mídia como no momento de compra de roupas e, também, ausência de autoestima, o que causa problemas psicológicos, bem como a depressão. Daí a importância jornalística.

Sofremos com o machismo todos os dias, por exemplo. Não é necessário nem ao menos dar algum exemplo de como usam as roupas para culpabilizar uma vítima de estupro ou assédio, afinal, isso não faz o menor sentido. Além de roupa não dar consentimento, as mulheres devem se sentir livres para usar qualquer peça ou acessório, sem medo de saírem às ruas. Não existe mais espaço para permitir que um homem ande sem camisa, que ele poste uma foto seminua e que ele tenha plena

liberdade do seu corpo, enquanto uma mulher é cada vez mais escondida dentro de camadas e mais camadas de pano, enquanto fotos de peito e amamentação são bloqueadas das redes sociais por serem consideradas inadequadas. Nossos corpos, em suas infinitas diferenças, são iguais. Como mostrar em uma websérie a forma com que as pessoas usam a moda para se expressar e se destacar socialmente nos dias atuais?

Dentro da peça, sendo ela uma websérie, foi realizada uma pesquisa qualitativa, com o objetivo de mostrar ao telespectador que a imagem e personalidade de uma pessoa, pode ser transmitida através das roupas que ela usa. Por isso, decidi escolher personagens que reforçassem a ausência de padrões.

## 2 - Referencial teórico

### 2.1 – De onde vem o estilo

Com o passar dos anos, a palavra ‘estilo’, que vem do latim *stilus*, adquiriu um significado que representa a maneira particular como cada indivíduo expressa pensamentos, emoções e sentimentos.

Estilo pode ser interpretado como aquilo que caracteriza uma forma de expressão, formado por um conjunto de traços identitários que resultam numa unicidade (CIDREIRA, 2005, p. 127).

Sendo estilo algo individual, a forma como as pessoas se vestem, pode ser considerada instrumentos de identificação de consumidores de moda, remetendo à ideia de identidade. A identidade, no entanto, não é um valor imutável, podendo se adaptar a diferentes aspectos culturais, econômicos e, até mesmo, geográficos.

Todas as pessoas estão em busca de ser alguém ou alguma coisa. Movidas por seus ideais, suas ações correm de forma a realizar tais desejos. Logo, princípios ou valores atuam como uma meta pessoal.

Na moda, isso se reflete na maneira como as pessoas se vestem. E não só apenas a forma do vestuário, mas também as peças escolhidas. A intensidade de um significado, algo que preencha uma necessidade ou que represente alguma coisa pode estar presente no modo em que as pessoas se vestem.

Entretanto, estilo também está ligado ao grupo de pertencimento das pessoas. Um nicho social está imerso em diversas formas de roupas e estilos, mas também de vida. Os grupos, por sua vez, segmentam o mercado, criando novos padrões, e criam a cultura de massa.

(...) Hippies na década de 1960, os punks no final de 1970, são alguns exemplos de culturas urbanas jovens cujos traços definidores apresentavam-se em valores compartilhados devidamente expressos em estilos de vida

particulares, modos de vestir e de lidar com o corpo. (MISKOLCI, 2008, p. 11).

A partir da segunda metade do século XX, o *lifestyle* das pessoas começou a ser o que definia quem elas eram e qual era o seu estilo, dando assim, novos significados para as identidades individuais. A valorização da magreza, por um status socioeconômico do ser, por exemplo, levou um aumento da percepção da individualidade. (MISKOLCI, 2008)

O impacto mais forte do nascimento da moda foi durante o Renascimento, quando surge a burguesia (SVENDENSEN, 2010). As alterações sociais aceleradas também estão no cenário do início do mundo da moda. Os formatos das roupas passaram por mudanças rápidas e os enfeites, bordados e adornos se transformaram. A profusão do conhecimento se deliberou, dando a figura humana o centro das atenções, retomado ao conceito de Miskolci, e levando a novo aumento da individualidade.

A moda é uma fonte que estimula os desejos e já deixou de ser sinônimo de *glamour* para virar um fenômeno social grande importância econômica, além de ditar comportamentos e tendências. (FEGHALI, 2001, p. 6). Surgiu a nova era de enxergar que todos os indivíduos são diferentes e únicos. A auto percepção é tão natural que há dificuldade em imaginar que já pode ter sido diferente, mas “o indivíduo é uma construção social que surgiu e, em princípio pode voltar a desaparecer, ainda que hoje nos pareça difícil conceber alternativas para essa auto compreensão” (SVENDENSEN, 2010, p. 159).

Para Diana Crane, a geração de 1965 tem mais preocupação “com o uso do consumo como meio de manipular a apresentação de sua identidade” (Crane, 2006, p. 41). Assim, os consumidores se tornaram mais ligados à construção da identidade e do estilo de vida. A moda tornou-se um dos veículos dessa construção, bem como, a partir da década de 1980, associou-se a ela uma expansão do investimento em técnicas corporais.

A forma de vestir não pode ser reduzida em apenas escolher uma roupa dentro do armário, pois, nos últimos dois séculos, a vestimenta se constituiu em uma das formas de adequação social ou de resistência às fronteiras entre as classes e os gêneros. A busca de aceitação e de pertencimento social é a forma como a grande massa de migrantes e imigrantes, sobretudo na vida urbana, utilizou-se da vestimenta como meio de inserção em suas novas vidas.

(...) ao longo da história da moda, diferentes estilos coletivos de viver ditaram linhas, formas, imagens femininas e masculinas de épocas diversas. Assim os modos de vida acabaram influenciados às modificações e materializações da aparência, ou seja, a amplitude do estilo na moda deve-se ao atrelamento da estética como modo definidor do indivíduo. Pessoas completamente opostas unem-se, então, por alguma simbologia estética ou de status materializada por algum produto ou serviço (...) (OLIVEIRA, 2014, p. 116).

Logo, a moda é a escolha da vestimenta e dos acessórios, interferências diretas ao corpo, como corte de cabelo, tatuagens, etc. Características de comportamento se ligam, nos dias atuais, muito a música, literatura, hábitos de lazer, entre outros. Juntos, os fatores citados a cima, criam um estilo e um tipo de identidade.

As roupas foram representativas por serem um discurso não-verbal e, muitas vezes, inconsciente, de expressão com relação às identidades hegemônicas. A inserção na vida social, faz com que o exista uma escolha para um grupo de pertencimento.

Em geral, à medida em que as redes sociais, sendo elas online ou não, dos indivíduos se expandem, ou que seus contatos se tornam mais variados, ele é exposto a novas formas de cultura e torna-se propendo a adotá-las (Crane, 2006, p.33).

Portanto, a construção de um estilo, de uma identidade por meio da moda é uma forma de pertencimento, associação e a vida em comunidade. Não é apenas uma questão de gosto individual, é um meio de inclusão em um grupo.

## 2.2 – A moda e a mídia

Podemos entender, então, porque nos grandes centros urbanos a diversidade de culturas, estilos e identidades adquire mais visibilidade, principalmente pelos meios de comunicação.

Considerando a moda vinda dos grandes programas de entretenimento, podemos identificar que ela exerce o efeito *trickle-down*, que é um série de eventos, que começam no topo da escala social, ‘onde uma moda é lançada pela elite, seja um lançamento da alta-costura ou o estilo de uma celebridade ou ainda, nesse caso, o estilo de um personagem de telenovela.’ Este estilo passa a ser divulgado pela imprensa, e algumas marcas começam a reproduzi-lo. O estilo, que é valorizado pela exposição na mídia, será copiado, também, por redes de lojas e marcas mais populares, mas adaptando os materiais para oferecer o mesmo estilo por um preço mais baixo para esse mercado de massa. Chegando, por fim, à produção em larga escala e ao acesso do público em geral. (TREPTOW, 2005.)

Considerado um meio de comunicação de massa muito poderoso, a televisão representa muito mais do que um simples eletrodoméstico, ela é um recurso que proporciona contato entre regiões distintas. É, também, um aparelho que oferece diversão e informação gratuitas para aqueles que se contentam em se atualizar sobre os acontecimentos do mundo e do país, sob um determinado ponto de vista, sem se preocuparem em buscar mais informações em outras fontes.

Como aparelho, ela (a televisão) é extremamente cômoda, na medida em que torna muito fácil o acesso à distração. É um “eletrodoméstico” prático: basta apertar o botão e funciona. Não é preciso locomoção para assistir ao espetáculo, não são necessários quaisquer aparatos físicos para usufruir do lazer. (CAMPEDELLI, 1987, p. 7).

A moda é, portanto, social, abrangendo também as esferas, econômica e cultural, resultando expressão e identidade social, tendo uma indústria de significados.

Segundo Roland Barthes, as roupas são apenas o material, entretanto, esse material é carregado de símbolos e signos. Significados estes que podem ter vindo de um filme, uma série, uma novela, ou até mesmo de um apresentador de jornal.

Umberto Eco (1975) diz que o vestir é uma escolha e a moda é uma opção. Para Barthes (2009), a moda fornece ao sujeito padrões comportamentais que vão além das funções de cobrir ou enfeitar o corpo, uma 'vez que a veste é tocada pela imagem da moda que solicita e/ou completa determinado indivíduo.' "O indivíduo constrói um senso de identidade pessoal ao criar 'narrativas próprias' que contenham sua compreensão do próprio passado, presente e futuro." (Crane, 2006, p.37)

Essa preocupação com a identidade pessoal acontece, pois existe uma transformação social, a partir da possibilidade atual de adotar uma posição reflexiva, especialmente no comportamento individual. Por isso os nichos específicos estão cada vez mais inseridos dentro de um cenário próprio. Isso porque, eles se baseiam em seu estilo de vida e também em suas vivências individuais, bem como as em grupo.

O estilo individual é a adequação das combinações da roupa ao grupo no qual ele se insere e com o qual partilha valores. Por isso os estilistas e os grandes ateliês de cultura procuram estar sempre preparados e por dentro das tendências jovens atuais. Se querem atingir o nicho, devem pensar como aquelas pessoas gostariam de se vestir. Devem imaginá-los como indivíduos e pensar como se as confecções fossem unicamente para uma pessoa específica.

Entretanto, este indivíduo acaba por ser construído em cima de padrões representados pelos meios de comunicação e entretenimento, pois eles procuram por representatividade. A busca pela padronização do estilo esta intimamente ligada a preocupação de interação com o outro, mais especificamente no que se refere ao aparentar e apresentar-se diante do outro (BORGES, 2008)

Sendo então o corpo a identidade física de alguém não é difícil perceber que o indivíduo coloque em suas vestimentas o modo como ele pensa, age, interage socialmente e, até mesmo, seus gostos por filmes, séries refletindo em aspectos da cultura.

### **2.3 – A moda e o corpo**

Com a individualidade entrando cada vez em pauta, o corpo passa a ser muito cultuado. É preciso ser jovem, saudável e rigoroso. O corpo é a identidade física de alguém. Segundo Goldenberg, com os meios tradicionais de identidade, como a família, religião e política foram enfraquecidos, o corpo acabou sendo apropriado como "um meio de expressão ou representação do eu" (GOLDENBERG, 2002, p.20).

Nossa aparência física é importante socialmente. Ela é a primeira coisa se alguém repara em você. Pode não ter a ver com quem você é no seu interior, quantas vezes alguém não diz que você tem cara de algo que você não é de fato? Ao conhecermos uma pessoa, nossa imagem pode acabar substituindo nossa essência, mas não significa que ela deixa de existir. Isso porque não é difícil alguém dizer que passou em uma loja e viu algo que lembrou você. Essas são provas de que o jeito

como nós nos vestimos também impacta os outros, mesmo que eles nos olhem de fora.

A cor da pele faz jus ao nosso corpo. Não se pode falar de moda como resistência e não falar sobre a luta das mulheres negras para entrar – e serem aceitas – no mundo *fashion*. Para Stuart Hall (2003), essa percepção sobre o corpo negro, principalmente daqueles que foram removidos do continente africano e tiveram suas raízes cortadas, é atribuída ao valor do corpo do indivíduo. É através dele que se dá a comunicação entre os sujeitos que compartilham de uma mesma experiência social, criando assim novos grupos.

A dança, a música, as cores vibrantes, são alguns elementos relacionados com a cultura negra, ou cultura afro-brasileira, segundo Souza (2011).

O corpo, nas sociedades africanas, tem um papel fundamental como suporte de signo, talvez por serem sociedades onde a cultura oral é predominante, o uso do corpo para enviar mensagens é fundamental, por meio das suas roupas e adornos representam e significam sua condição social e identitária. Tudo se combina para transmitir mensagens complexas sobre idade, estado, as fases da vida, a adesão de tribos ou grupos, poder e posição, riqueza, beleza e até mesmo a história pessoal.

Em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, na segunda metade do século XX, segundo Félix (2000), os espaços de estilos musicais como o rap e o hip-hop, para a comunidade negra, era um lugar seguro, onde não sofriam discriminação.

Ainda se acordo com o autor, isso teve influência direta em como essa população começou a se vestir. As apresentações de dança, na época, já tinham um cunho político e social trazido pelos artistas de rua.

Entretanto, salvo os lugares seguros da população negra, ainda não existia algo com que essas pessoas pudessem se identificar no mundo da moda, pois a mídia inteira era composta por personalidades brancas (SILVA, 2017). A valorização do poder de compra dos negros obrigou o mercado a encontrar formas de fazer com que essa pessoa, que até então estava marginalizado, se visse dentro de revistas, na TV e na internet, por exemplo, e sentisse vontade de exercer poder aquisitivo, ou seja comprar, e, assim, movimentar o mercado.

### **3 - Desenvolvimento da peça**

#### **3.1 – Personagens**

Após ter definido o tema, pautado nas mulheres que se vestem como forma de resistência, foi hora de sair a procura das fontes. O primeiro contato foi feito com personagens mais 'famosas', influenciadoras digitais das quais eu já seguia e conhecia o trabalho. Entretanto, a resposta de todas foi negativa, dizendo que a agenda era muito cheia e que não tinha horário disponível.



Desta forma, pelo Instagram, fui atrás de fontes que tivessem a ver com o tema escolhido, e que poderiam falar sobre as questões que eu coloquei, bem como a pergunta-problema.

A websérie foi desenvolvida em cinco capítulos, cada um com, aproximadamente, quatro minutos de duração. Cada um dos capítulos abordou uma personagem diferente. Decidi por escolher este formato, pois, separar cada episódio por personagem seria mais interessante para a minha história. No entanto, me baseie na tese de documentário de representação social, de Bill Nicholls (2005).

Os documentários de representação social são o que normalmente chamamos de não ficção. Esses filmes representam de forma tangível aspectos de um mundo que já ocupamos e compartilhamos. Tornam visível e audível, de maneira distinta, a matéria de que é feita a realidade social, de acordo com a seleção e a organização realizadas pelo cineasta. Expressam nossa sobre o que a realidade foi, é e o que poderá vir a ser. (NICHOLLS, 2005. P.26)

### 3.2 - Episódios

O primeiro episódio, intitulado como 'A moda e o jornalismo', apresenta a jornalista pós-graduada em moda, Eleni Kronka, que traz uma visão mais técnica ao trabalho. Ela vem para afirmar a pesquisa de Barthes, autor que diz que a moda é um fato social.

Nesse capítulo, como a entrevistada traz um panorama da moda, desde o século XIX, escolhi por mostrar as vestimentas da época, para que ficasse mais claro para o telespectador. Neste momento, utilizei imagens de dois livros bem ilustrativos. O primeiro foi 'História da Moda', de Didier Grumbach, neste, pude encontrar imagens mais históricas, principalmente do período renascentista. O outro livro foi 'Cronologia da Moda', de N.J. Stevenson. No segundo, utilizei mais cards ilustrativos, bem como fotografias de algumas épocas. A música de fundo foi colocada pensando em trazer mais leveza ao conteúdo exposto, pois é uma parte mais teórica.

Ainda com Eleni, como ela já trabalha há mais tempo no mercado da moda, e é uma grande entusiasta, consegui fazer imagens de seu acervo pessoal de livros e revistas que tivesse a ver com o universo fashion.

A ideia principal, era mostrar o dia-a-dia da fonte, entretanto, preferi, e foi mais viável, gravar as personagens realizando suas atividades diárias durante a gravação e após a entrevista. Desta forma, decidi por fazer imagens de pequenas tarefas do cotidiano individual, que completassem a sua fala, bem como mexer no computador, imagens do corpo da fonte e filmagens dos espaços de onde essa pessoa mora.

A partir do segundo episódio, começam a aparecer as fontes que ilustram o tema escolhido. Neste em questão, conhecemos uma pessoa não binária, Flow Kountoriotis.

A princípio, ela parece não se adequar ao tema de forma correta, por não se identificar exclusivamente como sendo do gênero feminino. Entretanto, pela conversa,

podemos ver que as questões levantadas pela entrevistada fazem sentido dentro das questões de gênero trazidas por Marillena Chauí.

Neste episódio, optei por colocar nas imagens de cobertura apenas imagens que fosse do universo de “Flow”. Logo, eu a filmei, e, também, à sua casa e seus pertences pessoais, dando assim, eu ar mais íntimo aquelas declarações. Optei por colocar imagens dela fumando, para desmistificar o *glamour* do vício, muitas vezes visto nas referências dos anos 60, por exemplo.

Isso porque, mesmo não se identificando como mulher, o discurso que uma pessoa não binária carrega, é tão importante como o de uma mulher negra ou uma mulher gorda, pois todas não se sentem representadas e sofrem diferentes formas de discriminação, sejam elas ideológicas ou físicas. Assim como Flow explica em uma de suas falas, ser uma pessoa que não está dentro do padrão, já é ser uma resistência política por si só.

Desta vez, a música entra apenas junto com as imagens de apoio. Isso porque, como o relato é mais pessoal e sobre como é ser uma pessoa não-binária, a música, em cima da fala dela, não fazia sentido.

O nome do episódio, “Elx também querem”, a palavra ‘elas’ escrita com o ‘x’ no lugar do ‘a’ para reforçar a ideia da ausência de um gênero, deixando assim o telespectador livre para decidir como ele quer ver aquele capítulo. Se ele quer ver Flora ou Flow, afinal, as duas personas existem.

No terceiro episódio, a tatuadora Claudia Baht, vem como forma de mostrar que nem tudo aquilo que é considerado belo, está baseado em um padrão de beleza pré-estabelecido. Aqui, os conceitos de Svendensen e Diana Crane, são levantados de forma questionadora.

Para Diana, a pessoa constrói seu senso de personalidade individual, criando assim sua própria narrativa. Já Svendensen, diz que o indivíduo é uma construção social e sua sobrevivência depende unicamente dele.

Na conversa com Claudia, vemos que os dois conceitos caminham juntos, de forma similar. De um lado, a tatuadora cria seu próprio estilo, entretanto, ela não deixa de participar de um grupo específico de pessoas, mesmo sendo ela aceita ou não pela sociedade.

Claudia fala muito sobre o corpo da mulher gorda, e sobre como a tatuagem empodera esse corpo. A tatuagem entra, novamente, no conceito de Crane, pois cada pessoa acrescenta em sua pele aquilo que mais tem a ver com ela, adicionando seus símbolos em sua pele.

Neste episódio, escolhi por expor as tatuagens de Claudia com uma música mais marcante, para mostrar aquele que assiste, que todos os corpos são especiais e merecem ser amados, sejam eles como forem.

Neste capítulo, Claudia tatua uma de suas clientes, Bárbara Silva, na barriga. Optei por colocar essa imagem, para mostrar, de novo, que devemos nos sentirmos confortáveis dentro de qualquer corpo.

No quarto episódio da série, optei por trazer a jovem Goretti Carter, criadora da marca Afronte Clothing, com inspirações dos países da África, principalmente do Congo.

A marca foi criada no TCC de Goretti. O símbolo, como ela diz no episódio, é um *adinkra sankofa*<sup>2</sup>, um símbolo africano que significa que os povos 'precisam aprender com seu passado para construir o futuro'.

Decidi por trazer a entrevistada justamente por isso. Desde os tempos da escravidão, a população negra vem sofrendo um embranquecimento e corte de sua cultura, fazendo com que os povos africanos que viessem para o Brasil, perdessem sua identidade.

O episódio vem justamente para mostrar a força que a mulher negra precisa fazer para entrar no mercado da moda, que ainda é muito elitista e fechado para um público específico.

Goretti vem para mostrar ao mundo todo seu potencial. Como uma fala política pautada em como ela não se via representada em nada, criou sua marca para aumentar o impacto da moda negra no mundo branco. Aqui, os conceitos de Stuart Hall sobre o corpo e a cultura do negro são salientados.

Com uma produção no ritmo de *slow fashion*, as peças da marca são idealizadas e produzidas pela estilista. As roupas são vendidas em uma loja colaborativa na República, no centro de São Paulo. Entretanto, Goretti não cuida das vendas, uma vez que a loja tem um outro proprietário.

As imagens de dentro da loja foram muito difíceis de conseguir, pois o proprietário não queria permitir a gravação. Nos primeiros contatos que eu fiz, ele se recusou em deixar que eu gravasse. Ele autorizou depois de muita insistência minha e da Goretti, que interveio pedindo. Acredito que este tinha sido o maior empecilho de gravação.

Desta forma, com todas as imagens em mão, iniciei as edições do episódio. Em cima da fala de Goretti, atrelei imagens suas e das roupas, para que ficasse claro sobre o que ela estava falando, bem como a imagem do símbolo da marca, uma vez que não é algo de conhecimento geral.

Além disso, a música, com influências de instrumentos africanos, foi colocada para remeter ao continente e não deixar o público esquecer sobre o que era aquele episódio. Optei por colocar a página do Instagram, em volta por uma imagem de celular, para dar um toque mais jovem e atual.

No quinto e último episódio, somos apresentados à segunda jornalista desta websérie, Heloísa Rocha. Heloísa vem para mostrar que todo corpo é um corpo perfeito e toda mulher merece ser tratada de igual para igual.

Heloísa, desde que nasceu, tem uma doença chamada osteogênese imperfeita, conhecida como 'Doença dos ossos de vidro'. Essa condição, causa má formação e, devido a isso, fragilidade nos ossos, que se quebram com facilidade.

Entretanto, nada disso foi suficiente para impedir que a jornalista se apaixonasse por moda. Nem mesmo a falta de opções a falta de opções disponíveis no mercado para aqueles que tem deficiência.

Acredito que com essa personagem, eu cheguei mais perto ainda do conceito de documentário de representação social de Nicholls (2005). É uma história verdadeira que explorou e mostrou a realidade de Heloísa.

O episódio dela vem justamente para mostrar que essas mulheres não são invisíveis e que elas também querem se sentir bem. Devido ao seu tamanho, um dos maiores problemas de Heloísa é não encontrar roupas do seu tamanho, tendo que recorrer aos departamentos infantis.

Com a ideia de que outras mulheres deficientes também estariam passando pelo mesmo problema, Heloísa criou a página 'Moda em Rodas', no Instagram.

Na plataforma, a jornalista passou a dar dicas, opções e ideias de como mulheres com outras limitações físicas poderiam se vestir. Com um discurso que foge da pessoa com deficiência como coitada, Heloísa vem para mostrar ao mundo que toda mulher quer se sentir bem dentro do corpo que tem, inclusive as que não podem fazer nada para muda-los.

Neste episódio, a música é mais sentimental, mas não melancólica. Isso porque eu quis que o telespectador se sentisse um pouco mais próximo da entrevistada. Unindo as imagens do quarto em que ela mora, próxima à Avenida Paulista, acredito que consegui trazer uma sensação mais familiar.

O vídeo do 10º Desfile de Pessoa com Deficiência<sup>3</sup>, patrocinado pelo Governo do Estado de São Paulo, foi autorizado pela pasta. Entretanto, a filmagem está em baixa qualidade uma vez que a Secretaria da Pessoa com Deficiência, responsável pelo evento, perdeu a gravação original. O evento aconteceu no final de 2018.

### **3.3 – A websérie**

Todas as músicas utilizadas na websérie são provenientes da biblioteca de faixas livre do YouTube. Na plataforma, utilizei o espaço de descrição, para adicionar uma pequena sinopse sobre cada episódio e também contextualizar sobre a personagem entrevistada.

A vinheta, idealizada por mim e desenvolvida pela minha colega Bárbara Pereira, foi feita pensando na cor que eu escolhi para a identidade visual do projeto. Todos os geradores de caracteres (GC), bem como as imagens que aparecem, são puxadas para o roxo, por isso, a cor das palavras. A cor lilás e os tons de roxo, representam a luta feminista, desde 1908, graças a Sylvia Pankrust, sufragista inglesa<sup>4</sup>. O punho erguido é um símbolo do feminismo e empoderamento das mulheres. A música, que marca a entrada das palavras, é o som de um tambor. Forte, bem como todas as mulheres apresentadas aqui.

O nome da websérie, 'O que elas querem é poder', foi inspirado em uma música chamada 'Todas as mulheres do mundo', escrita e interpretada pela cantora Rita Lee<sup>5</sup>. Nela a artista cita vários tipos e, também, alguns nomes de mulheres famosas, dizendo que, o que elas querem é poder.

Esse 'poder', na minha visão, que eu também decidi dar para a websérie, entra aqui como poder de empoderamento e o poder da mulher, mas também pelo que a palavra significa etimologicamente. Poder ir as compras, poder ir ao bar, poder sair de casa, poder usar calça, saia, tênis, vestido, poder se tatuar, poder cortar o cabelo, poder ser cadeirante. Poder.

#### **4- Considerações Finais**

Realizar este trabalho foi uma das coisas mais gratificantes e também cansativas de todo o curso. Afinal, é o Trabalho de Conclusão de Curso. Cansativo, mas gratificante.

Sou grata de ter conhecido as mulheres que entrevistei. Elas agregaram material ao meu repertório. Não só como jornalista, mas também para com a minha paixão com o mundo da moda, que, como eu salientei na Introdução, é uma esfera que eu sempre sonhei em trabalhar.

Além disso, descobri mais sobre quem eu sou e como eu vejo meu próprio corpo. Sempre aceitei minhas diferenças, mas, realizando o trabalho, entendi que não é apenas um lugar de fala para todas as mulheres negras, ou outros para todas as mulheres gordas, mas, dentro desses grupos, existem outros grupos que geram ainda mais identificação.

Acredito que, junto com as entrevistadas e um bom referencial teórico, eu consegui realmente mostrar a realidade daquelas mulheres. Durante as entrevistas, mentalmente, foi ligando as falas delas com os autores que eu já tinha consultado nos semestres anteriores, o que fez toda a diferença no meu produto final.

A websérie foi guiada pela pergunta-problema: como a moda pode ser usada para ser instrumento de resistência contra os padrões da sociedade? Com a fala das entrevistadas, que por muito tempo não se viram representadas pela mídia, consegui colocar para fora o jeito que essas mulheres fizeram para serem vistas, dentro de um sistema que nunca antes havia as enxergado.

O fato de ter usado duas jornalistas como fonte, sendo uma delas deficiente, deu mais voz ao meu trabalho. Isso porque, ao colocar duas jornalistas falando sobre esse tema, já mostra a importância que moda tem para o desenvolvimento de um indivíduo na sociedade e também de forma pessoal. Ao se ver representado, ou pelo menos inserido, uma pessoa tende a se sentir melhor consigo mesma e com as condições que por diversos motivos podem ser vistas como limites.

Logo, jornalisticamente, vejo meu trabalho com certa importância. Fico feliz de ver que hoje a mídia já caminha para um lugar mais inclusivo, abrindo espaço para mulheres negras, como a Maju Coutinho assumindo a bancada do Jornal Hoje, na Rede Globo. Entretanto, o público mais conservador, ainda que inconscientemente, ainda é muito arredo perante tais 'novidades'.

Entretanto, a emissora já foi alvo de críticas ao demitir uma outra apresentadora que havia engordado após uma gravidez e não tinha recuperado o peso anterior à gestação<sup>6</sup>. Por isso, mesmo que exista uma caminhada em direção ao caminho da inclusão e representatividade, ela ainda é lenta.

Devemos pensar em caminhar juntos para o local onde todos somos aceitos. Para que isso seja necessário, de certa forma, precisamos que as pessoas saiam do lugar comum e não se prendam a pré-conceitos ou valores que não são os mesmo para todos os indivíduos, como, por exemplo, a religião.

Desta forma, trabalhos como o meu, vem para enfatizar a necessidade de termos sempre alguém falando sobre os lugares que as mulheres ocupam. Ser mulher, hoje, ainda é estar num lugar de menor destaque em relação ao homem. Ser uma mulher negra, gorda, cadeirante ou trans, por exemplo, é ter menos prestígio dentro da sociedade machista.

Tentei abrir ao máximo o leque de minorias, entretanto, devido ao tempo da peça, e a imensidão de mulheres, sempre fica faltando alguma coisa. Para mim, o que faltou no desenvolvimento do trabalho, foi uma personagem transexual. Tentei contato com várias, mas as poucas que toparam falar, não tinham agenda disponível. Acredito que isso é algo para trabalhar no futuro e não deixar o trabalho ser esquecido.

Além disso, como é um tema mais delicado, que requer mais foco, principalmente na parte técnica, ele deve ser explorado com mais tempo e disponibilidade.

Para o objetivo atual, vejo o trabalho como uma boa representação de toda a trajetória acadêmica nesses últimos quatro anos. O desenvolvimento da pesquisa e do referencial teórico nas aulas de metodologia e projetos e o conhecimento adquirido nas aulas de edição de vídeo e tratamento de imagem.

Como eu desenvolvi a edição toda sozinha, isso ainda aflorou minhas habilidades com o programa de edição de vídeo que eu utilizei, o Premiere, da Adobe. Mesmo sendo um programa simples e bem intuitivo, depois do TCC, me sinto mais preparada para utilizá-lo no ambiente de trabalho, por exemplo.

Para finalizar, espero que aqueles que assistam o projeto saibam o trabalho, carinho e confiança que tive para produzi-lo. Eu, dentro das minhas questões particulares, me vi dentro daquelas mulheres e também vi que não sou apenas mais uma, posso ser aquela que faz a diferença.

## 5 - Anexo

- I. <sup>1</sup> - Aqui, binariedade, que segundo o dicionário Michaeli online significa adjetivo composto de duas unidades, vem para introduzir o tema da não binariedade, explicado no Desenvolvimento da peça, durante o episódio de Flow Kountouriotis, que não se identifica nem com o gênero feminino, tão pouco com o masculino.
- II. <sup>2</sup> - Adinkra Sankofa é um símbolo utilizado na cultura africana que, entre outras explicações, é uma imagem deixada pelos antepassados de uma tribo ou um povo africano, para que as gerações contemporâneas não esqueçam de onde vieram. Tal símbolo aparece durante o quarto episódio da websérie, quando somos apresentados à uma marca de roupa com influências do continente africano. Segundo a Youtuber Maria Chantal, que fala sobre a África em seu canal no Youtube, existem diversas variações para o símbolo, bem como os locais em que eles são esculpidos. Segundo ela, é uma conexão do povo negro com seu continente de origem.
- III. <sup>3</sup> - Link para o vídeo citado no texto:  
[https://www.facebook.com/modaemrodas/videos/304811176907899/?\\_xts\\_\\_\[0\]=68.ARAELgKSzOe7jUmDalq6OQxe4GtO1YyciVCpq80hneS3eFB8u0EDhKBGoPYvrR0PjLc1k8snpVAWAxpccOqv0KKp3UPhpkhjVsl\\_13t94ZdxWO9Ut-O5u57pmWfvYKiRe39tOHQXq-iLL0hfKJXdIDByJQxFZcwSTFjJmd1P5bOhnngCXokWBgZwdkw8uPAJy7QrlU1rXC8u8xx\\_5ahx2T2I0dXJBXFWi8mrdx61MQ\\_EW-htow5LX-aHFU67QWkFbmfoJzTqN7rd7gFHtdqoHQR-t1Mq5REGn8HWnIYTujWdUxbxUQql8-wvN\\_DcRyqj59Y0kbOsXFX2na9AMsxMazuoYUpPSM0vhuH23xCce22jiv49NBHNSuh8RyvmcxPnlGv82ft0F6ACK8V6QsnOV9r5vPqeHWLpDZuEV\\_feBVSC\\_nBINKj6KTIhdM&\\_tn\\_=-R](https://www.facebook.com/modaemrodas/videos/304811176907899/?_xts__[0]=68.ARAELgKSzOe7jUmDalq6OQxe4GtO1YyciVCpq80hneS3eFB8u0EDhKBGoPYvrR0PjLc1k8snpVAWAxpccOqv0KKp3UPhpkhjVsl_13t94ZdxWO9Ut-O5u57pmWfvYKiRe39tOHQXq-iLL0hfKJXdIDByJQxFZcwSTFjJmd1P5bOhnngCXokWBgZwdkw8uPAJy7QrlU1rXC8u8xx_5ahx2T2I0dXJBXFWi8mrdx61MQ_EW-htow5LX-aHFU67QWkFbmfoJzTqN7rd7gFHtdqoHQR-t1Mq5REGn8HWnIYTujWdUxbxUQql8-wvN_DcRyqj59Y0kbOsXFX2na9AMsxMazuoYUpPSM0vhuH23xCce22jiv49NBHNSuh8RyvmcxPnlGv82ft0F6ACK8V6QsnOV9r5vPqeHWLpDZuEV_feBVSC_nBINKj6KTIhdM&_tn_=-R)
- IV. <sup>4</sup> - Sylvia Pankhurst foi uma militante inglesa e uma das principais representantes do marxismo. Sylvia começa seu ativismo no começo do século XX, numa Europa em que as mulheres estão desfavorecidas dentro da democracia burguesa e na política institucional. Ao lado da mãe e da irmã, ela lutou pelo direito ao voto das mulheres e foi radicalizando sua posição. As participantes deste movimento se chamavam 'sufragetes'. (Viana, 2010.) Neste momento, começa a surgir símbolos para a luta feminista, bem como as cores lilás, verde e branco.
- V. <sup>5</sup> - A música 'Todas as mulheres do mundo', não foi utilizada, pois não consegui contato com a assessoria da cantora Rita Lee, que escreveu e interpreta a música. Segue link de um trecho do DVD Biografitti – Cor de Rosa Choque, lançado em 2007. A apresentação da música foi gravada durante um show no Morro da Urca, no Rio de Janeiro. <https://www.youtube.com/watch?v=bwf3UnacXuw>
- VI. <sup>6</sup> - Link do relato da jornalista Michelle Sampaio, em suas redes sociais, sobre seu desligamento da TV Vanguarda, filiada da TV Globo no Vale do Paraíba: <https://www.instagram.com/p/BvWMASKAJOu/>

## 6 – Apêndice


**INSTITUTO PRESBITERIANO MACKENZIE**

 Rua Itambé, 45 - HIGIENÓPOLIS - CEP 01239-902  
 Fone: 2114-8915 - Fax: 2114-8737 - SÃO PAULO  
 Internet: www.mackenzie.br

**AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E VOZ**

Eu, ELENI KRONKA, Portador da cédula de identidade RG N° 11926273-3 SP/SP e CPF N° 014243488-38, autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem e voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano Mackenzie e a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo indeterminado, para utilização nos programas da TV Mackenzie e nos cursos da Universidade, em consultas acadêmicas e reproduções, inclusive por outras emissoras, canais de televisão e demais mídias audiovisuais que respeitem a finalidade desta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo o presente, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 22 de Setembro de 2019.

Eleni Kronka

Cedente

Testemunhas:

Guacintal Bellinati

PGM / TRABALHO	TEMA / TÍTULO
Trabalho de Graduação interdisciplinar	"O que eles querem e poder"




**INSTITUTO PRESBITERIANO MACKENZIE**

Rua Itambé, 45 - HIGIENÓPOLIS - CEP 01239-902  
 Fone: 2114-8915 - Fax: 2114-8737 - SÃO PAULO  
 Internet: www.mackenzie.br

**AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E VOZ**

Eu, FLOW ROUNTOURIOTIS, Portador da cédula de identidade RG N° 50 289 159-60 e CPF N° 150.210.333-97, autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem e voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano Mackenzie e a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo indeterminado, para utilização nos programas da TV Mackenzie e nos cursos da Universidade, em consultas acadêmicas e reproduções, inclusive por outras emissoras, canais de televisão e demais mídias audiovisuais que respeitem a finalidade desta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo o presente, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 6 de SETEMBRO de 2019.

Cedente

Testemunhas:

Flávia Lopes Bellinoti

\_\_\_\_\_

PGM / TRABALHO	TEMA / TÍTULO
Trabalho de Graduação interdisciplinar	"O que eles querem é poder"


**INSTITUTO PRESBITERIANO MACKENZIE**

Rua Itambé, 45 - HIGIENÓPOLIS - CEP 01239-902  
 Fone: 2114-8915 - Fax: 2114-8737 - SÃO PAULO  
 Internet: www.mackenzie.br

**AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E VOZ**

Eu, CLAUDIA PENHA BATISTA, Portador da cédula de identidade RG Nº 22338.221-8 e CPF Nº 182.699.898-51, autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem e voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano Mackenzie e a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo indeterminado, para utilização nos programas da TV Mackenzie e nos cursos da Universidade, em consultas acadêmicas e reproduções, inclusive por outras emissoras, canais de televisão e demais mídias audiovisuais que respeitem a finalidade desta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo o presente, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 16 de MAIO de 2019.

Cedente

Testemunhas:

Juliana S. James

PGM / TRABALHO	TEMA / TÍTULO
Trabalho de Graduação interdisciplinar	"O que eles querem é poder"


**INSTITUTO PRESBITERIANO MACKENZIE**

Rua Itambé, 45 - HIGIENÓPOLIS - CEP 01239-902  
 Fone: 2114-8915 - Fax: 2114-8737 - SÃO PAULO  
 Internet: www.mackenzie.br

**AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E VOZ**

Eu, Enoretti de Assis Maria Sales Portador da cédula de identidade RG N° 49.275.1468 e CPF N° 422.504.168-83, autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem e voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano Mackenzie e a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo indeterminado, para utilização nos programas da TV Mackenzie e nos cursos da Universidade, em consultas acadêmicas e reproduções, inclusive por outras emissoras, canais de televisão e demais mídias audiovisuais que respeitem a finalidade desta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo o presente, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 2 de maio de 2018.

Enoretti  
 Cedente

Testemunhas:

Gláucia Lopes Bellinati

PGM / TRABALHO	TEMA / TÍTULO
Trabalho de Graduação interdisciplinar	<u>"O que eles querem e poder"</u>




**INSTITUTO PRESBITERIANO MACKENZIE**

Rua Itambé, 45 - HIGIENÓPOLIS - CEP 01239-902  
 Fone: 2114-8915 - Fax: 2114-8737 - SÃO PAULO  
 Internet: www.mackenzie.br

**AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E VOZ**

Eu, Belôisa Rocha, Portador da cédula de identidade RG Nº 35.498.298-9 e CPF Nº 410.700.018-48, autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem e voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano Mackenzie e a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo indeterminado, para utilização nos programas da TV Mackenzie e nos cursos da Universidade, em consultas acadêmicas e reproduções, inclusive por outras emissoras, canais de televisão e demais mídias audiovisuais que respeitem a finalidade desta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo o presente, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 10 de julho de 2019.

Belôisa Rocha  
 Cedente

Testemunhas:

Flávia Lopes Bellinati

PGM / TRABALHO	TEMA / TÍTULO
Trabalho de Graduação interdisciplinar	"O que eles querem e pedir"

## BIBLIOGRAFIA

BARTHES, Roland. Sistema da moda. Trad. Ivone C. Benedetti. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009. CIDREIRA, Renata Pitombo. Os Sentidos da Moda. São Paulo: Annablume, 2005.

BORGES, Letícia Oliveira. A MODA COMO IDEAL DE VIDA, XXVIII Simpósio nacional de história, 2015.

CALANCA, Daniela. História social da moda. São Paulo: Editora Senac, 2011.

CAMPEDELLI, Samira Youssef. A telenovela. 2. ed. São Paulo: Ática, 1987. 96p.

CIDREIRA, Renata Pitombo. Os Sentidos da Moda. São Paulo: Annablume, 2005.

CRANE, Diana. BUENO, Maria Lucia (orgs.). Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2011.

DELLAGNESSE, Carla Gonçalves. Da telenovela para internet – Passione e os blogs de moda. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011.

ECO, Umberto; Alii. Psicologia do vestir. Arte e Produção: Lisboa, 1975. FERREIRA, Vergílio. Moda - a psicologia do vestir. Disponível em: <http://revistacomum.no.sapo.pt/dossiersmoda.htm> . Acesso em: 20 de outubro de 2018.

FÉLIX, João Batista de Jesus. Chic Show e Zimbabwe e a construção da identidade nos bailes Black paulistanos. 2000. 202 p. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo

GOLDENBERG, M. Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2002.

HALL, Stuart. Que “negro” é esse na cultura negra? In: Da diáspora: Identidades e mediações culturais. Organização de Liv Sovik; Tradução de Adelaine La Guardia Resende. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

KEGLER, Luiza. A moda e a mídia- A função metalinguística das telenovelas e a revista feminina de moda. Centro Universitário Feevale, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARILLENNA, Chauí. O que é ideologia. Editora Brasiliense; São Paulo, 2008.

MERCADO DE MODA TEM OPORTUNIDADE PARA PEQUENOS NEGÓCIOS, Disponível em: < <https://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2017/03/mercado->

[da-moda-tem-oportunidades-para-os-pequenos-negocios.html](#)> Acesso em: 16/09/18 às 15:15

MISKOLCI, Richard. Estéticas da existência e estilos de vida – as relações entre moda, corpo e identidade social. São Paulo: Revista Iara, v1, n 2, 2008

NICHOLLS, Bill. Introdução ao documentário/Bill Nichols; tradução Mônica Saddy Martins. - Campinas, SP: Papirus, 2005. - (Coleção Campo Imagético)

OLIVEIRA, Talita Souza de. Moda: um fator social. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-13052013-161455/pt-br.php>. Acesso em 20 de outubro de 2018.

PEREIRA, Camila Morgado. O VESTUÁRIO E A MODA E AS SUAS PRINCIPAIS CORRENTES TEÓRICAS, 2015. Moda e palavra e-periódico, volume 8.

SEGUNDO E-BIT, SETOR DE MODA CRESCEU, Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/segundo-e-bit-setor-de-moda-movimentou-r-28-bi-shtml/> > Acesso em: 16/09/18 às 15:00

SILVA, Ana Beatriz Fernandes Lima. Visibilidades e Invisibilidades- A mulher negras e a moda na sociedade brasileira. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2017.

SOUZA, Vanessa Raquel Lambert de. O vestuário do negro na fotografia e na pintura: Brasil, 1850-1890. 2007, 137 p. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Instituto de Artes, Universidade Estadual Paulista, São Paulo.

SVENDSEN, Lars. Moda: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TREPTOW, Doris. Inventando Moda: planejamento de coleção. 3. ed. Brusque: do autor, 2005. 212p.

VIANA, Nildo. Sylvia Pankhurst e o esquerdismo inglês. Espaço Livre, Vol. 5, n.º 10, jul./dez. 2010.