



Interdisciplinaridades entre moda e representações sociais

Interdisciplinarity between fashion and social representations



Silvio Duarte Domingos¹

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5249-7512>

[**resumo**] A interdisciplinaridade pode ser entendida como pontos que alinhavam diferentes disciplinas científicas entre si. A literatura indica que entre Moda e Psicologia Social há um campo interdisciplinar promissor, mas cujas pesquisas ainda são incipientes (Dos Reis Junior e Andrade, 2019). No âmbito da perspectiva da Psicologia, a Teoria das Representações Sociais (TRS) explica que as representações são compostas por elementos simbólicos expressos na comunicação (Moscovici, 2012). Já na Moda, Umberto Eco (1976) defende que as roupas formam um código de linguagem que apoia o processo comunicacional. Portanto, o objetivo deste artigo teórico é tecer a interdisciplinaridade entre a teoria da Moda e a TRS. Metodologicamente, essa discussão teórica contou com uma revisão narrativa da literatura. Como resultados, primeiramente, apresenta-se a teoria das TRS, enfatizando a linha da Teoria da Instalação (Lahlou, 2019). Em seguida, aborda-se o papel da moda e do vestuário na relação ego-objeto-alter. Por fim, costura-se as duas teorias, sendo sugeridas novas perspectivas para essa articulação.

[**palavras-chave**] **Interdisciplinaridade. Moda. Vestuário. Representações sociais. Sujeito social.**

[**abstract**] Interdisciplinarity can be understood as points that aligned different scientific disciplines with each other. The literature indicates that between Fashion and Social Psychology there is a promising interdisciplinary field, but whose research is still incipient (Dos Reis Junior e Andrade, 2019). Within this perspective of Psychology, the Theory of Social Representations (SRT) explains that representations are composed of symbolic elements, expressed in communication (Moscovici, 2012). In Fashion, Umberto Eco (1976) argues that clothes form a language code, and that he supports the communication process. Therefore, the objective of this theoretical article is to weave the interdisciplinarity between fashion theory and TRS. Methodologically, this theoretical discussion involved a narrative review of the literature. As a result, first, the theory of TRS is presented, emphasizing the line of Installation Theory (Lahlou, 2019). Then, the role of fashion and clothing in the ego-object-alter relationship is discussed. Finally, the two theories are sewn together, suggesting new perspectives for this articulation.

[**keywords**] **Interdisciplinarity. Fashion. Clothing. Social representations. Social subject.**

Recebido em: 01-09-2023

Aprovado em: 10-10-2023

¹ Pós-doutorado em andamento - UFRJ. Pesquisador - UNESA. PIPD-UFRJ. Professor - FGV. Estilista. E-mail: silvio.duarte@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1898897694336515>.

Introdução

A representação não precisa ser arte, mas nem por isso é menos misteriosa (Gombrich, 1995, p. 6).

A interdisciplinaridade é uma palavra polissêmica, por isso, ainda que brevemente, torna-se conveniente problematizar seu significado, referindo a perspectiva que baliza este artigo. Ela pode ser entendida como pontos que alinhavam diferentes disciplinas científicas entre si. Esse cenário vai ao encontro do que já era enunciado pelo filósofo brasileiro Hilton Japiassu desde a década de 1970. De maneira vigorosa, o professor defendeu esse tema como política e prática, “uma negociação entre diferentes pontos de vista tendo por objetivo decidir uma representação considerada como adequada em vista de uma ação” (Japiassu, 1994, n.p.).

Hilton Japiassu (1994) chegou a comparar a segregação disciplinar com uma doença cuja cura seria a própria interdisciplinaridade. Essa posição viria a ser duramente criticada por autores como Veiga-Neto (1996). Ainda assim, o trabalho epistemológico de Hilton Japiassu contribuiu para a disseminação do assunto em outros campos.

Especialmente na Educação, esse conceito adquire delineamento antropológico e ontológico. Em Fazenda (1979), significa a mudança de atitude dos sujeitos no processo educativo diante das ordens disciplinares culturalmente estabelecidas. Para a autora, somente uma visão essencialista e de totalidade pode vencer a segmentação do conhecimento.

Em direção oposta, Veiga-Neto (1996) defende a pluridisciplinaridade². Ele legitima a divisão entre as disciplinas e critica a ideia de unidade e de totalidade do saber, defendida por Japiassu (1994) e Fazenda (1979): “As disciplinas especificam o que estudar e como relacionar entre si as coisas que estudamos” (Veiga-Neto, 1996, p. 298). Assim, segundo o pesquisador, as ciências permitem estudar os objetos sob as regras de cada uma delas.

Nas pesquisas mais recentes de Ivani Fazenda, como em Souza *et al.* (2020, p. 105), há referência à integração disciplinar “como um tecido que se entrelaça e se constrói cotidianamente”. Assim, esse entrelaçamento permite inferir que o propósito interdisciplinar é a ação que promove a intersecção entre disciplinas.

Corroborar-se, então, a corrente de pesquisas que entende a interdisciplinaridade como a articulação e a interação entre saberes e especialistas, independentemente do grau dessas interações (Santos, Coelho, Fernandes, 2020). Essa concepção vai ao encontro da pesquisa especializada sobre Moda. De modo perspicaz, por uma experiência situada na Moda, Acom (2021) ratifica a interação entre áreas. Com efeito, “experiências de ensino e pesquisa provocam um pensamento sobre a Moda como território interdisciplinar, por sempre serem construídas em conjunção com pesquisadores oriundos de áreas diferentes” (Acom, 2021, p. 18).

² O reconhecimento de que as disciplinas são e precisam ser plurais, com limites definidos.

Além dessas constatações, considera-se que o arcabouço referente à ciência positivista moderna, que ainda ecoa na academia, mostra-se ineficaz para o estudo de fenômenos altamente dinâmicos, como é a própria moda. Notadamente, nas sociedades atuais, mais complexas do que no contexto moderno do século XIX (Moscovici, 2012).

Nessa direção, entende-se que a abordagem interdisciplinar não busca unificar as ciências. Em vez disso, pretende iluminar os fenômenos que as áreas comungam a fim de possibilitar pesquisas com design mais flexível, como exemplificam estruturas têxteis em malhas. Esses tecidos se caracterizam por se esticarem para todos as direções e, posteriormente, voltarem ao seu formato original. Assim, sem se deformar, a malha se adequa a diferentes corpos de fenômenos e objetos sociais. Essa particularidade é promovida pelo entrelaçamento de seus pontos, melhor visível em tricôs.

Apesar de relativamente simples, acredita-se que essa ideia, que será problematizada com mais profundidade adiante, pode potencializar os resultados obtidos nas investigações por iluminar diferentes instâncias e ângulos de fenômenos sociais, oferecendo, simultaneamente, perspectivas ajustáveis aos níveis micro e macro das pesquisas.

Não se adota aqui o pressuposto ingênuo da completude, segundo o qual seria possível cobrir a totalidade do fenômeno, ainda que recortado. Nem mesmo acreditamos que a proposta interdisciplinar seja automaticamente eficaz na obtenção de resultados incontesteáveis, até por que há um sem-número de desafios à pesquisa e à prática interdisciplinares (Santos, Coelho e Fernandes, 2020).

No entanto, reconhece-se que a interdisciplinaridade apresenta as melhores condições para a construção de um quadro teórico que oportuniza maior compatibilidade entre o fenômeno social “real” e complexo e sua construção como objeto de pesquisa. O olhar interdisciplinar parte do reconhecimento das fronteiras entre as disciplinas para buscar elementos que elas têm em comum.

A compreensão da temática, neste artigo, é exemplificada por Dos Reis Junior e Andrade (2019), que exploram as inter-relações entre Moda e Psicologia Social. Para eles, é no contexto social que tais temas se tangenciam. Em virtude disso, os pesquisadores revelam possíveis interfaces entre a Moda e os grandes temas da Psicologia Social, como a influência de grupo e a formação de atitudes e comportamentos.

Os autores concluem que essa proposta pode ser promissora para ambos os campos. Sustentam que “esta interdisciplinaridade pode construir pontes e agregar valor para ambas as áreas” (Dos Reis Junior e Andrade, 2019, p. 210-211). Apesar disso, poucos estudos focalizam os possíveis objetos que tangenciam os dois segmentos.

Mesmo com a busca em diversas bases de dados, desvelou-se uma incipiente produção, pois Dos Reis e Andrade (2019) encontraram apenas uma publicação, que estava indisponível. Diante dessa lacuna, os autores exploram o campo com um olhar amplo e sugerem que novos estudos sejam feitos com o intuito de aprofundar sua empreitada inicial (Dos Reis Junior e Andrade, 2019).

Essa centelha inspirou a pesquisa que fundamenta este artigo, que se propõe a investigar as possíveis interdisciplinaridades entre Moda e Teoria das Representações Sociais (TRS), arcabouço teórico desenvolvido pelo psicólogo social Serge Moscovici ([1978], 2012), justamente para tentar atualizar seu campo de atuação e a teoria nele produzida até então.

Contudo, qual é a relevância desse enfoque? A Moda é, essencialmente, pluridisciplinar. Assim, é atravessada por várias ciências. Esse transbordamento epistemológico dimensiona o campo entre a Arte, o Design, a Antropologia, a História, a Psicologia, etc. Por isso, ao se estudar o fenômeno da Moda, torna-se fundamental um olhar interdisciplinar.

Inseridas nos cotidianos dos grupos sociais, as roupas têm o papel de apoiar a comunicação entre os sujeitos (Mezabarba, 2012). De acordo com a autora, a indumentária pode indicar valores, gostos e crenças uma vez que estão imbricadas nas práticas do dia a dia. No pensar semiológico, para Eco (1982), mesmo um nó de gravata traz consigo uma escolha ideológica. Portanto, parece haver intencionalidade inerente ao ato/processo de vestir-se.

No viés do Design, Dondis (2003) explica que a roupa revela aquele que a criou e ainda quem a escolheu, sendo, nesse sentido, útil para a compreensão da cultura. No processo de comunicação pelo visual, os significados não estão “apenas nos efeitos cumulativos da disposição dos elementos básicos, mas também no mecanismo perceptivo universalmente compartilhado pelo organismo humano” (Dondis, 2003, p. 29). Sugere-se, desse modo, que o visual também é comunicado, pois há uma capacidade compartilhada de percepção.

Na perspectiva antropológica, Freyre (1987) destacou a disposição humana de comungar elementos visuais por adesão ao grupo, destacando que “a mulher tende a ser, quanto a modas para seus vestidos, seus sapatos, seus penteados, um tanto maria-vai-com-as-outras. Isto corresponde ao que a moda tem de uniformizante” (FREYRE, 1987, p. 33). Assim, questionamo-nos se já haveria, então, uma possível relação sujeito-outro-objeto.

Do ponto de vista histórico, Crane (2006) lembra que as roupas, até poucos séculos atrás, na Europa e nos Estados Unidos, “constituíam o principal meio de identificação do indivíduo no espaço público” (Crane, 2006, p. 21). A autora salienta que a identidade regional, a ocupação, a religião e a classe social eram alguns dos aspectos determináveis dos trajes. Também é válido mencionar que as leis suntuárias ditavam o que se poderia ou não utilizar como vestimenta, dependendo da posição do indivíduo na sociedade.

Quanto ao aporte da Psicologia Social, as roupas estão na interface sujeito/grupo, operacionalizando a apresentação do indivíduo ao grupo e a representação do grupo pelo indivíduo. Segundo Ajzen (1991), um dos três fatores determinantes para que as pessoas se engajem em um dado comportamento, como aqueles relacionados ao consumo de moda, é justamente a norma subjetiva. Isso significa que o sujeito faz algo pensando em como aquilo será avaliado pelo seu grupo de pertença.

Nesse sentido, é válido considerar o peso normativo da relação entre o sujeito, o vestuário e o outro. Conforme Bezerra, “a partir de um estilo, uma cor ou uma forma, a vestimenta carrega em si elementos que representam o usuário perante o grupo ao qual faz parte” (Bezerra, 2009, p. 29).

Dos Reis Junior e Andrade (2019), ao aproximarem Moda e Psicologia Social, destacam o potencial da comunicação do vestir. A moda é entendida, portanto, como uma prática de consumo social e socializada; um conjunto de experiências e trocas subjetivas, objetivadas nas roupas.

A partir dessa discussão, percebe-se que a moda, como fenômeno, está dimensionada entre o cultural, o psicológico e o social. Assim, seu estudo parece demandar uma visão

que considera as fronteiras científicas, mas que também permita que seja possível sair do *encaixotamento do saber*. Assim, pode ser interessante, para o campo de estudos da Moda, alinhar-se à TRS.

Conforme mencionado, a TRS (Moscovici, 2012) é uma linha teórica da Psicologia Social, que considera a indissociabilidade entre o sujeito que representa e o objeto social representado e entende que as sociedades modernas se relacionam com os fenômenos do cotidiano, forjando e compartilhando conhecimentos baseados nesses fenômenos objetificados.

Denominadas como representações sociais (RS), essas teorias do senso comum são úteis para os grupos firmarem suas identidades e classificarem os objetos e os outros grupos em uma arquitetura de si e, como consequência, de sua alteridade.

Segundo Jodelet (2001), as representações são formadas por um conjunto de valores, opiniões, crenças, imagens e atitudes. Desse modo, são elementos simbólicos, que compõem as representações, expressos pelas comunicações dos indivíduos no entorno social. A moda, para Eco (1976), é um código de linguagem que apoia as comunicações.

De fato, a moda parece exercer um papel nas trocas simbólicas comunicacionais entre os sujeitos, nos níveis intragrupos e intergrupos. Por isso, é necessário questionar: Quais são as relações entre as representações sociais e as práticas do vestir? Essa resposta poderá trazer luz a uma relação ainda latente, mas possivelmente promissora para ambas as áreas.

Lipovetsky lembra que “a moda permitiu dissolver a ordem imutável da aparência tradicional e as distinções intangíveis entre os grupos” (Lipovetsky, 2009, p. 45). O autor advoga que a moda é um “instrumento da igualdade de condições” (Lipovetsky, 2009, p. 45). Ao mesmo tempo, ela contribuiu sobremaneira para desarticular a desigualdade no trajar, democratizando as roupas.

Assim, esta pesquisa é relevante para a TRS, pois as roupas, inseridas no sistema da Moda, podem materializar noções do sistema simbólico compartilhado na história e na cultura, inter e intragrupos. Já para a moda, pode oferecer um arcabouço teórico passível de explicar a difusão de fenômenos, a exemplo das tendências de comportamento, fundamentais para o direcionamento do setor.

Diante disso, objetiva-se, neste artigo, tecer a interdisciplinaridade entre Moda e TRS. Para cumprir esse propósito, metodologicamente, foi feita uma pesquisa teórica por meio de uma revisão narrativa da literatura. Para Rother (2007), esse tipo de revisão visa proporcionar um panorama sobre uma questão determinada, modo não sistemático. Se as representações são valores, opiniões, crenças, imagens e atitudes (Jodelet, 2001) e a moda expressa uma linguagem (Eco, 1976), então, foram levantados e selecionados textos que abordassem esses elementos conjuntamente. Foram lidos e fichados conforme a pertinência para o nosso objetivo.

Com a finalidade de dispor o estudo de maneira inteligível, primeiramente, apresenta-se a moda democrática de Lipovetsky, inserindo a mudança como seu valor central; indica-se a TRS. Em seguida, aborda-se o papel da moda e do vestuário na relação ego-objeto-alter. Por fim, costumam-se as duas teorias, sendo sugeridas novas perspectivas para essa articulação.

Uma teoria sobre a moda

Desde que a moda surgiu, vem se desenvolvendo sob a influência de fatores culturais, políticos, sociais, estéticos, econômicos e tecnológicos. O fim da Idade Média na Europa é marcado por mudanças contextuais que afetaram a sociedade. Fluxos migratórios para áreas urbanas, buscaram alternativas à estrutura feudal tradicional e à influência da igreja. Longe do sistema do feudo, novas práticas sociais foram sendo necessárias. O acúmulo de mais-valia, por exemplo, esteve associado ao desenvolvimento do comércio e da classe burguesa.

As grandes navegações (fim do século XV e início da globalização) reduziram as barreiras geográficas entre diferentes povos. Os comerciantes que haviam conseguido acumular recursos econômicos passaram a ter acesso a produtos que, antes, eram acessíveis somente à nobreza.

Novos comportamentos relacionados ao vestir levaram à imitação-distinção social entre esses grupos, cuja dinâmica deu início a um movimento cíclico de tendências de moda. Portanto, a moda se desenvolve paralelamente a outros processos que também demarcam rupturas com o que estava posto, como a globalização, o antropocentrismo, a acumulação de mais-valia, etc.

É inegável que a capacidade de renovação do vestuário está condicionada ao desenvolvimento e ao compartilhamento de novas tecnologias³. Assim, desde a primeira Revolução Industrial, o modo como as roupas são pensadas e fabricadas têm melhorado o conforto e ampliado a gama de possibilidades estéticas do produto final.

Nas nações ocidentais democráticas, para o filósofo Lipovetsky (1989), as mudanças socioculturais e tecnológicas fizeram multiplicar os vetores de moda, contribuindo para acelerar sua metamorfose. Mais do que isso, essas transformações teriam centralizado o lugar da moda nas democracias modernas. Ao retomar Gabriel Tarde, Lipovetsky compreende a moda na “forma de uma temporalidade e de uma sociabilidade específicas, a moda, antes de ser o que se explica pela sociedade, é uma fase e uma estrutura da vida coletiva” (Lipovetsky, 1989, p. 227).

O autor propõe que a sedução e o efêmero passam a ser os princípios que organizam a coletividade moderna. Por assim dizer, para Lipovetsky, a moda é o “último elo da plurissecular aventura capitalista-democrática-individualista” e a centralidade estratégica do vestuário na constituição das democracias voltadas para a “produção-consumo-comunicação de massa”, fez da moda a “pedra angular” que “remodelou a sociedade inteira à sua imagem” (Lipovetsky, 1989, p. 15).

Há ainda, segundo Lipovetsky (1989), pouco interesse dos cidadãos pela coisa pública. Eleitor e consumidor exibem comportamentos cada vez mais parecidos, e eles têm pouca disposição para “considerar o interesse geral, a renunciar aos privilégios adquiridos; a construção do futuro tende a ser sacrificada às satisfações das categorias e dos indivíduos do

³ Sentido amplo, recursos materiais, saberes, processos e técnicas.

presente” (Lipovetsky, 1989, p. 16). Ele argumenta que a flexibilidade humana intrínseca a essa nova sociedade ocidental orientada pelo domínio da moda teria legitimado a mudança. Lipovetsky (1989) advoga que a centralidade da moda é a sua efemeridade. Assim, a moda e os gostos mudam com facilidade.

Ressalta-se a importância da moda como um elemento central na dinâmica da sociedade e na construção das democracias modernas. A moda não é apenas uma expressão individual, mas desempenha um papel significativo na transformação e na remodelação da sociedade, permitindo a remarcação de limites socioculturais e a busca por mudanças e autenticidade. Portanto, a relevância da moda como um fenômeno cultural e social que vai além das roupas, para aspectos mais amplos da vida coletiva.

Uma teoria ingênua

Encarnação da rebeldia, a década de 1960 exala transgressão. O pensamento revolucionário dos jovens da época, resultado de um cenário de pós-guerras e das muitas mudanças culturais experimentadas naquele momento, possibilitou a remarcação de limites socioculturais (Cardoso, 2005). Nesse contexto, a França havia recebido um grande número de refugiados da Segunda Guerra Mundial e da Guerra da Argélia.

Em Paris, a psicanálise já estava disseminada e alguns dos termos dessa ciência faziam parte do vocabulário dos grupos sociais. Nessa conjuntura, em meados de 1950, o imigrante da Romênia, Serge Moscovici, doutorando em Psicologia na cidade, decide estudar a inserção da psicanálise na sociedade parisiense. Em sua tese, defendida em 1961, o psicólogo desenvolve o conceito de RS e dá início à TRS.

O termo RS deriva de representação coletiva foi formulado anteriormente, no século XIX, por Émile Durkheim. Diferentemente de sua predecessora, a RS é produzida no contexto do século XX, em uma sociedade bem mais complexa que a anterior. As RS aludem a “um conjunto de conceitos, proposições e explicações originado na vida cotidiana no curso de comunicações interpessoais” (Moscovici, 2012, p. 181) que prepara o sujeito social para a ação na realidade dele. As RS dão

[...] uma visão funcional do mundo que permite ao indivíduo ou ao grupo dar sentido às suas condutas e compreender a realidade através de seu próprio sistema de referência, logo adaptar-se e definir seu lugar nessa realidade. É ao mesmo tempo o produto e o processo de uma atividade mental pela qual um indivíduo ou um grupo reconstitui o real ao qual ele é confrontado e lhe atribui uma significação específica (Abric, 1987, p. 64).

Por isso, as RS são orientadoras de condutas. Jodelet as define como “uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, com um objetivo prático, e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (Jodelet, 2001, p. 22). Portanto, é consenso na literatura pertinente a relação entre o conceito de RS e o cotidiano.

Por ser social, a representação é impregnada por diferentes visões de mundo. Segundo Jodelet, são elementos “constituintes da representação (informações, imagens, crenças, valores, opiniões, elementos culturais, ideológicos etc.)” (Jodelet, 2001, p. 38). Por isso, as RS estão intimamente vinculadas aos grupos que as elaboram.

Não são conhecimentos científicos, são teorias do senso comum também nomeadas como teorias ingênuas. Entretanto, como explica Jodelet (2001), nem por isso elas são de menor importância para a ciência. Seu estudo é legítimo “por sua importância na vida social, pelos esclarecimentos que traz acerca dos processos cognitivos e as interações sociais” (Jodelet, 2001, p. 23).

Para Moscovici (2012), representar é transformar aquilo que ainda não se conhecia em algo familiar. Isso quer dizer que quando os grupos sociais são confrontados com um fenômeno até então desconhecido, com o qual precisam lidar, as pessoas começam a trocar informações sobre esse novo elemento. Com o passar do tempo, é formado um conjunto de opiniões, valores, crenças e atitudes a fim de que elas possam se posicionar sobre o novo objeto. Esse processo pode ser exemplificado pelo encontro entre a humanidade e doença infecciosa causada pelo covid-19 (De Rosa e Mannarini, 2020).

Esses conjuntos de formulações forjadas e difundidas intra e intergrupos são vivos. Ao mesmo tempo que podem ser alterados com a chegada de um novo objeto social, também modificam significados inerentes ao recém-chegado. Criam-se consensos que funcionam como referência para os sujeitos se posicionarem e agirem diante das mais diversas situações, fazendo julgamentos.

O poder desse processo está no vínculo que ele estabelece com a ação, pois opera como um trampolim para o agir, impulsionando práticas. Ao mesmo tempo, as ações concretas também podem alterar as representações. Portanto, as RS são uma forma de conhecimento impactante na vida em sociedade, mas também são impactadas pelas experiências.

Uma teoria sui generis

Após a Segunda Guerra Mundial, a Psicologia Social norte-americana era forte e se pautava em uma visão behaviorista. Moscovici (2012) explica que ela estava limitada ao estudo do indivíduo e do pequeno grupo, ignorando as grandes massas.

Somava-se a isso a proeminência de uma visão positivista de ciência social, que privilegiava o que podia ser objetivamente observado em detrimento de fenômenos subjetivos (Moscovici, 2012). Portanto, como o autor elaborou a TRS em oposição a essas visões dominantes, a TRS nasceu como uma proposta verdadeiramente psicossocial.

Assim, além de ter base em Émile Durkheim, a TRS também se fundamentou na Antropologia, a partir da ideia de pensamento primitivo, de Lévi-Bruhl, da Teoria da

Linguagem, de Saussure, do Estudo do Desenvolvimento, de Piaget, e da Teoria do Desenvolvimento Cultural, de Vigotski (Rocha, 2014). Por isso, a teoria foi forjada em um *carrefour* epistemológico⁴.

O posicionamento, nessa encruzilhada, foi necessário por causa da variedade de elementos reunidos em uma representação. Moscovici (2012) alerta que as RS não são apenas imagens de algo, opiniões sobre algo ou mesmo crenças; são “teorias’ das ‘ciências coletivas’ *sui generis*, destinadas a interpretar e a construir o real” (Moscovici, 2020, p. 30). Assim, não se referem a uma dada realidade, mas a constroem.

Como surgem as Representações Sociais (RS)?

Quando um novo fenômeno social se impõe a uma dada sociedade, as pessoas precisam lidar com o desconhecido e formulam, assim, as RS. Jodelet (2001) descreve o processo de formação das RS da Síndrome da Imunodeficiência Adquirida (AIDS). Quando o mal surgiu, antes que a ciência o explicasse, as pessoas produziram RS baseadas nas representações de que já dispunham sobre “os portadores (drogados, hemofílicos, homossexuais, recebedores de transfusões de sangue) e os vetores do mal (sangue, esperma)” (Jodelet, 2001, p. 18).

Essas informações, lembra a autora, deram origem a duas concepções. A primeira delas, de foro moral e social e associada ao crivo religioso, evocava a ideia de punição divina, resposta da natureza ou invenção humana para o genocídio e a guerra biológica; a segunda, a biológica, fundamentava o medo de que outros fluidos corporais, como a saliva e o suor, também transmitissem a AIDS (Jodelet, 2001).

Ambas as representações “inscrevem-se nos quadros de pensamento pré-existentes, engajam uma moral social” (Jodelet, 2001, p. 18). Por isso, acredita-se que as RS se apoiam na memória social, ativada pelas situações e experiências no presente. Além de se alicerçarem em valores, derivam-se de ideologia, da cultura e da produção científica. Elas também estão ligadas “à condição social e à esfera da experiência privada e afetiva dos indivíduos” (Jodelet, 2001, p. 21). Podem ainda ser afetadas pelas comunicações veiculadas pelas redes sociais e pela mídia. Além dessas condições contextuais, dois processos geram as RS: a ancoragem e a objetivação.

Os processos geradores de representações sociais

Alinhada à pesquisa etnográfica e à formulação original de Serge Moscovici, Jodelet (2001) propõe a abordagem processual das RS, buscando identificar e explicar os dois processos que originam as representações: a objetivação e a ancoragem. Eles derivam da construção mental e coletiva da realidade e ocorrem simultaneamente, tentando tornar familiares fenômenos até então desconhecidos pelo grupo.

A objetivação envolve transformar ideias em imagens comunicáveis, tornando o abstrato concreto. Isso é crucial na formação de representações, permitindo às pessoas simbolizar valores, crenças e atitudes.

⁴ Cruzamento e encontro de ciências diferentes. Da Língua Francesa, a palavra *carrefour* pode ser traduzida como encruzilhada.

O processo consiste em três etapas: seleção de elementos com base na cognição do grupo, esquematização estruturante para criar modelos figurativos (por palavras ou imagens) e naturalização, que finaliza a objetivação. No entanto, esse processo pode ser influenciado por normas, preconceitos e cognições errôneas, afetando a representação social ao adicionar, omitir ou distorcer elementos.

A ancoragem é o segundo processo na formação de RS, e, embora aconteça ao mesmo tempo que o primeiro, é explicado separadamente por razões didáticas. Esse processo envolve a incorporação de um novo conceito social em categorias já existentes na cultura do grupo, semelhante a ancorar um novo conhecimento na memória coletiva.

Ao ser concluído, permite dar nome ao que antes era inominável, permitindo-nos imaginá-lo e representá-lo. A representação é, essencialmente, um sistema de classificação e nomeação, categorizando e nomeando coisas (Moscovici, 2003).

Doise (1992) diferencia três tipos de ancoragem: a psicológica, relacionada a crenças e valores individuais que afetam as relações simbólicas; a sociológica, que explora como as relações entre grupos influenciam a compreensão do objeto; e a psicossociológica, que aborda as relações sociais e as categorias de grupos em um contexto social específico.

Para estudar a ancoragem, Campos (2017) sugere examinar os quadros de interpretação preexistentes, que abrangem ideologias, normas sociais, valores, crenças e mitos. Esses quadros exercem influência na interpretação de um novo objeto. É crucial reconhecer que cada caso é único e está ligado à história sociocultural do grupo em um mundo globalizado.

A investigação das RS requer uma abordagem não determinista e qualitativa do fenômeno social. Deve permitir a compreensão da interação entre o objeto, o fenômeno e o contexto. Portanto, é importante adotar uma perspectiva holística e considerar o constante estado de mudança do mundo.

Vale destacar que a RS é uma construção mental coletiva da realidade. Não existe construção de RS por um indivíduo, pois o social requer o grupo. Portanto, é preciso considerar que os processos de objetivação em ancoragem são mentais visto que ocorrem na interface entre o sujeito e seu grupo de pertença.

Linha para alinhar

Após a formulação original de Serge Moscovici, outros pesquisadores associaram-se à sua corrente inaugural, formulando linhas teóricas próprias, mas compatíveis com a obra original. Cada uma delas fornece diferentes possibilidades de abordar as RS. Saadi Lahlou (2008) oferece a vertente da Teoria da Instalação. “Instalação deve ser entendido aqui no sentido artístico de padrões de montagem no espaço para modificar nossa forma de conviver com uma situação: a instalação carrega sua própria dinâmica” (Lahlou, 2019, p. 17).

Ao considerar que a humanidade vive em ambientes artificiais, Lahlou (2008) explica que todos nós precisamos seguir regras para o convívio nesses lugares. Criou-se instituições sociais de grande complexidade.

As sociedades acumularam uma massa de objetos que chamamos de cultura: objetos materiais, representações, instituições. Então, se olharmos para a história da humanidade, houve acumulação e evolução de cultura (Lahlou, 2019, p.15).

A vida urbana, para o autor, é cercada por artificialidade projetada em função das práticas socioculturais. Nesse contexto, onde estão os objetos, onde há objetos e a organização ocorre por meio de instalações, os indivíduos interagem e intermedeiam as relações sociais pelas normas e regras.

Além da TRS de Serge Moscovici, outras orientações teóricas foram mobilizadas para a formulação desta linha de pesquisa. Sustenta-se em Michel Foucault, refletindo sobre corpo vigiado, aprisionado e servil, que internaliza a dominação também expressa pelo cenário de prisão.

Fundamenta-se em Bruno Latour quanto à proposição ator-rede, na qual, os objetos como participantes nas negociações. Apoia-se em Edwin Hutchins ao explicar como a distribuição da cognição em artefatos tangíveis opera uma comunicação híbrida entre as pessoas e os bens (Lahlou, 2019).

Então, amparado por essas teorias, Lahlou explica que “há uma série de estruturas, construídas coletivamente, imateriais ou materiais, que guiam o comportamento dos indivíduos” (Lahlou, 2019, p. 15). Alinha-se ao paradigma do construtivismo social, mas o questiona sobre a ausência das estruturas físicas que medeiam as relações sociais. Portanto, o autor busca eliminar essa lacuna com a proposição da Teoria da Instalação.

O interesse é explicar o que faz com que distintas pessoas consigam cooperar continuamente para a construção de uma realidade em mutação. Isso envolve analisar as relações entre os elementos nessa colaboração. Na sociedade contemporânea, a moda parece representar essa cooperação, pois grupos diferentes contribuem para a mudança.

“Em uma perspectiva operacional, para profissionais que queiram entender, prever ou influenciar o comportamento humano, o mundo pode ser considerado uma instalação” (Lahlou, 2019, p. 17). A instalação guia o mundo em três níveis: o físico, o psicológico e o social.

O físico proporciona um esquema de possíveis comportamentos; mas nem tudo é possível de ser realizado. Aqui é onde a psicologia entra em jogo. Para agir, os indivíduos devem interpretar as situações. No nível psicológico, motivações, representações e práticas propiciam interpretações possíveis da situação pelo sujeito, por exemplo, escolher entre vários artefatos que oferecem possibilidades (*affordances*) para a atividade desejada (como diferentes marcas de um mesmo produto). As representações incluem “como usar” os objetos (Lahlou, 2019, p. 17).

No nível social, as pessoas compartilham consensualidades e mesmo regras que as permitem utilizar as instalações de maneira correta. Assim, a Teoria da Instalação ajuda a compreender o papel dos bens e, notadamente, do vestuário, na dinâmica relação ego-objeto-alter.

Por seu turno, a Moda é um fenômeno inscrito nesses mesmos níveis, operando nas comunicações por intermédio das práticas de consumo de bens (McCracken, 2007; Eco, 1976; Mezabarba, 2012).

A Moda na relação sujeito-vestuário-sociedade

A indumentária refere-se ao traje, ao artefato, e a moda sugere um sistema vivo, de comunicação. Trata-se de “uma importante manifestação social coletiva no sentido de que se insere em uma partilha do sensível” (Teixeira, 2021, p. 264).

Então, para falar da moda, é preciso considerar aquilo que está além dos objetos. A moda possui um “composto discursivo dotado de inúmeros significados” (Teixeira, 2021, p. 264). Para Teixeira (2021), por causar efeitos pontuais na esfera do real, a Moda definiria “modelos de palavra ou de ação, mediando a intensidade do sensível” (Teixeira, 2021, p. 264).

Em relação à indumentária no contexto social, Sanches e Martins (2015) destacam-na como um artefato associado ao corpo que, em conjunto, interagem com o espaço social. Nessa relação, para os autores, corpo, veste e espaço influenciam-se de maneira mútua em um processo de transformação contínua. Há, portanto, uma inter-relação dinâmica que circunscreve o indivíduo em determinadas experiências cotidianas no tempo e no espaço.

Essas vivências constituiriam interações sociais. A roupa impacta a relação do corpo com os demais sistemas. Desse modo, pela perspectiva de Sanches e Martins (2015), a indumentária tem a capacidade de intervir negativa ou positivamente na realização de quaisquer ações do indivíduo. Portanto, há uma corrente de pesquisas na Moda que defende uma relação necessária entre ergonomia do produto e comportamento humano. Elementos materiais e imateriais se auto influenciam na perspectiva desses autores.

A roupa modifica o corpo ainda que de maneira efêmera, conferindo-lhe novas formas, cores e texturas. Contudo, a indumentária também pode ser alterada por esse corpo. Nesse processo, veste e humano entrelaçados conectam-se ao ambiente, emitindo mensagens. Portanto, indivíduos vestidos e em trânsito se encontram e interagem em uma malha comunicativa.

Mezabarba (2012) destaca o papel da indumentária nos grandes centros urbanos, onde há um sem-número de relações efêmeras. Nessa situação, os bens podem facilitar ou dificultar a sociabilidade ao passo que funcionariam como um elemento de construção da própria identidade individual perante o público. Então, a autora defende que nosso visual, ou seja, os elementos que utilizamos sobre nosso corpo, opera na identificação pela aparência física, o que se faz útil às interações sociais.

Com base nessas reflexões, é possível questionar se o vestuário, considerado como instalação, está nos planos físico, psicológico e social. Parece que sim, pois indica, por exemplo, que não se deve utilizar um vestido de noiva para ir à escola ou que não é coerente utilizar uma calça jeans para um casamento católico. Porém, quais processos relacionam a cultura ao objeto e ao sujeito social?

A mediação de significados cultura-objeto-sujeito

Na perspectiva de McCracken (2007), a realidade coletiva existe a partir de princípios e categorias culturais que funcionam como uma “lente” de valores preexistentes, por meio da qual as pessoas avaliam e interpretam os fenômenos culturais. McCracken esclarece que esses princípios “são as premissas básicas que permitem que todos os fenômenos culturais sejam distintos, classificados e inter-relacionados” (McCracken, 2007, p. 103).

Já as categorias culturais coordenam os significados, “representando as distinções básicas que uma cultura usa para dividir o mundo dos fenômenos” (MCCRACKEN, 2007, p. 101). O antropólogo exemplifica como importantes categorias culturais “as distinções de classe, *status*, gênero, idade e ocupação” (MCCRACKEN, 2007, p. 101). Essas categorias determinam como as sociedades dividem o mundo culturalmente constituído, embora não tenham presença material.

Para McCracken (2007), o sistema da Moda transfere significados da cultura constituída para o vestuário por intermédio de produções de divulgação que associam os bens a categorias culturais preexistentes. Outra maneira descrita pelo autor ocorre quando formadores de opinião, influenciadores, atuam na remodelação e no refinamento de significados culturais preexistentes. Desse modo, encorajam a alteração de princípios e categorias culturais. Agentes como designers e jornalistas de moda atuam na inserção de atributos desses influenciadores nos objetos.

A transferência dos significados do vestuário para os sujeitos ocorre por meio de rituais e práticas sociais. O ritual, na perspectiva de McCracken, é uma “ação social dedicada à manipulação do significado cultural para fins de comunicação e categorização coletiva e individual” (McCracken, 2007, p. 108). Segundo o pesquisador, o ritual tem a função, por exemplo, de mudar um sujeito de uma categoria para outra, realizar conceitos e princípios culturais ou, ainda, proceder a um contrato. Quatro rituais são descritos por McCracken (2007) como operadores de transferência dos significados dos bens para os sujeitos: rituais de trocas, de posse, de cuidados pessoais e de desapropriação.

Apesar das explicações de Grant McCracken, é possível questionar o papel do vestuário na comunicação. Uma ilustração fornecida por Svendsen (2010) compara duas pessoas, uma que veste roupa militar e a outra, traje sadomasoquista. Seria razoável supor que a primeira tem relação com o militarismo e que a segunda tem preferência sexual relacionada a esse fetiche. Então, o autor reflete que a moda de massa difundiu elementos com esses estilos visuais, o que dificultaria a interpretação desses significados. Então, o que haveria de comunicação possível no bem?

O significado é uma unidade cultural e uma semântica em um sistema simbólico inerente a um grupo (Eco, 2010). Atos de comunicação no contexto sociocultural, segundo Eco (1982), são compostos de “entidades gestuais ou sonoras, que ‘dizem que’, mas também de ‘coisas que ‘funcionam’, isto é, ‘que servem para’” (Eco, 1982, p. 14). Às vezes, as distinções entre essas duas funções são mínimas.

Cita-se a mitra, chapéu que não serve para evitar o sol, mas para dizer “sou bispo”. Em paralelo, as roupas, criadas para modificar a realidade no plano físico, “interferem no universo da comunicação, tornando-se um ato de comunicação” (Eco, 1982, p. 14). Em oposição, elementos comunicativos “têm valor de uma série de funções que interferem no plano

da modificação física” (Eco, 1982, p. 14). Isso pode ser exemplificado por palavras que são como “um soco no estômago”.

Eco (1982) lembra que alguns artefatos adquirirão valor comunicativo e se tornam um sinal, tendo sua funcionalidade física deixada em segundo plano. A indumentária pode ser compreendida, então, como um signo vestido que interfere nas comunicações em três níveis: individual, intragrupal e intergrupala.

Costurando Moda à TRS

No cerne da problemática interessa à questão a influência social, ou seja, o modo como as pessoas sugerem outras pessoas e são sugeridas por elas. Dentro dessa ciência, surge a Teoria das Representações Sociais (TRS), a teoria do senso comum, segundo seu criador, Serge Moscovici (2012).

A TRS tem interesse em explicar como a realidade é construída e compartilhada pelos grupos sociais, formando universos consensuais. Essas elaborações servem como matrizes tanto para novas construções quanto para o posicionamento dos grupos a respeito dos mais diversos fenômenos. Essa afirmação aproxima-se, portanto, das explicações acerca dos princípios e das categorias culturais fornecidas por McCracken (2007).

Enquanto Moscovici e os autores da TRS falam em práticas sociais e na relação delas com as representações, autodeterminando-se (Moscovici, 2012; Jodelet, 2001; Campos, 2003), McCracken (2007) defende a função dos rituais de consumo na movimentação de significados da cultura para o vestuário e deste para os sujeitos.

Tais movimentações são possíveis porque, segundo Eco (1982), alguns objetos, notadamente se inseridos no sistema da Moda, deixam de ser unicamente presentes na realidade e passam a agir no plano das comunicações. Eles operam e informam sobre aquele que os porta, sua identidade dentro do grupo, sua origem, sua história e sua cultura.

Para Eco (1982), a moda se estabelece sobre códigos e convenções rígidos, “definidos por sistemas de sanções ou incentivos” (Eco, 1982, p. 15) que se assemelham às regras da linguagem. Dependendo do contexto, a moda é um código de linguagem que ajuda a decifrar significados (Eco, 1982). Portanto, o autor defende que algumas regras do vestir são fortes e sólidas e outras são fracas. Assim como as regras da comunicação verbal e visual, estão sujeitas a reajustes, mutações e continuidade.

Sobre o papel comunicacional da moda, Barthes (2009) afirma que, a partir da retórica da moda, são criadas “verdadeiras visões de mundo” (Barthes, 2009, p. 364), e usa a expressão “narrativa coerente” pela moda (Barthes, 2009, p. 366). Nesse sentido, compartimenta a moda em duas: a indumentária, que transcende o individual e fundamenta a construção social, e o traje, que se trata de uma prática individual em que o sujeito se apropria da indumentária, construindo sua aparência (Barthes, 2009).

A ancoragem é investigada imergindo-se nos quadros histórico, cultural e social dos grupos. Todos esses elementos podem ser identificados pela roupa, mas parece ser justamente a possibilidade de valorar uns aos outros que a Moda e TRS tem como elementos de interesse. Lipovetsky (1989) conseguiu contribuir para o entendimento de um processo divisório do tempo histórico pela moda.

É instigante identificar e estudar o apoio que a moda oferece para dividir o tempo em passado, presente e futuro. E, a partir disso, situar cada pessoa, relacionando com a realidade sociocultural. A moda permite que as pessoas se classifiquem conforme diferentes sistemas. De acordo com Lipovetsky (1989), a moda tem a inovação como importante valor. Em seu presente e seu passado. Indica também o estado tecnológico desse grupo, refletindo o sistema produtivo. Logo, parece ser possível considerar o vestuário em estudos sobre a ancoragem, nessa vertente da TRS. Contudo, será aplicável em todo e qualquer estudo em RS?

Com base no referencial teórico adotado, a hipótese aqui levantada é que vale considerar o vestuário em situações nas quais ele seja relevante para a coesão grupal tanto na identificação de seus componentes quanto no jogo de alcance de seus objetivos grupais e pelo alcance de suas tarefas, como defende a Psicologia Social (Michener, Delamater e Myers, 2005).

Outra questão que interessa à Moda é a influência social, que é problematizada por Lipovetsky (2009), visto que a transformação do processo de fabricação faz com que o vestuário deixa de ser feito sob medida, como na alta-costura, e passa a ser produzida em larga escala. Com isso, a moda torna-se plural, permitindo a coexistência de diferentes estilos. O filósofo defende que, na contemporaneidade, a moda deixa de ser imposta, tornando-se democrática (Lipovetsky, 2009).

No entanto, isso não implica o fim da influência social, ao contrário, torna-a complexa. Garcia-Marques, Ferreira e Garrido (2013) distinguem dois tipos de influência social: a informativa, quando o comportamento do grupo é legitimado e aceito, e a normativa, quando se adere ao comportamento grupal para se evitar uma rejeição.

O vestuário e a moda concretizam valores, crenças, atitudes e visões de mundo. Por isso, atuam na construção da identidade ao passo que permitem ao indivíduo a autorreflexão e a expressão da consciência que tem de si. As roupas ilustram um conjunto de representações do sujeito sobre o *self*. É possível considerar que a moda ajuda nas relações interpessoais porque serve como elemento de fachada na estabilidade de relacionamentos e no desempenho de papéis sociais.

A identidade do sujeito é construída conforme ele se engaja em um grupo social. Os comportamentos grupais são organizados e previsíveis, pois ocorrem dentro de normas consensuais. Os grupos sociais procuram homogeneidade entre os participantes, portanto a moda é um dos mais relevantes reforçadores da identidade grupal.

Arremates finais

Embora ainda distante de finalizar a centelha que aqui foi acesa, alguns pontos traçados ao longo deste texto precisam ser arrematados. Parte-se da constatação de Dos Reis Junior e Andrade (2019) sobre a promissora, porém incipiente, literatura que relaciona Moda e Psicologia Social.

Diante dessa lacuna e considerando que a TRS é uma das mais proeminentes vertentes dentro dessa perspectiva da Psicologia, formulou-se o seguinte problema de pesquisa: Quais são as relações entre as representações sociais e as práticas do vestir? Portanto, o objetivo deste artigo foi tecer a interdisciplinaridade entre a teoria da Moda e a TRS.

Inferre-se que as roupas perspectivam o indivíduo como membro de um grupo e colam a identidade social nele, intensificando a coesão coletiva. No processo de construção social da realidade, a roupa, como artefato sociocultural e histórico, apoia a projeção da autoimagem e, ao mesmo tempo que se referencia pelo grupo, também o reflete.

A indumentária pode ser compreendida, então, como um signo vestido que interfere nas comunicações em três níveis: individual, intragrupal e intergrupar. No individual, o *look*, composição de roupas e acessórios que exhibe um estilo pessoal, é constituído por ícones selecionados e, por vezes, customizados pelo indivíduo. Algumas vezes serve para diferenciação, outras têm a função de tornar igual, mas em ambas as situações diz sobre o grupo ao qual o indivíduo está filiado.

Contudo, revelam os elementos que o indivíduo avalia como centrais para identificar seu grupo. Ao mesmo tempo, ainda no nível individual, o *look* também opera como ícone concreto e formal. No nível intragrupo, exteriorizando elementos subjetivos, como normas sociais internalizadas. No contexto intergrupar, as roupas podem sugerir índices semióticos qualificadores referenciais para os membros de um grupo. Isso porque é uma unidade de contexto que oferece uma *fotografia* da ação articulada ao sistema da Moda que, por sua vez, é indissociável da sociedade e da cultura.

Assim, o sujeito é o principal elemento interdisciplinar entre a Moda e a TRS. A coesão grupal, as comunicações intragrupos e intergrupos e a influência social também parecem ser componentes relevantes dessa interdisciplinaridade. Desse modo, seria interessante aprofundar o papel da Moda na coesão grupal, na construção de estereótipos e nos processos de discriminação e exclusão social.

Entretanto, com base no que se apreendeu durante este estudo, nas complexas sociedades contemporâneas parece válido inovar a maneira como se estuda tanto a Moda quanto as RS. Entende-se que investigações apoiadas em teorias isoladas não permitem avançar para além dos próprios limites.

Demandam-se, portanto, propostas interdisciplinares e transdisciplinares que atuem como uma malha, expandindo-se, encolhendo-se, conforme cada particularidade de pesquisa.

É preciso considerar, por exemplo, a dialogia do vestuário. Vestir é dizer. Umberto Eco dizia, objetos podem ser atos de comunicação. Então, sugere-se a realização de pesquisas com a moda e com o vestuário, e não apenas sobre eles.

Conclui-se que a indumentária e a moda estão na interface sujeito-grupo, operacionalizando a apresentação do indivíduo ao coletivo e, simultaneamente, a representação do grupo pelo indivíduo.

Referências

ABRIC, Jean Claude. **Coopération, compétition et représentations sociales**. Fribourg: DelVal, 1987.

ACOM, Ana Carolina. **A Moda se diz de muitos modos: o campo da Moda entre ontologia e estética**. 2021. Tese (Doutorado em Sociedade, Cultura e Fronteiras) – Centro de Educação Letras e Saúde, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu, 2021.

AJZEN, Icek. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, p. 179-211, 1991.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. Trad. Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes – WMF, 2009.

BEZERRA, Marcela Fernanda Figueiredo. **Brincando com a roupa: um estudo sobre o público infantil e a compreensão das roupas que atuam como brinquedo**. 2009. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, UFPE, Recife, 2009.

CAMPOS, Pedro Humberto Faria. O estudo da ancoragem das Representações Sociais e o campo da Educação. **Revista de Educação Pública**, Cuiabá, v. 26, n. 63, p. 775-797, 2017.

CAMPOS, Pedro Humberto Faria. Representações sociais e práticas educativas. *In*: CAMPOS, Pedro Humberto F.; LOUREIRO, Marcos Corrêa da S. (org.). **Representações sociais e práticas educativas**. Goiânia: UCG, 2003.

CARDOSO, Irene. A geração dos anos de 1960: o peso de uma geração. **Tempo social**. São Paulo, v. 17, n. 2, p. 93-107, 2005.

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

DE ROSA, Annamaria Silvana; MANNARINI, Terri. The “invisible other”: Social representations of COVID-19 pandemic in media and institutional discourse. **Papers on Social Representations**, v. 29, n. 2, p. 1-35, 2020.

DOISE, W. L'ancrage dans les études sur les représentations sociales. **Bulletin de Psychologie**, v. XLV, n. 405, 189-195, 1992.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DOS REIS JUNIOR, Francisco N.; ANDRADE, Laura N. Psicologia social & moda: uma interface possível. **dObra[s] – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 12, n. 25, p. 199-212, 2019. DOI: 10.26563/dobras.v11i25.861. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/861>. Acesso em: 5 ago. 2022.

ECO, Umberto. **As formas do conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Perspectiva, 2010.

ECO, Umberto. **A theory of semiotics**. Bloomington: Indiana University Press, 1976.

ECO, Umberto. **A psicologia do vestir**. Lisboa: Assírio e Alvim, 1982.

FAZENDA, Ivani C. **Integração e interdisciplinaridade no ensino brasileiro**: efetividade ou ideologia. São Paulo: Loyola, 1979.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem, modas de mulher**. Rio de Janeiro: Record, 1987.

GARCIA-MARQUES, Leonel; FERREIRA, Mário Boto.; GARRIDO, Margarida. V. Processos de influência social. *In*: Vala, Jorge.; Monteiro, M. B. (coords). **Psicologia Social**, n. 9,3 ed. 245-324. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2013.

GOMBRICH, Ernst Hans. **The story of art**. London: Phaidon, 1995.

JAPIASSU, Hilton. A questão da interdisciplinaridade. **Paixão de Aprender**. SMED – Porto Alegre, n. 8, 1994.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. *In*: JODELET, Denise (org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2001.

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

MCCRACKEN, Grant. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **Revista de administração de empresas**, v. 47, p. 99-115, 2007.

MEZABARBA, Solange Riva. **Vestuário e cidades**: Ethos, consume e apresentação de si no Rio de Janeiro e São Paulo. 2012. Tese (Doutorado em Antropologia) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2012.

MOSCOVICI, Serge. **A psicanálise, sua imagem e o seu público**. Petrópolis: Vozes, 2012.

ROCHA, Luis Fernando. Teoria das representações sociais: a ruptura de paradigmas das correntes clássicas das teorias psicológicas. **Psicologia: ciência e profissão**, v. 34, n. 1, p. 46-65, 2014.

ROTHER, Edna Terezinha. Revisão sistemática X revisão narrativa. **Acta Paulista de enfermagem**, v. 20, n. 2, p. 5-6, 2007.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima; MARTINS, Sérgio Regis Moreira. Projetando mensagens visuais: a contribuição das ferramentas de síntese imagética no design de moda. **Estudos em Design**, v. 23, n. 1, p. 108-117, 2015.

SANTOS, Genário dos; COELHO, Maria Thereza Ávila Dantas; FERNANDES, Sérgio Augusto. A produção científica sobre a interdisciplinaridade: uma revisão integrativa. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 36, n. 01, p. 29, 2020.

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

SOUZA, Mariana Aranha. *et al.* Currículo e interdisciplinaridade. **Imagens da Educação**, v. 10, n. 2, p. 104-124, 12 ago. 2020.

TEIXEIRA, Flávia V. S. Moda como linguagem: uma partilha do sensível. **dObra [s] – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, São Paulo, n. 31, p. 262-273, 2021. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1297>. Acesso em: 5 ago. 2022.

VEIGA-NETO, Alfredo. **A ordem das disciplinas**. 1996. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1996.

Agradecimentos

Ao Programa Pesquisa Produtividade UNESA pelo apoio.

Revisor(a) do texto: Ana Carolina Carvalho, E-mail: carvalho.carol@uol.com.br