



GLAMOUR SUBVERSIVO¹

SUBERSIVE GLAMOUR

Luisa Assunção²

RESUMO: Para conceber o presente estudo, analisam-se e comparam-se aspectos relativos ao termo *subversão* na moda e na literatura. Esse artigo se constrói a partir de um editorial de moda inspirado nos anos 70 intitulado Glamour Subversivo junto a um editorial de moda da década de 70. Para estabelecer uma relação com a literatura, escolheu-se trabalhar com a poesia de Paulo Leminski que apresenta linguagem subversiva e carrega ideologias da poesia marginal da época da ditadura no Brasil.

Palavras-chave: Editorial de Moda; Literatura Marginal; Subversão.

ABSTRACT: To conceive this study, we analyze and compare the relative aspects of the *subversion* term in fashion and in literature. This article is constructed by a fashion editorial inspired in the seventies entitled Glamour Subversivo and another editorial of fashion from the seventies. To establish a relation with the literature, we choose working with the poetry of Paul Leminski who presents subversive language and loads ideologies of the marginal poetry of the dictatorship time in Brazil.

Key words: Fashion editorial; Marginal literature; Subversion.

Introdução

O Editorial de moda apresenta-se em nossa sociedade como uma forma de comunicação impactante e por isso mesmo é usada como marketing de moda na mídia em geral. Este gênero textual é, porém, pouco estudado no meio acadêmico, principalmente no que concerne a exploração de seu caráter multifacetado e multifuncional, que torna instigante a sua exploração.

1

□ Uma análise da subversão aplicada à moda e à literatura.

2

□ Mestranda em Letras- Literaturas comparadas na Université de Paris Sorbonne IV.
E-mail: luisa_0k@hotmail.com

Luisa Assunção



Imbricando texto e imagem, o editorial de moda configura-se de uma maneira muito rica e própria. A interrelação da imagem e do texto permite revelar suas propriedades. Foi escolhido trabalhar o tema da subversão retratado em dois editoriais de moda de representado de formas diferentes devido suas épocas.

A partir do editorial de moda intitulado “Glamour Subversivo”³, faz-se uma análise comparatista entre a moda e os valores da atualidade, com a moda e os valores da década de 70. Para ajudar na comparação, imagens de um editorial de moda da década de 70, intitulado “É chiquíssimo! Está na moda e... custa pouco”⁴, será igualmente analisado.

As imagens ali presentes parecem ser inspiradas na indumentária dos anos 70 e remetem a uma idéia de rebeldia. Em razão disso, relaciona-se e compara-se o texto verbal e visual desse editorial de moda a alguns aspectos da literatura.

Pretende-se examinar a questão da subversão aplicada à moda e à literatura, especialmente a literatura marginal do período da ditadura através da poesia de Paulo

Leminski, escritor reconhecido por sua linguagem subversiva e poética marginal.

A subversão nos anos 70

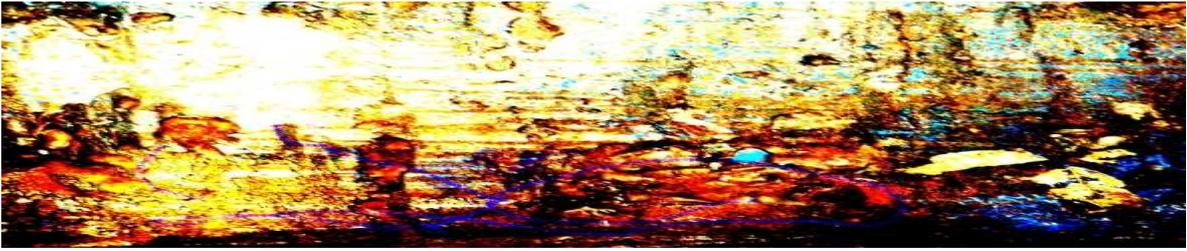
Segundo o dicionário eletrônico Houaiss (2001), o termo subversão etimologicamente tem o sentido de “destruição, ruína, aniquilamento”. Conforme esse dicionário, subversão é o ato ou o efeito de subverter(-se). Revolta, insubordinação contra a autoridade, as instituições, as leis, as regras aceitas pela maioria. Transformação ou destruição da ordem estabelecida; tumulto, perturbação; conjunto de ações sistemáticas, efetuadas por elementos internos, que visam minar e derrubar um sistema político, econômico ou social.

3

□ Revista Vogue Brasil, número 355, março de 2008.

4

□ Revista Claudia, número 165, junho de 1975.



A década de 70 no Brasil foi um período de muita subversão ao governo instalado e caracterizou-se por fortes conturbações políticas, sociais e econômicas. Porém para contextualizá-la, é imprescindível que se aborde acontecimentos ocorridos na década de 60. O ano de 1964 marcou o Brasil, pois foi o ano do golpe militar. Neste momento instaurou-se neste país o regime ditatorial que duraria mais de 20 anos. Além disso, importantes movimentos que ocorreram em 1968 ao redor do mundo, como por exemplo, as barricadas de Paris, a Primavera de Praga e os Panteras Negras, influenciaram a política e a sociedade brasileira.

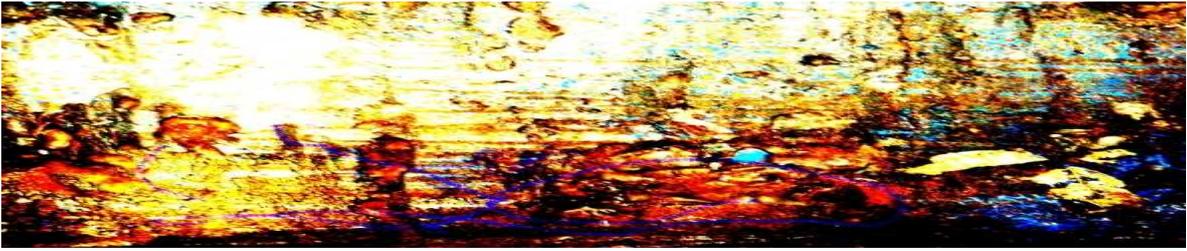
Esta época, conhecida por “anos de chumbo”, foi marcada por um cenário antidemocrático. A repressão tomou conta das esferas da sociedade. O cinema, a literatura, a televisão, a música e a arte em geral sofreram e foram marcadas pela censura. Os slogans: “Ninguém segura este país” e “Brasil: ame-o ou deixe-o”, estavam espalhados por toda a parte.

Sabe-se que os meios de comunicação são grandes difusores de ideologias (ADORNO, 1985). O governo divulgava sua imagem de um modo favorável, através da propaganda em rádio, televisão e cinema, conjugada a uma censura implacável, popularizando Médici e escondendo a realidade do falso glamour da população de classe média da época.

Nesse contexto, uma espécie de obsessão da vigilância do governo surgiu e passou-se a chamar “propaganda subversiva”, toda e qualquer expressão que fosse contra o governo.

O campo artístico destacava-se como alvo da vigilância, sobretudo os poetas da contracultura e os artistas e eventos ligados à MPB (Música Popular Brasileira), sigla que passou a significar música crítica de esquerda na época (NAPOLITANO, 2001). A capacidade de aglutinação de pessoas em torno dos eventos musicais era uma das preocupações constantes do regime militar.

Neste contexto surgiu a poesia marginal, um movimento cultural irreverente e subversivo, crítico, e com o propósito de ir contra o autoritarismo de um sistema que impunha censura aos meios de comunicação. “Em um primeiro panorama, esta poesia tentava reencontrar um suposto veio perdido das idéias modernistas; principalmente as de



Oswald de Andrade e de sua poesia pau-brasil e de sua defesa de uma arte antropofágica.” (LIMA, 2003, p. 93). Um dos principais poetas marginais brasileiro, Cacaso, alegou que na poesia marginal “o valor do poema passa a depender menos da realização literária do que da sinceridade – valor moral do poema – que manifesta” (CACASO apud LIMA 2003, p. 38).

Conforme foi dito acima, em vários campos, nesta época, a subversão veio à tona: no cinema, na música, na literatura e na arte em geral. Todos eles têm a sua própria forma de expressão, a sua linguagem. Carregam consigo alguma forma de ideologia. A questão da subversão na literatura serve de contraponto a uma falsa subversão que parece estar presente no editorial de moda “Glamour subversivo”.

A poesia marginal

Marginal é que escreve à margem,
deixando branca a página
para que a paisagem passe
e deixe tudo claro à sua passagem.
Marginal, escrever na entrelinha,
sem nunca saber direito
quem veio primeiro,
o ovo ou a galinha.
(Leminski, 1995, p. 70)

Neste trabalho, tem-se o intuito de analisar a subversão na literatura a partir da poesia de Paulo Leminski. Este poeta que foi contemporâneo da poesia marginal apresenta características desse movimento em sua poesia e é, portanto, considerado um poeta marginal “*en passant*” (REBUZZI, 2003). Leminski apostou na liberdade em sua curta vida dedicada a literatura. Embora tenha transitado em diferentes tendências poéticas de seu tempo e dialogado com diferentes tradições, foi um poeta que nunca se limitou realmente a uma geração, escola ou grupo específico.

Solange Rebuszi doutora em literatura, em seu livro *Guerreiro da Linguagem: uma leitura das cartas-poemas de Paulo Leminski* traz no primeiro capítulo, intitulado *A subversão da linguagem*,

Luisa Assunção



considerações sobre a escrita de Leminski. Segundo Rebuzzi (2003), “a escrita do poeta Paulo Leminski caminha da ‘página em branco e em brasa’ ao texto corrido poético, matéria de linguagem, em forma que o nomeie” (p.17).

Leminski pensava que não poderia haver arte revolucionária sem forma revolucionária. Defendia que “não é apenas no terreno do conteúdo que se deve ser subversivo e se opor ao sistema. É, sobretudo, no terreno das formas que esse trabalho deve ser feito. A forma é realmente revolucionária” (LEMINSKI apud VAZ, 2005, p. 92).

O poeta buscava um equilíbrio entre a linguagem coloquial e simples dos marginais e a visualidade dos concretos, apresentando um engajamento político:

en la lucha de classes
todas las armas son buenas
piedras
noches
poemas
(LEMINSKI apud LIMA, 2003 p. 47)

Atitudes subversivas podem ser encontradas igualmente neste haikai:

tudo dito,
nada feito,
fito e deito
(Leminski apud GUIMARÃES, 2008, p. 15)

Leminski baseou-se no ditado popular “dito e feito”, dando-lhe outra cara, modificou o sentido de coerência entre a palavra e a ação. Essa inversão “refere-se à incoerência tanto do discurso da esquerda, que fala em igualdade e democracia, mas não aceita as diferenças e se apresenta como detentor da verdade, quanto do discurso dos militares, que afirmam estar garantindo a sobrevivência da democracia e instauram um regime totalitário” (GUIMARÃES, 2008). O poeta mostra que o que foi dito não foi feito, indo ao contrário do que dizia o ditado popular. O que restou foi o ato de fitar e deitar, o que é considerado uma atitude marginal.

Outro exemplo clássico é a paródia que fez do discurso militar ufanista: “Brasil: ame-o ou deixe-o”.

Luisa Assunção



ameixas
 ame-as
 ou deixe-as
 (LEMINSKI apud BONVICINO, MELO, 1999 p. 224)

Leminski subverte o discurso militar ufanista somente alterando algumas palavras, criando uma paródia cheia de ironia.

Em sua obra, *Caprichos e Relaxos*, ele escreve:

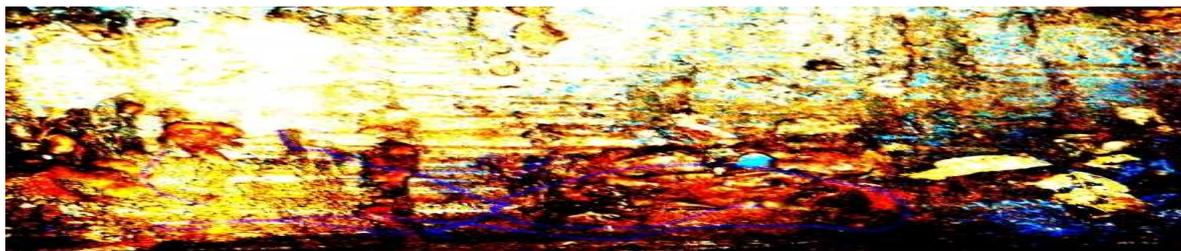
Apagar-me
 diluir-me
 desmanchar-me
 até que depois
 de mim
 de nós
 de tudo
 não reste mais
 que o charme
 (LEMINSKI, 2002, p. 54)

O autor ousa em rimar a palavra charme com desmanchar-me e, indica, entre outras coisas, “a condição marginal do poeta em sociedades pós-industriais: o que nada vale mas continua nomeando (BONCIVINO, MELO, P. 213). O poema passa uma idéia de que o homem pode ser desmanchado, aponta para a degradação do homem e, ao mesmo tempo, para a transitoriedade e a perenidade da literatura. O que fica é o “charme”, e este “charme” citado no poema, é o próprio “poema”.

A moda na época da ditadura

É de suma importância considerar que o trabalho da mulher, até o início de 1960, independente de sua classe social, era revestido de preconceitos de diversas ordens, desde a família que via com maus olhos o trabalho feminino, dos trabalhadores homens que

Luisa Assunção



buscavam preservar seu espaço preferencial na esfera pública, da variação salarial e da desqualificação intelectual que sempre as colocava à mercê dos homens (RAGO, 1997).

A moda dessa época, tanto no Brasil, quanto em outros países ocidentais, pode ser vista como antagônica, pois embora o contexto histórico atestasse um período antidemocrático, o universo da moda aparecia como industrial, democrático e individualista, como defende Lipovetsky (2000).

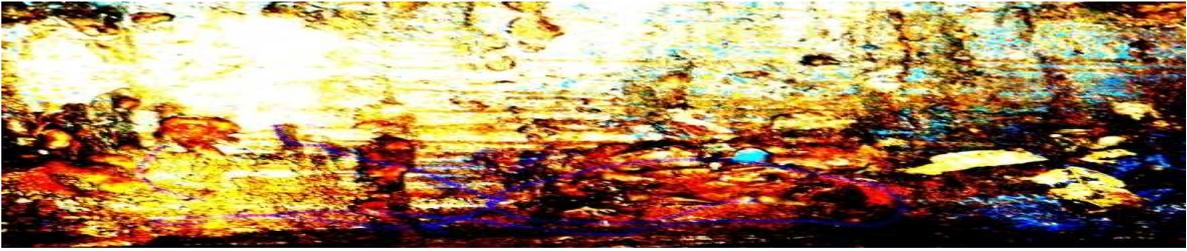
A partir dos anos 60 e 70 algumas subculturas como, por exemplo, os *hippies* e os *punks* começaram a contestar essa distinção social e a política da época. Esses dois estilos antimodas tornaram-se alvos da indústria cultural e chegaram com toda força ao Brasil.

Nos anos 70 apareceram as roupas com cortes masculinos para as mulheres. “Não mais a mocinha, mas a mulher independente, autoconfiante, determinou a moda dos anos 70, que passou a modelar a silhueta do corpo feminino, deixando as saias cobrirem os joelhos” (NERY p.257). Essa moda combinou diversas peças de indumentária como blazers, pulôveres, saias e calças, que eram usadas com muita imaginação, buscando-se um estilo individual.

Junto a isso, principalmente a moda dos jovens, voltou-se para o estilo zen oriental. Isso aconteceu depois que os Beatles viajaram até a Índia para meditar e acabaram influenciando o jeito de se vestir do mundo ocidental. De São Francisco, na Califórnia/EUA, saiu o culto flower-power hippie dos jovens, com seus jeans bordados boca-de-sino, suas amplas saias e seus cabelos compridos.

Os chamados hippies recusavam à cultura oficial. Procuravam criar espaços alternativos. “Uma parcela da juventude recusava aceitar o mundo artificial dos nascentes *shoppings centers*. Procuravam vestir-se fora do convencional, compravam adereços em brechós e feiras hippies” (CARMO,118). Era a forma de ir contra as convenções sociais e o mundo capitalista.

Nesse período, os indivíduos buscavam contestar os padrões pré-estabelecidos. No Brasil, Leila Diniz foi destaque na época da juventude rebelde dos anos da ditadura. Morta em 1972, aos 27 anos, em um acidente aéreo na Índia, Leila tornou-se um dos símbolos da



emancipação feminina pelos seus costumes: sexo livre, linguajar pouco convencional e modo de se vestir, por exemplo.

Foi na década de 60, quando começa o discurso feminista, que as imagens da moda apontaram indícios de transformações.

Até essa mesma década, a *Vogue* era uma das principais revistas femininas do mundo, com seus editoriais associando moda ao mito do glamour. Essa mudança transformou a noção acerca da fotografia de moda. De mero subproduto da indústria, com funções mercadológicas e informacionais, ela se tornou uma esfera significativa de nossa cultura visual, capaz de transmitir sentidos que extrapolavam o universo da roupa propriamente dita.

No Brasil, o marketing de moda deu um salto no início dos anos 70, com o surgimento de estilistas como Denner e Zuzu Angel, que utilizaram suas marcas e suas figuras como ferramentas de marketing para ampliar as vendas e agregar valor aos produtos.

As imagens escolhidas para esse trabalho datam de 1975 e foram retiradas da revista *Cláudia*, já referenciada. Criada em 1961, é uma das primeiras revistas de moda do Brasil e uma das primeiras a publicar editoriais de moda com a configuração similar ao da revista *Vogue* internacional.

Nas imagens analisadas percebe-se que os editoriais de moda da época não refletiam os movimentos sociais de contracultura. Estes pareciam ser autênticos quanto às atitudes e pertenciam a um universo próprio que não era incorporado pela mídia como venda e sim como evento social e cultural subversivo. Essa rebeldia aparecia em alguns meios de comunicação como um movimento de ruptura aos valores vigentes e que, portanto deveria ser combatido. Poucas eram as fontes midiáticas que apoiavam essa postura.



**NOSSA!
É INCRÍVEL
A MODA DA
DUCAL**

Se você está à procura de roupas bem esportivas e descontraídas, faça uma visita à Ducal, que tem lojas em quase todo o Brasil. Cardigãs, blusas, coletes, numa enorme variedade, deixarão você indecisa, sem saber o que escolher!

1 - Versátil e elegante, o conjunto pode ser usado no trabalho, nas compras e no cinema. O colete e o cardigã são próprios para a mesa estalado e ficam muito bem em quem tem pouco busto e cintura grossa. Por Cr\$ 198,00, nos tamanhos de 40 a 48. A saia custa Cr\$ 198,00, e a camisa, Cr\$ 74,00.

2 - Quando o modelo em veludo é indicado para um dia ou mesmo almoço formal. Fica bem nas mulheres altas e bem magras, deixando muito elegantes. A perleira e o pentecosteam por Cr\$ 998,00 e são fabricados nos tamanhos de 40 a 48. O colete custa Cr\$ 298,00. Os sapatos são da Durs e Barçil.

3 - Alegre e discreto, ao mesmo tempo, esta roupa pode ser usada de dia ou à noite, confirma os complementos. A saia, em veludo estampado, distança bem as gorduras. Por Cr\$ 498,00. O casaco, em veludo sintético, segue a linha clássica. Sapatos e carteira da Barçil e Durs.

4 - Dentro da linha house, vestido em malha, indicado para as mais altas. O modelo é fabricado nos tamanhos de 40 a 46 e pode ser usado tanto durante o dia como à noite. O colete, em malha lizada e sem mangas, tem o mesmo padrão de echarpe. O conjunto todo custa Cr\$ 878,00.

5 - Uma roupa esporte, muito elegante, para você usar quando o frio não chegar. A blusa, em li bouisé, tem gola alta. Por Cr\$ 198,00. O casaco, em malha, é sobre no quadrado, valorizandoo. Custa Cr\$ 298,00. A saia, em malha de li, custa Cr\$ 398,00. Bolsa e botas da Durs e Barçil.

Percebe-se, no exemplo analisado, que o editorial de moda da revista Claudia, não contempla nenhum elemento da contracultura hippie, porém identifica-se outros tipos de mudanças comportamentais na moda feminina. As décadas de 60 e 70 são marcos da luta da libertação da mulher, a frase "*Women's Liberation*" ("Libertação das Mulheres") foi usada pela primeira vez nos Estados Unidos em 1964. Esta atitude, é retratada no editorial de moda através de imagens onde as modelos aparecem numa postura ativa que mostram a mulher chique e independente. "Versátil e elegante, o conjunto pode ser usado no trabalho, nas compras e no cinema" (Revista Cláudia, 1975, p.31).

Luisa Assunção



MODA DA SEARS
É UMA GRAÇA!

1 - Elegantíssima, a blusa em tricô fica bem em quem tem pouco busto. Por Cr\$ 129,00. A saia, em veludo cor-tela, encontrada nos tamanhos de 42 a 48, diminui as coxas. Por Cr\$ 289,00. A carteira é do Mappin e os sapatos, em cromo e léopard, da Durá e Berçil.

2 - Indicado para as mulheres mais altas, este vestido-houssé é fabricado nos tamanhos de 40 a 48. Nos dias mais frios pode também ser usado com uma blusa de 18 por baixo. Seu preço é Cr\$ 399,00. A bolsa, em couro, é da Prada, e os sapatos e meias, da Durá e Berçil.

As imagens mostram mulheres determinadas e que parecem estar caminhando rumo ao trabalho. Observa-se na indumentária e nos acessórios a incorporação de modelagens masculinizadas: nos pulôveres, nos casacos, nas calças e nas bolsas-carteiras.

Luisa Assunção

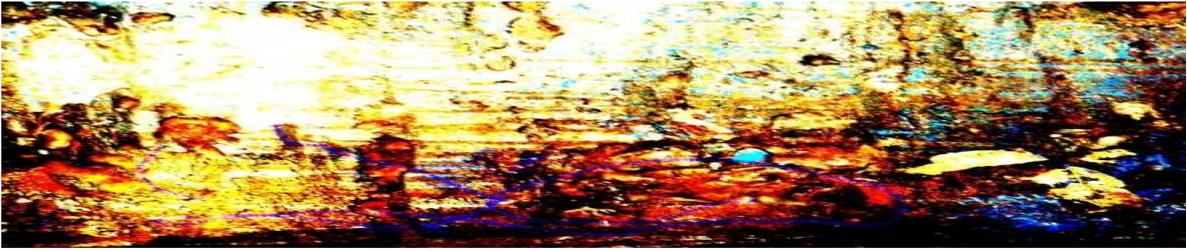


Então, com esta análise, fica reforçada a idéia da não utilização nesta revista feminina, da contracultura hippie que estava acontecendo naquele momento, mas do emprego de imagens referentes ao feminismo que também é considerado uma contracultura, portanto uma subversão.

A moda e os valores atuais

A partir do editorial de moda contemporâneo “Glamour Subversivo”, é possível perceber a noção do termo “subversão” e a noção da própria moda na contemporaneidade que passa a incorporar um outro sentido. Para explicitar essas noções utiliza-se como embasamento teórico, principalmente, o sociólogo francês Michael Maffesoli.

Luisa Assunção



Nota-se através das imagens escolhidas no editorial de moda “Glamour Subversivo”, a releitura do termo subversão.

Existe intensidade na superficialidade dos fenômenos. O sentido que não se tensiona mais em direção a um alvo distante, se “*tensiona no*” (in tendere) que é vivenciado, aqui e agora, com outros. O culto ao corpo, a importância da moda e seus top-models, a onipresença do sensorial, do emocional ou das vibrações comuns são testemunhos disso. O vínculo social torna-se mais carnal que cerebral. É uma outra forma de coerência (MAFFESOLI, 2007, p. 41).

O que outrora causava espanto, hoje em dia é aceito e considerado normal. Percebe-se isso no editorial de moda analisado no qual o comportamento da modelo passa uma idéia de rebeldia ao observador, pois esta aparece de pernas abertas, deitada com a lingerie a mostra, fumando em uma postura rebelde.



Verificou-se que os estilos de vestimentas antimodas (como os *hippies* e *punks*) nascidos respectivamente nos anos 60 e 70, tornaram-se alvo da indústria cultural, que os reproduziram como

Luisa Assunção



novos e simples “produtos culturais”, processo sintomático dos procedimentos do mercado da moda que, através de vitrines, publicidade etc., parecem oferecer uma gama de mercadorias correspondentes aos estilos e gostos de indivíduos singulares e particulares. Diante disso, todos os movimentos de caráter subversivo que emergiram em meados dos anos 60 – em particular o movimento *hippie* -, foram apropriados pelos meios de produção, de comunicação e por seus agentes, e transformados em simples objetos de consumo (TRINCA, 2005)

O movimento de naturalização do que antes era tido como “marginal” fez com que nós nos habituássemos a essas imagens. Isso indica que essas mudanças aconteceram, no universo das representações sim, mas, sobretudo, no mundo real.

As imagens do editorial de moda confirmam as mudanças sobre a noção do público e do privado no mundo contemporâneo. Segundo Maffesoli (2007), o mundo da vida privada não é mais o mesmo, a distinção entre o privado e o público, que era um dos fundamentos da vida social moderna, perdeu qualquer importância.

A modelo em “Glamour Subversivo” aparece em um sofá onde atrás se vê uma cortina fechada. Tem-se a idéia do privado, porém esse momento, ali retratado, passa a ser público no instante em que a imagem é reproduzida em massa, neste caso na revista Vogue. “Tudo tende a tornar-se “obsceno”, a ser levada a boca da cena (MAFFESOLI, 2007, p.137).



Até agora se analisou apenas as imagens presentes no editorial de moda “Glamour Subversivo”, porém é de suma importância que se leve em conta o texto que apresenta o editorial:

“Nada pode ser mais bacana que peças de jeans com pegadas anos 70, para quebrar a opulência do mix de lingerie, peles e jóias. Para sair ou ficar em casa e *tirar onda com os tradicionais padrões de elegância*” (VOGUE, 2008. p.178). [grifo meu].

“Tirar onda” com os tradicionais padrões de elegância? Sim, mas até que ponto? A idéia de subversão retratada no editorial de moda é superficial, pois nada mais é que uma teatralidade para ser vista e vendida.

Quem observa com mais vagar e senso crítico percebe outra mensagem, outro discurso. Vê-se nas imagens uma modelo magra e bela que está de acordo com o padrão da moda atual. Além disso, o glamour do qual o editorial fala também pode ser “lido” como o luxo que está ali retratado através dos objetos que se vê: cortina em veludo, sofá estilo barroco, o baú da renomada marca Louis Vuitton e o detalhe da sofisticada tapeçaria. Todos considerados objetos de luxo.

Luisa Assunção



A estética, nessa perspectiva, constitui uma das formas de manifestação mais significativas dessas comunhões cotidianas, como bem a define o sociólogo: “um meio de experimentar, de sentir em comum, e também um meio de reconhecer-se”. (MAFFESOLI, 2000 p. 108).

Segundo Monteiro (1999) “quando o consumidor decide comprar uma roupa ele está comprando sua própria alma para se refletir no outro. Está comprando também toda representação imagética de grupo que a vestimenta representa”. O vestuário apresenta o sujeito ao mundo tal como ele gostaria de ser visto.

Considerações finais

As linguagens como elementos de expressão, são espelhos de uma época. A revista feminina da década de 70 retrata um tipo de subversão bem diferente da revista atual. Na



primeira, fica clara a mensagem de uma nova mulher que surgia. Uma mulher livre, determinada e em busca de seus direitos. O editorial de moda da revista Vogue Brasil, apresenta um outro tipo de subversão, uma subversão mascarada, que faz uso de elementos que outrora foram de contestação e rebeldia para a implementação de uma subversão ao contrário, ou seja, falsa, adulterada. O objetivo é um só, a venda, e para isso é montado um cenário que tem por trás todo o glamour que a consumidora dessa revista busca encontrar.

Percebe-se, assim, que a moda é mais dinâmica nas suas proposições e a literatura parece ser mais estável. A obra de Paulo Leminski é um exemplo dessa perenidade. Sua forma de expressão literária é instigante e atemporal. Os poemas vistos aqui permanecem como uma criação, no mínimo provocativa, sempre nova.

O editorial de moda atual passa a idéia da pós-modernidade, ou seja, de uma tendência neo-saudosista que lida com releituras e re-significações de expressões culturais que foram importantes. Uma espécie de palimpsesto *high-tech* que muda segundo as últimas tendências das *fashion houses*. A obsolescência é rápida e programada, e o consumo deve ser mantido a todo custo. Haja criatividade...

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor, HORKHEIMER, Max. **A Indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas**. In **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BONVICINO Régis, MELO Tarso M. Envie meu dicionário - **Por Paulo Leminski** ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

CACASO In LIMA, Manoel Ricardo. Entre percurso e vanguarda. **São Paulo: Annablume, 2003.**

CARMO, Paulo Sérgio. **Culturas da rebeldia**. São Paulo: SENAC, 2001.

COLLING, Ana Maria. **A resistência da mulher à ditadura militar no Brasil**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

GUIMARÃES, Nanci Maria. **Leminski: Linha Mínima**/ Nanci Maria Guimarães. Rio de Janeiro: UFRJ, FL, 2008. Disponível em <<http://www.letas.ufrj.br>>. Acesso em: 14 jun 2009.



LEMINSKI, Paulo. **Distraídos venceremos**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

_____. **Melhores poemas de Paulo Leminski**. Seleção Fred Góes e Álvaro Marins. 6ª ed. São Paulo: Global, 2002.

LIMA, Manoel Ricardo. Entre percurso e vanguarda. São Paulo: Annablume, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **L'empire de l'éphémère** : la mode et son destin dans les sociétés modernes. Poche- Éditions Gallimard, Paris, 2000.

MAFFESOLI, Michel. O ritmo da vida. São Paulo: Record, 2007.

MARNI, Mauro. **A subversão do ser: identidade, mundo, tempo, espaço: fenomenologia de uma mutação**. Editora Petrópolis, 2001.

MONTEIRO, Gilson. **A metalinguagem das roupas**. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt>>. Acesso em 15 jun de 2009.

NAPOLITANO, Marcos. **Seguindo a canção: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959-1969)**. São Paulo, Annablume/FAPESP, 2001.

NERY, Marie Louise. **A evolução da Indumentária: subsídios para a criação de um figurino**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2004.

RAGO, Margareth. **Trabalho feminino e sexualidade**. In: DEL PRIORE, Mary (org.) História das Mulheres no Brasil. São Paulo: Contexto, 1997.

REBUZZI, Solange. Guerreiro da Linguagem: uma leitura das cartas-poemas de Paulo Leminski. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2003.

REVISTA CLÁUDIA, n. 165, junho de 1975.

REVISTA VOGUE BRASIL. n. 355, mar. 2008.

TRINCA, Tatiane P. - **Moda e Contracultura: uma relação paradoxal**, 2005. Disponível em <<http://www.pec.uem.br/>>. Acesso em: 15 jun 2009.

VAZ, Toninho. **Paulo Leminski: o bandido que sabia latim**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.