

ARTIGO

SEMIOSSES IDENTITÁRIAS: RETRATOS DA MODA NO ESPAÇO ESCOLAR**LAISE ZIGER BORTOLETTI¹**ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6730-6096>**IRENO ANTÔNIO BERTICELLI²**ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3498-9999>

RESUMO: O vestuário, os acessórios e o próprio comportamento fazem parte do universo da moda e se manifestam como um significativo aspecto da linguagem de comunicação pessoal, refletindo no percurso histórico-social de cada sujeito. Presente em todos os espaços, a moda caracteriza-se como um elemento indissociável do espaço escolar, ambiente este composto por sujeitos que estão construindo sua(s) identidade(s). Em vista disso, a presente pesquisa teve como objetivo geral compreender como a moda contribui para a construção das identidades no espaço escolar. Para atingir o objetivo proposto, realizou-se uma pesquisa qualitativa, descritiva e documental. Na coleta de dados foram selecionadas seis fotografias de estudantes em espaços escolares, nas quais foram analisados os signos da moda presentes nesses registros, com base na Semiótica de Charles Sanders Peirce. Pelos resultados, percebeu-se que grande parte dos estudantes se uniformiza espontaneamente, por meio do uso de camisetas, calças jeans, *legging*, agasalhos de moletom e tênis. Também foi perceptível uma individualização por meio das lavagens dos jeans, acessórios e estampas. Além disso, subentendeu-se que os grupos se formam por meio dos signos que portam, e que estes podem expor os gostos do sujeito. Nessa perspectiva, a moda apresenta-se como fundamental para que esses fenômenos ocorram e sejam apresentados para os demais indivíduos – fenômenos esses evidenciados por meio do desejo de imitação e diferenciação, ou por meio de relações de status e poder. Conclui-se que é por meio da exibição das vestimentas e acessórios portados que os jovens expõem sua(s) identidade(s), gostos e ideias.

Palavras-chave: moda e educação, identidade, uniforme escolar, espaço escolar.

IDENTITY SEMIOSIS: PORTRAITS OF FASHION IN SCHOOL SPACE

ABSTRACT: Clothing, accessories and behavior are part of the fashion universe and are manifested as a significant aspect of the language of personal communication, reflecting in the social-historical path of each subject. Present in all spaces, fashion is characterized as an inseparable element of the school space, an environment composed of subjects who are building their identity(s). In view of this, the present research had as a general objective to understand how fashion contributes to the construction of identities

¹ Mestra em Educação pela Universidade Comunitária da Região de Chapecó (UNOCHAPECÓ). Chapecó (SC), Brasil. laisebortoletti@gmail.com

² Professor da Pós-Graduação stricto sensu em Educação na Universidade Comunitária da Região de Chapecó (UNOCHAPECÓ). Chapecó (SC), Brasil. ibertice@unochapeco.edu.br

in the school space. To achieve the proposed objective, a qualitative, descriptive and documentary research was carried out. In the data collection, six photographs of students in school spaces were selected, in which the fashion signs present in these records were analyzed, based on Semiotics by Charles Sanders Peirce. From the results, it was noticed that, most of the students, spontaneously become uniformed, through the use of t-shirts, jeans, leggings, sweatshirt and sneakers. An individualization was also noticeable through the washing of jeans, accessories and prints. In addition, it was understood that groups are formed through the signs they carry, and that these can expose the subject's tastes. That is, fashion presents itself as fundamental for these phenomena to occur and be presented to other individuals. These phenomena, evidenced through the desire for imitation and differentiation, or through relationships of status and power. It is concluded that it is through the display of clothes and accessories carried that young people expose their identity(s), tastes and ideas.

Keywords: fashion and education, identity, school uniform, school space.

SEMIOSIS DE IDENTIDAD: RETRATOS DE MODA EN EL ESPACIO ESCOLAR

RESÚMEN: La ropa, los accesorios y el comportamiento son parte del universo de la moda y se manifiestan como un aspecto significativo del lenguaje de la comunicación personal, reflejándose en el camino social-histórico de cada sujeto. Presente en todos los espacios, la moda se caracteriza por ser un elemento inseparable del espacio escolar, un entorno compuesto por sujetos que construyen su (s) identidad(s). En vista de esto, la presente investigación tuvo como objetivo general comprender cómo la moda contribuye a la construcción de identidades en el espacio escolar. Para lograr el objetivo propuesto, se realizó una investigación cualitativa, descriptiva y documental. En la recopilación de datos, se seleccionaron seis fotografías de estudiantes en espacios escolares, en las que se analizaron los signos de moda presentes en estos registros, basados en semiótica por Charles Sanders Peirce. A partir de los resultados, se observó que, la mayoría de los estudiantes, se uniformaron espontáneamente, mediante el uso de camisetas, jeans, polainas, sudaderas y zapatillas de deporte. También se notó una individualización a través del lavado de jeans, accesorios y estampados. Además, se entendió que los grupos se forman a través de los signos que llevan, y que estos pueden exponer los gustos del sujeto. Es decir, la moda se presenta como fundamental para que estos fenómenos ocurran y se presenten a otros individuos. Estos fenómenos, evidenciados a través del deseo de imitación y diferenciación, o mediante relaciones de estatus y poder. Concluimos que es a través de la exhibición de ropa y accesorios que llevan los jóvenes que exponen su identidad(s), gustos e ideas.

Palabras clave: moda y educación, identidad, uniforme escolar, espacio escolar.

INTRODUÇÃO

A moda, abrangendo as esferas sociais, culturais e políticas, apresenta-se como uma forma efetiva de comunicação, na qual, por meio de linguagens, signos são emitidos em todos os espaços. Um desses espaços nos quais a moda se faz presente é a escola, cujo ambiente é de formação e de construção dos sujeitos.

Perceber o ambiente escolar e as interações que ali ocorrem é de grande relevância, já que os conhecimentos dos estudantes, bem como o desenvolvimento de suas capacidades, decorrem de um ambiente que seja saudável e favoreça a aprendizagem, em que as trocas de conhecimento devam ocorrer com plenitude, refletindo sobre a qualidade de ensino.

Na busca de repensar o espaço escolar, é necessário refletir sobre os estudantes, uma vez que são eles os personagens fundamentais para que se dê vida ao ambiente escolar. São eles que trazem humanização para a escola, além de levarem suas bagagens, as ideias e as culturas que refletiram na construção de suas identidades. Uma vez adentrando esse espaço, essas identidades vão sofrendo transformações.

Diante disso, presume-se que a experiência escolar pode sofrer influências em virtude do comportamento, da expressão e da identidade dos sujeitos. E é nesse contexto que a moda aparece no espaço escolar, uma vez que, por meio dela, ideias, valores e pensamentos são expostos, seja através da vestimenta, de acessórios ou do próprio comportamento.

Apesar da importância que a moda/indumentária encerra para a compreensão dos sujeitos e do mundo, muitas vezes é caracterizada de forma pejorativa, justaposta à futilidade e efemeridade, não sendo compreendida como elemento importante na construção dos indivíduos e na sua relação com os demais. Isso também é perceptível no campo da educação, no qual pouco se tem pensado sobre a moda e sua relação com a vivência escolar. Logo, se a moda está nesse espaço, é necessário compreendê-la através da forma como se apresenta e quais fenômenos ela produz.

Nesse sentido, este artigo, derivado de uma dissertação de Mestrado em Educação, buscou responder a seguinte questão: de que forma a moda contribui para a construção das identidades no espaço escolar? Nesse processo, questões adjacentes surgem cercando o objeto e desafiando, ainda mais, a busca pelas respostas.

Com base neste problema de pesquisa, o objetivo geral do estudo configurou-se em compreender como a moda contribui para a construção das identidades no espaço escolar. No processo de construção, a presente pesquisa vai sendo alinhavada, recortada e costurada, buscando nutrir-se de referências tanto da área da Educação como da área da Moda. Vale ressaltar que a noção de moda empregada neste estudo se baseia na sua compreensão como dispositivo social, capaz de comunicar e estabelecer o indivíduo em determinado tempo e espaço.

Todos passam pela escola e vivenciam a experiência de se inserir em determinados grupos que englobam uma série de informações não verbais, as quais estão presentes na linguagem da moda. Por isso, é necessário compreender esses estudantes, já que eles são parte fundamental para a existência do ambiente escolar, possibilitando, dessa forma, o entendimento de fenômenos sociais que ali ocorrem, por meio de signos e suas comunicações. Desse modo, trata-se de compreender e contribuir na formação dos indivíduos como seres sociais, culturais e históricos, além de colaborar com ambos os campos epistemológicos, buscando dialogar com essas duas grandes áreas, inaugurando uma fusão instigante e, para muitos, talvez, intrigante e inovadora.

O trabalho segue a teoria e o método da Semiótica de Charles Sanders Peirce, o que estabelece unidade à pesquisa, que se caracteriza, quanto ao método utilizado, como descritiva com abordagem qualitativa. Após o processo de compreensão das produções existentes e a construção de embasamentos teóricos necessários em todas as pesquisas, seguiu-se para uma coleta de dados por meio de registros, mais precisamente fotografias de estudantes no espaço escolar. Com a análise dessas imagens, a pesquisa apresenta-se como documental pela proposição de se utilizarem esses registros como fontes de informação para, através da Semiótica peirceana, receberem um tratamento analítico enquanto elementos da moda presentes no ambiente escolar.

Com uma amostragem de seis fotos de estudantes no ambiente escolar, os dados foram coletados e interpretados por meio dos signos da moda presentes nos locais (vestimentas, acessórios e afins). Essas informações foram relatadas e analisadas através da Semiótica peirceana, trazendo as categorias universais de primeiridade, secundidade e terceiridade, de forma que todos os elementos examinados passaram pelas três categorias, as quais são conceituadas e exemplificadas mais à frente. Dessa forma, os dados foram analisados e comparados, chegando-se, a partir disso, ao resultado da pesquisa e suas possíveis conclusões.

Feitas as considerações iniciais da pesquisa, apresenta-se a organização deste artigo.

Nesta parte introdutória, foram apresentados o problema, os objetivos da pesquisa, bem como a sua justificativa. Em seguida, serão apresentados os caminhos metodológicos percorridos, bem como uma explanação acerca da Semiótica peirceana.

Finalmente, adentrar-se-á em questões bibliográficas, apresentando a relação entre moda, escola e sociedade, compreendendo essa tríade como essencial no processo desta pesquisa. Em seguida, serão abordados os conceitos de identidade e seu processo de construção, refletidos no espaço escolar. Por fim, as análises e discussões bem como as considerações finais e as referências serão sequenciadas.

CAMINHOS METODOLÓGICOS E AS SEMIOSES DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada e classificada como exploratória pelo seu ensaio de aproximação com o fenômeno, e caracterizada como qualitativa, uma vez que não teve por objetivo quantificar, “[...] mas, sim, compreender e explicar a dinâmica das relações sociais que, por sua vez, são depositárias de crenças, valores, atitudes e hábitos.” (MINAYO, 2001, p. 24).

O método que permeou a pesquisa foi o documental, em razão da utilização de fotografias, obtidas nos registros digitais das escolas. As fotografias utilizadas foram obtidas em duas escolas, uma pública e outra privada, localizadas na área urbana da cidade de Chapecó, SC (região Oeste do estado). Com uma amostragem de seis registros, sendo três de cada instituição, a pesquisa empreendida baseou-se nas tríades de Charles Sanders Peirce, uma vez que se serviu do recurso da Semiótica para analisar essas imagens. Para a seleção, privilegiaram-se fotografias de alunos do Ensino Médio que estivessem no espaço escolar. Nesses registros, foram observados os elementos presentes, identificando-se os signos portados por sujeitos que cursam esse grau de ensino, em escola pública e escola privada. O critério para a escolha das escolas ocorreu por ambas possuírem considerável número de alunos no grau de ensino demarcado, oriundos não apenas da parte central da cidade, mas também dos bairros.

Cabe aqui ressaltar que esta pesquisa necessitou de adequações, principalmente em relação à metodologia utilizada, uma vez que, com o surgimento da Covid-19, considerada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como pandemia, as escolas foram fechadas, conforme Decreto nº 38.679, de 17 de março de 2020, que “Dispõe sobre a suspensão temporária das atividades da Rede Municipal de Ensino de Chapecó, dos programas e projetos desenvolvidos pelas Secretarias de Juventude, Esporte e Lazer, Cultura e Assistência Social e dá outras providências” (CHAPECÓ, 2020). Dessa forma, ficou impossibilitada a pesquisa de campo, ou mesmo a obtenção de dados a partir de arquivos físicos das escolas.

Portanto, por meio de recursos tecnológicos, foram localizadas as *homepages* das duas escolas, o que permitiu utilizar imagens publicizadas nas suas redes sociais. A princípio, foram selecionadas doze fotos, sendo seis da escola pública e seis da escola privada. Destas, num processo de refinamento, foram selecionadas seis, sendo três para cada instituição, a partir dos seguintes critérios: a) as que melhor permitissem a visibilidade dos signos presentes no espaço escolar; e, b) as datadas em que as fotografias foram registradas, possibilitando perceber similaridades e diferenças, em um mesmo período entre escola pública e privada, compreendendo jovens de um mesmo momento histórico.

Por questões éticas, os rostos dos estudantes não foram revelados, bem como seus nomes e o nome das instituições, uma vez que isso não interferiu no resultado da pesquisa para que se chegasse, enfim, à análise do que foi coletado, por intermédio da interpretação dos signos da moda observados nas vestimentas, nos acessórios e afins. Essas informações foram relatadas e analisadas com base na

Semiótica de Charles Sanders Peirce, a partir das categorias universais de primeiridade, secundidade e terceiridade. Além disso, foi utilizada uma ferramenta projetual do design, o *moodboard*, mostrando-se significativa para a melhor compreensão dos signos.

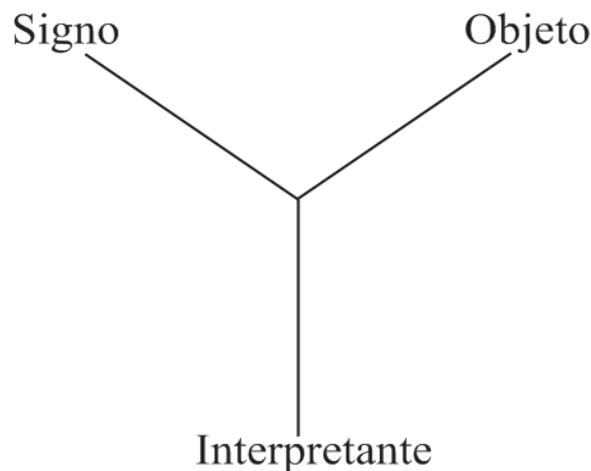
O *moodboard*, também conhecido como painel semântico, é, de acordo com Gardner e McDonagh-Philip (2001), uma ferramenta projetual basicamente visual, que utiliza colagens e composições que podem incluir imagens, desenhos e objetos para fomentar a comunicação e inspiração em processos criativos, bem como é um instrumental que otimiza o poder da comunicação gráfica e da concepção dos significados de maneira mais veloz, auxiliando no raciocínio projetual (SANTOS; JACQUES, 2009). No caso deste trabalho, essa ferramenta foi fundamental na sintetização dos signos presentes no ambiente escolar, promovendo inúmeras semioses, contribuindo, assim, para os resultados da pesquisa.

Compreendendo a Semiótica

É através do estudo da Semiótica que se tem o signo (do grego *shmei=on*, que se pronuncia “semêion”). Sem este, não se fala nada da realidade, visto que o homem é um ser simbólico, um ser de linguagem. “Nos fenômenos, sejam eles quais forem – uma nesga de luz ou um teorema matemático, um lamento de dor ou uma ideia abstrata da ciência, a Semiótica busca divisar e deslindar seu ser de linguagem, isto é, sua ação de signo.” (SANTAELLA, 1983, p. 3).

Nessa perspectiva, Santaella (1983) conceitua a Semiótica como a ciência geral de todas as linguagens. E, como teoria científica, a Semiótica de Peirce criou conceitos e dispositivos de indagação que permitem descrever, analisar e interpretar linguagens. Segundo a definição de Peirce, o signo tem uma natureza triádica:

Figura 1 – Tríade de Peirce



Fonte: Santaella (2002), (adaptado pela autora, 2019).

Os três itens utilizados na imagem anterior demonstram a tríade formulada por Peirce. O objeto tem qualidade inerente – aqui, entende-se qualidade como uma propriedade, que define uma coisa, sua essência –, porém, por meio da linguagem oriunda da relação com o sujeito, resulta na representação da realidade. Assim, apresentam-se os signos como um estímulo provido de significados.

Santaella (2001, p. 189) explicita um dos conceitos concebidos por Peirce:

Um signo intenta representar, em parte (pelo menos), um objeto que é, portanto, num certo sentido, a causa ou determinante do signo, mesmo que o signo represente o objeto falsamente. Mas dizer que ele representa seu objeto, implica que ele afete uma mente, de tal modo que, de certa maneira, determina naquela mente algo que é mediatamente devido ao objeto. Essa

determinação da qual a causa imediata ou determinante é o signo e da qual a causa mediata é o objeto pode ser chamada interpretante.

Dessa forma, o signo em si seria o representante que disseminaria a ideia do objeto, representando ao interpretante não o ser em si, mas um grupo de pressupostos e concepções do receptor. Santaella (2002) afirma que o poder evocativo, indicativo e significativo do signo não depende totalmente do interpretante. Este somente atualiza níveis de um poder já contidos no signo. Por isso, analisar, semioticamente, sugere o empreendimento de um diálogo de signos, no qual todos são signos que correspondem a signos.

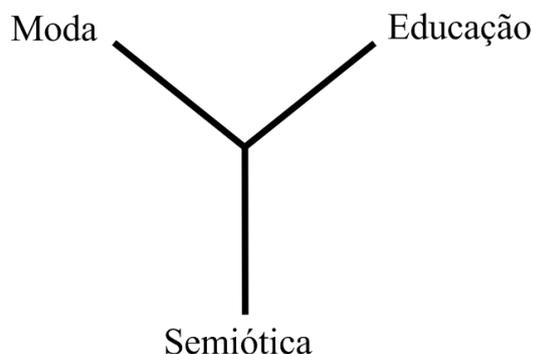
De acordo com Castilho e Martins (2005, p. 46), “[...] para a Semiótica, que se insere no quadro de teorias de comunicação e de linguagem, interessam todos os signos, verbais, não verbais e naturais; seus modos de significação, de denotação, de conotação e de informação; e todo o seu comportamento e propriedades.” No caso da Moda, o indivíduo utiliza seu corpo, escolhe os adornos para se comunicar e, através dessa comunicação, determina o diálogo com os demais sujeitos presentes na sociedade, no espaço escolar. Vale ressaltar que a comunicação aqui exposta diz respeito a uma linguagem não verbal, uma vez que não é possível estabelecer uma conversa por meio da moda, mas consegue-se, por exemplo, discernir profissões, expressar preferências por meio de cores e estampas.

Nesse contexto, a moda como forma de linguagem não verbal se apresenta como uma combinação de signos, formas, cores, por exemplo. Nesse sentido, os autores Castilho e Martins (2005, p. 44) afirmam que

É inegável a valoração, a insistência e a permanência da linguagem visual como fonte imprescindível de comunicação no mundo contemporâneo. Nessa perspectiva, a moda deve ser reconhecida como estruturada por todo um sistema visual de significados e, portanto, é importante que tenhamos subsídios para entendê-la como meio de comunicação, como linguagem e, assim, a partir disso, construí-la como expressão de significados provenientes da co-presença de linguagens significantes.

Esta linguagem não verbal está presente no campo da educação, nas escolas. No sentido exposto, pode-se pensar em uma tríade para a pesquisa em questão.

Figura 2 – Tríade das áreas do conhecimento utilizadas na pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A tríade exposta revela as três grandes áreas do conhecimento contidas no estudo: Moda, Educação e Semiótica. Essas, no decorrer do texto, passam por um processo de semiose, conceituado por Fernandes (2011) como a reprodução continuada de um sinal, que é sinal de outro e, assim, sucessivamente, uma vez que, para a Semiótica peirceana, o signo é dinâmico, pois está em movimento constante, e a semiose entra no processo de significação no qual um signo gera outro.

Nesse caso, considerando que no processo de escritas são utilizados signos que levam a outros signos, este estudo perpassa por constantes semioses, tanto para o pesquisador que escreve quanto para o leitor.

Nessa relação entre pensamento e objetos, Peirce afirma que fenômeno é “[...] qualquer coisa que aparece à mente, seja ela meramente sonhada, imaginada, concebida vislumbrada, alucinada [...] Um devaneio, um cheiro, uma ideia geral e abstrata da ciência [...] Enfim, qualquer coisa.” (SANTAELLA, 1995, p. 16). Ele organizou em três classes gerais e universais todos os fenômenos e denominou-as como *firstness* (primeiridade), *secondness* (secundidade) e *thirdness* (terceiridade). A primeiridade, segundo Peirce, significa que “Tudo que está imediatamente presente à consciência de alguém é tudo aquilo que está na sua mente no instante presente que vem de maneira imediata, que possui um caráter de apresentação.” (SANTAELLA, 1983, p. 9). Esta categoria é a do sentimento sem reflexão, do imediato, de apenas uma possibilidade. Tudo o que está instantaneamente presente na consciência de alguém, o que está na mente no instante presente. É a reação imediata, quando sinais chegam aos sentidos, de modo a desenvolver relações do passado com o presente, uma vez que o passado se reflete no presente (PEIRCE, 2005).

No universo da secundidade, Peirce explicita que todo conhecimento do mundo, dos fatos e dos aspectos mais práticos da vida humana, como abrir uma porta, lançar um balão, requer alguns segundos. Gorié (1992) indica que a secundidade ocorre toda vez que se faz um esforço, que se toma uma decisão, que se descobre algo, que se orienta no espaço ou tempo, ou quando algo é pego de surpresa. É o que dá à experiência seu caráter, sem o uso da camada mediadora da intencionalidade, da razão.

Finalmente, terceira, que aproxima um primeiro e um segundo numa síntese intelectual, corresponde à camada de inteligibilidade, ou pensamento em signos, através da qual representamos e interpretamos o mundo. Por exemplo: o azul, simples e positivo azul é o primeiro. O céu, como lugar e tempo, aqui e agora, onde se encarna o azul, é o segundo. A síntese intelectual, elaboração cognitiva – o azul no céu, ou o azul do céu, é um terceiro (SANTAELLA, 1983, p. 11).

Assim como o uso de uma camiseta estampada pode ser uma primeiridade – o que vem de maneira instantânea na consciência –, no universo da secundidade há o esforço de se compreender que a estampa representa algum time, por exemplo; por fim, na terceira, transportando-se a uma condensação entre o universo primeiro e o segundo, utilizando-se da interpretação, pode-se depreender que o sujeito que porta a camiseta talvez goste de futebol, faça parte da torcida e/ou preze pelo conforto em suas vestimentas.

Assim como afirma Peirce (2005, p. 218), “A terceira, precipita-se sobre nós em nossos próprios juízos perceptivos [...]”. Nessa perspectiva, entende-se que é na terceira categoria que se encontra a ideia de signo autêntico ou triádico. Na Moda, “[...] além de explicitar os processos de significação, a Semiótica, como dissemos, contribui para a exploração de possibilidades de estudos das bases de todas as formas de comunicação, sempre inseridas num contexto com o qual dialogam de modo explícito ou não.” (CASTILHO; MARTINS, 2005, p. 53). Em suma, dentre os paradigmas semióticos existentes, a Semiótica de Peirce é uma ciência lógica, pela qual, seguindo a sua tríade e as suas categorias universais primeiridade, secundidade e terceira, é possível analisar qualquer coisa ou situação, inclusive na Moda, visto que esta é um sistema de signos e tem uma função enquanto linguagem na cultura, na sociedade e, sem dúvida, no espaço escolar.

Na próxima seção, serão discutidas as conceituações sobre Moda, sua relação com a sociedade, bem como a relação de ambas com a escola, construindo-se, assim, uma tríade. Também serão apresentados outros debates sobre o uniforme e o corpo, os quais se fazem necessários para compreensão do todo.

TRÍADES INICIAIS: MODA, ESCOLA E SOCIEDADE

O termo moda origina-se do latim *modus* e designa “modo”, “maneira de fazer”. Nessa vereda, a palavra *fashion* do inglês remete ao francês *façon*, que significa feitio. Do exposto, Godart (2010, p. 10) conceitua: “A moda é, portanto, a maneira ou a forma de fazer alguma coisa, e em particular de vestir-se, comer, falar etc.” Posto isso, ela não compreende apenas o vestuário. Dorflès (1979) afirma

que a moda é um dos fenômenos sociais e econômicos mais importantes do nosso tempo, ademais, um dos padrões mais seguros para se medirem as motivações psicológicas e socioeconômicas da humanidade. Ela é tão importante que revela, pois, como as pessoas se comportam e o modo como se apresentam na sociedade.

Nesse sentido, outro autor fundamental no processo de compreensão da moda é Lipovetsky (2009), ao retratar a amplitude da moda, ressaltando-a como fator relevante para a sociedade e conceituando-a como um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade que pode afetar esferas muito diversas da vida coletiva.

Corroborando com o processo de conceituação, Pereira (2012, p. 4) assevera que “[...] o fenômeno da moda se expressa através de modificações progressivas que influenciam em diferentes níveis as formas sociais, os gostos e maneiras, os julgamentos estéticos e o estilo como um todo [...]”, e, nesse sentido, compreende-se que é através da moda que ocorre a manifestação dos estilos, dos gostos e das ideias, formando identidades e diferenciando os seres. A moda e a indumentária cumprem papéis sócio-culturais, na cultura. É, pois, por meio do seu signo e dos inúmeros signos portados que se permitem ler diferentes culturas, em toda a sua dimensão.

A moda não é inocente. Pode trazer à tona questões políticas, econômicas e sociais. Referindo-se às questões da sociedade, Godart (2010) apresenta a moda como um fato social total, implicando profundamente os sujeitos e seus grupos, considerando o ser humano em sua totalidade. Isso evidencia o caminho da moda pelas mais diversas áreas, revelando que esse campo multifacetado rodeia a existência da sociedade.

A vestimenta, os acessórios e a moda apresentam uma construção material da existência, com particularidades estéticas, nutridas das mais variadas camadas simbólicas e de significações. A moda apresenta-se como um fato social total que transcorre entre sujeito e grupo social e entre o fato de imitar algo/alguém, ou querer se diferenciar. Se, por um lado, existe a necessidade de se integrar em certo grupo social, em que se buscam maneiras de imitação, também há, no entanto, para que haja essa aceitação, uma necessidade de sentir a própria individualidade, de se destacar.

Por esse ângulo, Lipovetsky (2009, p. 27) explicita que “[...] a moda como sistema é que é inseparável do ‘individualismo’ – em outras palavras, de uma relativa liberdade deixada às pessoas para rejeitar, modular ou aceitar as novidades do dia – do princípio que permite aderir ou não aos cânones do momento.” Isso reforça e evidencia a importância da necessidade do individual para a existência da moda, como afirmado por Simmel (1971).

Nesse sentido, Svendsen (2010, p. 166) coopera com a reflexão, traduzindo a filosofia de Foucault ao expor que “A tarefa não é nos encontrarmos, mas nos inventarmos. Foucault vê o indivíduo como uma construção social”. Sob o prisma de Godart (2010), complementa-se o pensamento de Foucault, trazendo a moda, juntamente com outros setores, como um mecanismo que possibilita a formação desse indivíduo social: “[...] a moda, interagindo com numerosos outros campos culturais, proporciona aos indivíduos e aos grupos os sinais para que eles construam sua identidade [...]” (GODART, 2010, p. 34).

À luz disso, vale acrescentar que, no processo de construção de identidade do indivíduo social, este frequenta vários ambientes que interferem direta ou indiretamente nesse processo. Nessa perspectiva, um desses espaços que pode ser considerado um dos mais relevantes é a escola, a qual se configura como um círculo de relações, que, segundo Silva (2012), além de ser ambiente de aprendizagens de diferentes saberes, também é um espaço de construção de normas e valores. É nesse ambiente de transmissão de conhecimento, no qual os estudantes têm de respeitar normas, que se dá início à criação de uma rotina.

Além de suas atribuições como um instrumento na geração de conhecimento, a escola visa à produção de socialização, constituindo, de acordo com Silva (2012), um espaço institucional, palco das diversas interações, sobretudo entre os intervenientes, professores e alunos, e na relação entre eles. É importante que se compreendam essas relações, uma vez que, segundo Costa e Pires (2006, p. 63), “[...] os jovens têm no espaço/tempo escolar, para além da sala de aula, um momento importante: trata-se do momento de construção das relações sociais com múltiplas mediações e interesses, voltados para as necessidades pessoais e os vínculos sociais afetivos.”

Assim, compreender esse espaço, bem como os fenômenos sociais que ali ocorrem, é de extrema relevância, uma vez que é nesse ambiente que se dá a construção das relações sociais, e a moda pode se apresentar como fundamental na constituição dos processos de comunicação entre os jovens.

Nessa lógica, a escola não pode ignorar essa comunicação, pois, dessa forma, os estudantes podem contribuir na estruturação coletiva e não apenas cumprir regras estabelecidas. O espaço deve permitir a construção da sociabilidade, das identidades, proporcionar um sentimento de pertencimento, respeito ao próximo e de liberdade de expressão, em que a moda pode se caracterizar como um elemento importante nos processos que são inerentes à constituição dos indivíduos.

Deve-se levar em consideração, também, que os estudantes costumam passar boa parte da sua adolescência no espaço escolar, uma vez que, em sua maioria, permanecem na escola por pelo menos um turno, durante cinco dias na semana.

Não se pode falar da relação da escola com a moda/indumentária sem se lembrar de um signo muito importante: o uniforme escolar. Dentro do contexto escolar, o uniforme é objeto de muitos debates. Houve, segundo Araújo, Silva e Schemes (2013), por intermédio do uniforme, a padronização e a identificação dos(as) estudantes. Com relação a isso, alguns questionamentos surgem: essa padronização se imporia para minimizar as desigualdades? Essas desigualdades seriam realmente minimizadas? Ou os estudantes se serviriam de outras formas para se diferenciar? Ou, mesmo, o uniforme diferenciado entre uma escola pública e uma escola privada traria desigualdades do mesmo modo? A identificação dos(as) estudantes através do uniforme seria algo positivo, no que diz respeito à segurança, ou se refere somente à imposição de como devem ser ou agir, inibindo os(as) estudantes na busca de sua identidade?

Esses são questionamentos sobre os quais é necessário refletir. O intuito não é perceber o uniforme como algo positivo ou negativo, mas compreender, sobretudo, como esse signo se apresenta e se reflete na escola. Corroborando para isso, Beck (2014) explicita que o uniforme serviu para identificar, controlar e padronizar os alunos nas escolas, no decorrer da história, em instituições que o utilizavam e o utilizam até hoje.

Porém, Ribeiro e Silva (2012, p. 579) ressaltam que “[...] a prática de uniformização transformou-se num elemento fundamental para a construção de um sistema educativo baseado no ideal de igualdade de oportunidades para todos, ainda que muitas vezes essa igualdade seja mais prática do que efetiva.” Esse fato baseava-se na ideia de que o uniforme seria um instrumento positivo para controlar a discriminação ou quaisquer situações constrangedoras envolvendo os estudantes, devido à maneira de estarem vestidos; todavia, essa realidade não os isentava dessas possíveis ocorrências.

A utilização do uniforme visava a segurança do estudante, pois, uniformizado, seria reconhecido facilmente em qualquer local; também se buscava dar, com o seu uso, um caráter de disciplina, “[...] condição *sine que non* para que o aluno começasse a se engajar no contexto social através da aceitação de imposições regulamentares, para que se acostumassem desde logo a obedecer às regras de convívio na sociedade.” (LONZA, 2005, p. 22).

Esse fardamento pode exercer diversas funções. Lonza (2005) traz a ideia dos uniformes como roupas especiais com diversas funções. Além de envolver desde fatores relacionados à segurança e proteção do usuário, ele também traz à tona questões de personalização e identificação, além de ser um recurso de identidade visual ou recurso publicitário, que pode se tornar um meio de divulgação da marca (da instituição de ensino).

Nesse sentido, Lonza (2005) chama a atenção para a vastidão da discussão a ser feita pelo simples elemento de uniformização, pois, se por um lado, estes artefatos trazem uma demarcação dos corpos, de certo modo determinam comportamentos esperados dos estudantes. Como argumenta Foucault, em seu livro *Vigiar e Punir* (1987, p. 118), “[...] não é a primeira vez, certamente, que o corpo é objeto de investimentos tão imperiosos e urgentes; em qualquer sociedade, o corpo está preso no interior de interesses muito apertados, que lhe impõe limitações, proibições ou obrigações.”

Afinal, um corpo não é apenas um corpo: vai além de seus músculos e ossos. Segundo Goellner (2003), ele é também a roupa e os acessórios que o adornam. Não são as similaridades biológicas que o determinam, mas os significados culturais e sociais que a ele se atribuem. Logo, o corpo é a primeira base para estabelecer relações com os outros.

É o responsável por conectar o ser com o mundo que este habita. Mídia de si mesmo procura divulgar aspectos e características do que somos, do que podemos vir a ser, segundo o que é valorizado frente a determinado grupo social. O objetivo primeiro é de capturar o olhar do Outro, por meio da divulgação de mensagens construídas por infinitos discursos possíveis ao corpo, enquanto mídia primária da comunicação. (RAMOS, 2006, p. 2).

Nessa perspectiva, o corpo é a forma de comunicação e expressão com as pessoas, com os grupos e com o mundo. Cabe aqui ressaltar que, em certos situações, o corpo não é apenas um receptáculo da moda, mas, em certos momentos, também foi ditado pela moda. Vale lembrar que muitos corpos já foram torturados por conta de uma padronização, em que o corpo considerado certo era o corpo exibido nas passarelas, nas revistas, na televisão. Atualmente, percebe-se que há maiores possibilidades de escolha. “A beleza no contemporâneo é mais democrática, no que diz respeito a peso, tamanho ideal dos seios, corte de cabelo.” (RÖHRIG, 2001, p. 106). Apesar de ainda existirem casos de preconceito com relação a determinados tipos de corpo, com a entrada dos modelos *plus size* no mundo da moda, percebe-se um novo momento, em que o mercado se abre para novos corpos. Dessa forma, inicia-se lentamente um processo de valorização do diferente. O corpo é respeitado e provoca certas reflexões.

A moda pode ser entendida como uma forma de dar ao indivíduo um sentido à sua existência no mundo, por meio da concepção de uma ideia de pertencimento, quase sempre utilizando o corpo como meio de resistência ou na concepção de corpos que são moldáveis e resilientes. Além disso, o andar, a postura, os movimentos e a forma de se vestir também podem ser captados como comunicação corporal, uma maneira de se expressar.

Desse modo, tanto o corpo quanto a moda/vestimenta são de extrema importância na construção identitária do indivíduo, refletindo, diretamente, na construção social. Os tecidos, cores e formas servem como linguagem na sociedade. No que diz respeito à Semiótica peirceana, conforme mencionado anteriormente, a moda apresenta-se como um processo de significação. Fazendo parte de uma área cheia de simbolismos e signos, Godart (2010, p. 14) argumenta que, “Além de a moda ser uma atividade econômica pelo fato de produzir objetos, ela é também uma atividade artística porque gera símbolos”.

Para a área da Moda, a criação de significações é de notável relevância, tanto na questão dos estilos quanto das identidades dos sujeitos e dos grupos aos quais pertencem. Assim, no ato de cobrir e descobrir o corpo com a vestimenta, com os adornos, pode-se produzir um sistema de significação em que existe um caráter simbólico. “Segunda ou primeira pele, a moda significa, discursiviza e manifesta traços de identidade do sujeito, assim como a sua subjetividade.” (CASTILHO; MARTINS, 2005, p. 55). A moda está, portanto, presente no estabelecimento da identidade social do indivíduo.

A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

Atualmente, é muito complexo estabelecer um conceito conclusivo de identidade. Essa conceituação é realizada por Silva (2014, p. 74) ao afirmar ser, a identidade, simplesmente aquilo que se é – “sou brasileiro”, “sou jovem”. Ele a concebe como uma positividade, em que só há referência a si própria, é autocontida e autossuficiente.

De acordo com Reis, Santos e Souza (2015 p. 5), a identidade “[...] passa a ser construída pelos próprios indivíduos no decurso de suas trajetórias de vida”, isto é, a identidade vai sofrendo transformações de acordo com os acontecimentos sociais ou culturais em que o indivíduo está inserido. Hall (2006) enfatiza isso ao asseverar que o sujeito pós-moderno não tem uma identidade fixa, pois é transformado de forma contínua pelos sistemas culturais pelos quais está cercado. Nessa lógica, a identidade é formada pela junção entre indivíduo e sociedade, mudando, na maioria das vezes, de forma inconsciente, de um modo que inclui a identificação reconhecida pelos outros e a identificação própria.

A difusão das informações através dos avanços tecnológicos proporcionou uma facilidade de acesso às diferentes realidades. Isso interfere na constituição das identidades, como afirma Pontes

(2013, p. 2): “Nesse mundo contemporâneo de mudanças velozes e domínio da imagem como linguagem por meio da internet e da mídia, a moda movimenta consumidores e economia, interferindo diretamente no dia a dia do sujeito e na constituição da sua identidade”. Inegavelmente, em um contexto de mundo em que as imagens, as notícias, a comunicação em si, assumem uma proporção cada vez maior, a identidade do indivíduo sofre permanentes interferências, incidindo, diretamente, sobre as relações entre o sujeito e o grupo.

Dessa forma, “O sujeito identifica-se através do desejo de ser em contraponto com o sentimento de pertencimento a determinado grupo. Tudo isso orienta o sujeito na direção do consumo e de uma multiplicidade da própria identidade.” (PONTES, 2013, p. 2). Tal argumento reforça a ideia de que a identidade vai sofrendo modificações de acordo com as informações que o sujeito consome e os lugares que frequenta.

Silva (2014) produziu uma reflexão acerca da identidade. Ele a conceitua como uma afirmação, logo, percebe-se que deriva de uma extensa cadeia de negações, de diferenças – ao afirmar “sou brasileiro”, por conseguinte, “não sou peruano”, “não sou chinês” e assim por diante. A confirmação da identidade e a exposição da diferença podem traduzir e enunciar relações de poder.

O sujeito pós-moderno não é mais alguém com uma identidade única e fixa, mas com várias identidades, provisórias e variáveis. O indivíduo assume distintas identidades no decorrer da vida, que são modificadas de acordo com o que vive, as culturas que o rodeiam, as relações que mantém no decorrer da vida.

Lipovetsky (2009) expõe a questão histórica da identidade quando afirma que, em tempos passados da história da humanidade, o indivíduo tinha sua identidade pré-estabelecida por seu ambiente de nascimento e a classe à qual pertencia. Nesse sentido, Hall (2006) e Lipovetsky (2009) compartilham da mesma percepção: no mundo contemporâneo, algumas mudanças significativas podem ser observadas como a multiplicidade de identidades que o indivíduo pode assumir, uma vez que, segundo Hall (2021), o sujeito pós-moderno pode ser conceituado como um indivíduo não possuidor de uma identidade fixa, essencial ou permanente.

Desse modo, no movimento de construção, o indivíduo pode trazer características que o fazem pertencer a determinados grupos e o afastam de outros. Nesse processo, levando-se em consideração as relações de poder, emerge o movimento de incluir-se ou excluir-se. Isso ocorre nos mais variados espaços, inclusive no espaço escolar.

Nessa perspectiva, Lopes (2009) afirma que inclusão e exclusão são composições de um mesmo jogo, pois, enquanto as instituições de ensino garantem o acesso e o atendimento a todos, mostrando-se incluídas, em seu percurso de processos de comparação e classificação acabam por se manterem como um ambiente excludente. Desse modo, compreende-se que o mesmo espaço que inclui pode ser o que exclui. E esse processo está intrinsecamente ligado à afirmação de identidade e explicitação da diferença: ora, “[...] dizer ‘o que somos’ significa também dizer ‘o que não somos.’” (SILVA, 2014, p. 82).

Os sujeitos contemporâneos encontram-se em um processo contínuo de afirmações e negações. Na busca dessa construção, encontra-se a representação. Hall (1997) explica que a representação é construída por meio do significado que se dá às coisas que são usadas, faladas, pensadas e sentidas.

O surgimento de sua significação resulta não das coisas em si, mas das linguagens que são expressas a partir delas, isto é, “[...] a linguagem está no centro da expressão da representação, quando comunicamos expomos ao mundo nossos significados” (REIS; SANTOS; SOUZA, 2015, p. 5). As linguagens estão presentes no cotidiano, sejam elas verbais ou não verbais. Segundo Santaella (1983, p. 2), “[...] existe simultaneamente uma enorme variedade de outras linguagens que também se constituem em sistemas sociais e históricos de representação do mundo.” Quando se usam as linguagens, elas trazem consigo uma série de significações.

Uma dessas linguagens é a visual, que se caracteriza como uma fonte indispensável de comunicação no mundo atual. A moda é uma das áreas estruturantes para a existência de um sistema visual de significados. É importante compreendê-la como meio de comunicação e de linguagem. O

sujeito se veste pensando na forma como será visto pelo outro. Nesse sentido, a moda funciona como um espaço de possibilidades, que permite se encontrar, inventar-se e reinventar-se.

O ato de decorar o corpo implica a criação de várias narrativas que geram novos processos válidos para um determinado grupo. Castilho e Martins (2005, p. 35) afirmam que “Podemos dizer que cada corpo se presentifica como construção cultural que se contextualiza com a natureza a seu redor, com os significados atribuídos e legitimados pelas escolhas de seu grupo social”, sendo que a formação desses grupos sociais ocorre através da linguagem, da comunicação. O ser humano, quando está se constituindo socialmente e culturalmente, acaba por produzir linguagens.

As linguagens estão no mundo, e os seres humanos estão na linguagem. E em meio a essas linguagens, as identidades dos sujeitos e dos grupos sociais são reveladas. A inserção de um sujeito em determinado grupo se dá por meio da comunicação, da expressão de sua identidade.

A moda apresenta-se como linguagem para a identidade ser revelada. O que um sujeito veste diz muito sobre ele, sejam roupas, calçados, ou os símbolos contidos em um *piercing*, um crucifixo. Um exemplo do poder que uma vestimenta exerce é dado ao se assistir a um filme ou a uma novela: os personagens possuem seus figurinos, nos quais cada detalhe é pensado, pois, nesse caso, tudo gera comunicação para que, dessa forma, os atores se transformem e assumam identidades, por vezes extremamente distintas das que realmente carregam, e passem para o telespectador uma determinada realidade ou fantasia.

Assim, a moda gera, como produtora de significados, através de suas roupas, “códigos comunicativos”, de acordo com Costa e Pires (2006, p. 58). Atualmente, percebe-se uma forte cultura da imagem, pela qual, através desses códigos, o sujeito se manifesta, se mostra para o mundo e revela o seu eu. “Ao vestir-se, dirás quem és”. Nesse processo, procura-se fundar a identidade levando-se em consideração aquilo que cerca o indivíduo, aquilo a que se tem acesso, principalmente por meio de signos; e, por meio destes, que identidades são construídas quando, então, o sujeito revela quem é.

A significação da moda traduz os objetos concretos, trazendo uma dimensão cultural e social. “Símbolos são centrais para toda conformação de identidade, quer se trate de um crucifixo, um *piercing* ou um traje nacional. Esses símbolos têm de significar e ajudar a dizer alguma coisa sobre a pessoa que os usa.” (SVENDSEN, 2010, p. 70). Assim, a moda insere-se nesse contexto, segundo Godart (2010, p. 14): “[...] ela não apenas transforma tecidos em roupas, a moda gera objetos portadores de significado”. Além disso, “Como os demais discursos sociais, a moda concretiza desejos e necessidades de uma época, circunscrevendo os sujeitos num determinado espaço de significação.” (CASTILHO; MARTINS, 2005, p. 28). Nesse sentido, a moda expressa essas significações e evidencia a identidade do indivíduo.

Ciente disso, por intermédio de um conjunto de características, o sujeito sente-se pertencente a um grupo, além de trazer consigo sua própria individualidade. Conforme Godart (2010, p. 33), “A moda é, [...], um elemento essencial na construção identitária dos indivíduos e dos grupos sociais”. Ramos (2006, p. 5) complementa:

A moda estabelece a identidade social do indivíduo. A forma de se vestir é uma forma de expressão, uma manifestação particular, e identifica a pessoa como integrante de certa época, de um certo grupo social, de uma certa profissão. O vestuário compõe, juntamente com outros atributos pessoais, o perfil das pessoas, inclusive, refletindo estados de espírito [...].

A moda está ligada ao processo de busca de uma identidade corporal, uma vez que as vestimentas são uma sequência do corpo. A moda nutre-se de todos os sinais identitários e, segundo Godart (2010, p. 24), é a partir deles que fenômenos, como de diferenciação e imitação, ocorrem; porém, explicita que “[...] a identidade social não é imediatamente perceptível, exceto em alguns casos específicos, como o momento em que sinais são levados no próprio corpo e são visíveis para todos que observam.” Ademais, Pereira (2012) acrescenta que as identificações se encontram em constante construção a partir do convívio com outras pessoas e grupos, e é através dessas identificações entre as pessoas que a comunicação se estabelece e os grupos são formados.

Vale ressaltar que o espaço escolar é um ambiente importante na formação da identidade desses sujeitos, bem como essa(s) identidade(s) “provisória(s)” podem definir seus grupos de amigos e

explicitar seus gostos e o que consomem. Costa e Pires (2006) alegam que uma das circunstâncias que podem ser verificadas quanto à constituição dos grupos nas escolas é o uso da moda/indumentária como símbolo de comunicação, distinguindo-se pelas cores, modelos e acessórios portados.

Para compreender as identidades presentes no ambiente escolar, é fundamental entender os jovens que compõem esse espaço. Nesse sentido, é necessário perceber como os indivíduos vivem a juventude para estabelecer uma relação entre a cultura e a juventude, a pluralidade de expressões culturais que surgem da vivência dos grupos juvenis. Isso será tratado a seguir.

O jovem no espaço escolar

A identidade, por ser inerente aos sujeitos, está presente em todos os locais, em sua casa, em espaços de lazer, em igrejas; e, na escola, não é diferente. A identidade acompanha o indivíduo e pode sofrer alterações em determinados locais.

Os jovens da atualidade são muito diferentes dos jovens de antigamente. Antes, a maioria era induzida a seguir as escolhas que os seus pais faziam; hoje há uma liberdade muito maior, em todas as áreas da vida, para que os próprios jovens façam suas escolhas, decidam seus projetos e experimentem novas possibilidades.

Este período, de maior liberdade para os jovens, segundo Camacho (2004), histórica e socialmente vem sendo compreendido como uma fase de vida. No entanto, percebe-se uma certa instabilidade, pois ora se conferem atributos positivos para essa juventude, como a responsabilidade pelas mudanças sociais, ora cai sobre os jovens uma chancela negativa, por considerá-los “problemas”, tachando-os como irresponsáveis (devido a problemas de violência, envolvimento com drogas, gravidez precoce, dentre outras características da sociedade nessa faixa etária).

Hoje, ser jovem é, de certa forma, um atributo de prestígio, o que anteriormente não acontecia. O período da juventude era, antes, apenas um tempo de espera para se chegar à vida adulta, para que, então, se iniciasse o momento de experimentar as coisas boas da vida. Atualmente, essa fase adulta se mostra carregada de obrigações, diferentemente do período de juventude, que possibilita viver diferentes experiências. É nesse sentido que é perceptível um processo de juvenização da cultura. Isso é percebido quando as mídias argumentam que usar determinada peça de roupa deixa o sujeito mais jovem; ou quando a área dos cosméticos, com suas fórmulas, preconiza o fim das linhas de expressão, enaltecendo o rejuvenescimento, o que contemplaria uma grande parte da população que busca constantemente parecer mais jovem.

A multiplicidade de identidades, bem como uma difícil definição de juventude e de como ela opera, na atualidade, traz consigo dificuldades para se compreender o indivíduo. Diante disso, muitas vezes, o jovem aluno acaba sendo entendido como um ser destituído de identidade.

Ao mesmo tempo que nem conseguem expressar quem é esse sujeito denominado aluno, os profissionais da educação também não conseguem reconhecê-lo como um sujeito que tem direitos a uma escola que realmente ensina, que seja democrática e respeitosa de sua identidade de aluno, de pessoa e de jovem. (CAMACHO, 2004, p. 337).

Dessa forma, os jovens que tentariam outras formas de ser, sentir e agir se tornariam incompreensíveis para os pais e professores. Nessa perspectiva, Reis, Santos e Souza (2015) demonstram que é preciso refletir sobre as mudanças que ocorreram na sociedade e perceber o que a escola deve fazer, para que corresponda de forma mais efetiva às exigências dos jovens, que transitam em dois mundos “como jovens e como estudantes, mas que muitas vezes parecem totalmente separados: a escola e fora dela” (REIS; SANTOS; SOUZA, 2015, p. 15). Nesse contexto, Green e Bigun (1995) já afirmavam a premência de se compreenderem os novos estudantes, com suas novas necessidades e capacidades, teorizando sobre a juventude contemporânea como um fenômeno de complexidade.

Os jovens precisam ser reconhecidos por suas identidades, suas culturas juvenis, seus modos de expressão, para que, dessa forma, o diálogo entre professores e alunos seja favorecido, bem como se fortaleça a autoestima dos estudantes, e, então, as relações como um todo sejam beneficiadas. O que

muito se presencia, no espaço escolar, é um sistema imposto que obriga os indivíduos a se adequarem, gerado por questões políticas, sociais ou culturais que sustentam e alimentam uma relação de amor e ódio dos jovens em relação à escola.

Silva (2014, p. 99) expõe que “[...] a estratégia talvez mais comumente adotada na rotina pedagógica e curricular das escolas, [...] consiste em apresentar aos estudantes e às estudantes uma visão superficial e distante das diferentes culturas.” Dessa forma, um indivíduo com características diferentes é observado com curiosidade, como um ser exótico. Com efeito, não se questionam as relações de poder que estão envoltas na produção da identidade e da diferença cultural, não se reconhecendo como legítimas as múltiplas identidades da juventude para a comunicação nos espaços escolares.

Em virtude disso, Camacho (2004, p. 338) assevera que a escola acaba ignorando o aluno enquanto sujeito social, desconsiderando o jovem que se constitui num sujeito de direitos. Assim, é admissível pensar que a escola, por vezes, não tem a capacidade de construir relações condizentes com as características e linguagens de seus jovens alunos, o que desencadeia rupturas, às vezes irreversíveis, entre o mundo juvenil do estudante e o mundo escolar. Ainda nesse sentido, Green e Bigun (1995) argumentam que os estudantes, frequentemente, veem os educadores como alienígenas, da mesma forma como o fazem os educadores em relação aos estudantes. É necessário que a escola se inteire mais sobre o cotidiano dos jovens, suas realidades, suas identidades, e sobre como eles se comunicam através dela.

Há, ainda, alguns contextos importantes que devem ser observados, atentando-se para a participação da escola na construção da identidade dos jovens alunos. Ao adentrar no espaço escolar, o aluno já é fruto de um conjunto de experiências sociais e,

Na escola e na sala de aula, um jovem não deixa para traz [sic] seus modos de se expressar como jovens, apreendidos em outros espaços sociais, do mesmo modo, esses trazem consigo os desafios de desvendar as lógicas específicas do espaço escolar e precisam aprender, na escola, as exigências construídas especificamente sobre os seus modos de se relacionar com os outros e de aprender a valorizar-se nesse espaço. (REIS; SANTOS; SOUZA, 2015, p. 14).

No entanto, quando os jovens não se percebem reconhecidos em seus potenciais, quando não lhes é permitido se expressarem, eles não se sentem valorizados, e a experiência escolar pode ser, então, encarada como algo negativo em relação ao seu processo de construção da identidade.

Nesse sentido, a escola deve ser, conforme Costa e Pires (2006, p. 64), “[...] um espaço de encontro, de estímulo à sociabilidade, que permita vivenciar a construção coletiva das normas, criando estratégias de acesso, pertencimento, permanência e qualidade, pautadas no respeito ao outro e na inclusão de todos”, para que cumpra não apenas seu papel na produção do conhecimento, mas também na construção humana, de uma história pessoal e social a partir das diferentes culturas, valores e identidades.

ANÁLISES E DISCUSSÕES

O *moodboard* a seguir traz os signos da moda presentes no espaço escolar, de acordo com as fotografias analisadas. Ele, dessa forma, permite que se compreendam, de maneira mais prática, os signos que estão presentes nas seis imagens.

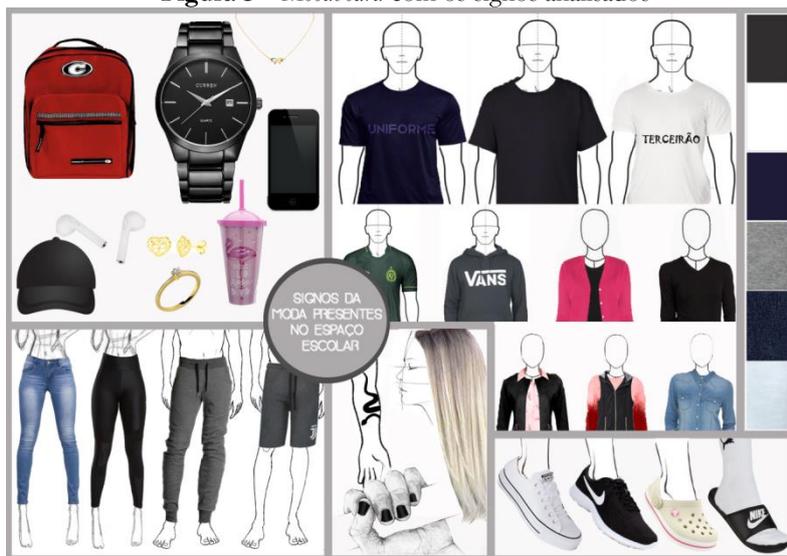
Tais signos foram assim divididos: na parte superior do lado esquerdo, encontram-se os acessórios como mochila, relógio, colar, brinco, celular, boné, fones de ouvido, brincos, anel e um copo. Ao lado, estão presentes os *tops*³, relacionados a partir dos que apareceram mais frequentemente nas imagens para os que menos apareceram. Assim, visualizam-se as camisetas: do uniforme, as camisetas pretas, com estampa com o escrito “Terceirão”, de times, agasalho de moletom, cardigã, blusa preta, camisa com jaqueta, blusa com colete e camisa jeans.

³ *Top*: termo utilizado para se referir às peças usadas na parte superior do corpo, como camisas ou camisetas. Já o *bottom* corresponde às peças utilizadas na parte inferior do corpo, a exemplo de calças e calções.

No canto inferior, do lado esquerdo, são apresentados os *bottons*, sendo eles: calça jeans, *legging*, calça de moletom e calção. Ao lado, apresentam-se outras manifestações estéticas sobre o corpo, como tatuagem, esmalte e cabelos descoloridos. No canto inferior, à direita, estão os calçados: tênis casual e esportivo, *Crocs* e chinelo (com uso de meia). Por fim, do lado direito, encontra-se a cartela de cores mais usadas, nesse caso, preto, branco e azul escuro; e, abaixo, os tecidos: moletom, jeans e malha.

Por meio das seis fotografias, três da escola pública e três da escola privada, foram analisadas as vestimentas de noventa estudantes (sete outros estudantes também estavam nas fotografias, porém a posição em que se encontravam não possibilitou a análise de nenhum elemento, uma vez que só se viam pequenos fragmentos de seus corpos). Foram analisados 81 *tops*, 60 *bottons*, 32 calçados e 33 itens, entre mochilas e acessórios.

Figura 3 – *Moodboard* com os signos analisados



Fonte: Elaboração da autora (2020).

A partir da análise desses signos, percebeu-se, nas escolas públicas, o pouco uso do uniforme escolar – dos 46 estudantes observados, apenas dois faziam uso dessa indumentária, revelando uma maior liberdade de expressão entre os estudantes. No caso da escola privada, dos 51 sujeitos observados, apenas 26 utilizavam o uniforme, um utilizava camiseta da turma, a qual também fazia referência à instituição de ensino; não houve possibilidade de visualizar, nas fotografias de 15 alunos, se eles usavam ou não o uniforme escolar; e nove usavam casaco ou agasalho em moletom, que não faziam referência ao uniforme escolar.

Nesse sentido, presume-se que os estudantes da escola pública não gostam do uso do uniforme, seja por questão de estética, seja pela falta de diversificações do fardamento, ou por poderem expressar, sem o uniforme, suas identidades por meio dos signos da moda. Isso também pode ser explicado pelo fato de o uniforme não ser fornecido gratuitamente, e sim demandar a compra, o que, para a realidade de alguns estudantes, implica a impossibilidade de adquiri-lo. Na escola privada, por sua vez, os estudantes, em sua maioria, fazem uso do uniforme escolar.

O uniforme pode se caracterizado como um elemento de status, representando, talvez, o orgulho de portar um traje vinculado a determinada instituição de ensino particular, frequentada, geralmente, por alunos de um nível socioeconômico mais alto; isso pode, por outro lado, trazer uma sensação de inferioridade para alguns que não têm condições de estudar na mesma instituição, a exemplo de alunos de uma escola pública.

Um dos motivos para que se implantasse o uso do uniforme escolar foi a ideia de que este poderia diminuir a sensação de qualquer desigualdade. Isso é exposto por Ribeiro e Silva (2012, p. 582): “Ao se constituírem como símbolos de padronização, os uniformes foram considerados um elemento fundamental para a construção de um sistema educacional que postulava uma educação igual para todos.” Dessa forma, os estudantes incorporariam a ideia de que todos teriam as mesmas oportunidades.

Apesar dessa ideia de padronização trazida por meio do uniforme, possibilitando diminuir possíveis desigualdades encontradas no espaço escolar, os mesmos autores explanam que “É possível que o desejo de dar visibilidade a uma ação governamental ou a um empreendimento privado se sobreponha, em muitos momentos, à intenção de oferecer oportunidades iguais e minimizar diferenças que estariam mais expostas sem o uso de tal fardamento.”(RIBEIRO; SILVA, 2012, p. 587). Portanto, existe uma ambiguidade: se, por um lado, o uniforme pode minimizar diferenças, por outro, pode fornecer um possível status social enfatizando as desigualdades.

O uniforme traz em si mesmo uma forma de identidade visual da escola e acaba por refletir sua filosofia e linha pedagógica. É como se os estudantes fossem *outdoors* que se locomovem, pois, de certa forma, há uma propaganda da instituição. Seriam os uniformes uma forma de gerar corpos dóceis, como afirmava Foucault? No sentido de demarcar os corpos e sugerir a que posições os estudantes deveriam se sujeitar, o uniforme seria, então, uma forma de a escola disciplinar e demonstrar o que se espera do comportamento dos alunos? Alguns traços ficam evidentes a partir da análise das cores utilizadas para o uniforme das instituições: branca na escola pública, azul e branco na escola privada – ambas as cores remetendo à tranquilidade, concentração, limpeza e inteligência. O uso dos uniformes também pode auxiliar no quesito segurança dos alunos, pois dificulta que intrusos adentrem o espaço escolar, além de poder preservar os alunos em algum caso de perigo vivenciado pelos estudantes dentro e fora da escola.

A motivação para o uso de agasalhos e jaquetas, entre os nove estudantes da escola privada, pode estar relacionada ao fator climático, mas também pode indicar a intenção de esconder o uniforme; o uso de cardigãs coloridos, como verde e rosa, cores que não fazem parte da uniformização, nem são cores neutras, também indica essa intencionalidade. Talvez esses estudantes não consigam se expressar da maneira como gostariam; dessa forma, utilizam essas roupas sobre o uniforme, e em cores mais chamativas, para poder expor suas ideias e gostos, sua identidade, de uma maneira mais efetiva.

Diante das imagens analisadas, e levando-se em consideração que, na escola pública, os estudantes podem fazer – ou não fazer – uso do uniforme, o fato de muitas vezes não o fazerem sugere que isso acontece ou por mera opção ou por falta de condições financeiras para sua aquisição. Nessa perspectiva, presumindo que o não uso fosse apenas por opção, cada indivíduo buscaria expressar sua individualidade e características próprias, na construção do seu próprio “eu”. Afinal,

Todas as sociedades, desde aquelas que se organizam da forma mais simples às mais complexas, possuem diferentes formas e canais de comunicação: da fala à escrita; do corpo aos gestos; das roupas, adereços e artefatos às imagens. A linguagem surge a partir da necessidade humana de se comunicar (COSTA; PIRES, 2012, p. 57).

Em meio a essa comunicação, os estudantes estão na construção da sua própria identidade. Vive-se em um mundo em que ser diferente, para os jovens, é algo bom, existindo, para eles, essa necessidade de diferenciação.

E, nesse processo de diferenciação, há uma individualização. Cada estudante, vestindo-se de forma distinta, demonstra que quer ter seu próprio estilo, diferenciando-se dos demais. Conforme Castilho e Martins (2005, p. 32), “[...] nascemos nus e vivemos vestidos. É justamente o modo como cobrimos e descobrimos nosso corpo que faz ‘a’ diferença.” É por isso que os jovens se preocupam com a imagem que querem passar, quais signos vão expressar, sejam eles baseados em referências culturais, religiosas etc., exprimindo, por vezes, sua rebeldia.

O uso de roupas e acessórios expressa as identidades dos sujeitos: “Até mesmo aquele que se opõe à moda, usando, por exemplo, uma só roupa, para todos os dias, também está à mercê de um papel construído pela moda, pois as roupas em si criam um comportamento que expressa identidade.” (OLIVEIRA, 2013, p. 30). Nessa perspectiva, os estudantes, utilizando ou não os uniformes, estão gerando um comportamento em função de suas vestimentas e, conseqüentemente, expressando identidades.

Destarte, é reiterado o papel da moda na formação das identidades, uma vez que ela proporciona a singularização do sujeito, possibilitando exteriorizar sua essência por meio dos acessórios portados e das roupas que veste.

A escola tem, pois, o papel de proporcionar um encontro entre os mais diversos estilos e individualidades. Nesse sentido, Costa e Pires (2006) afirmam que a escola precisa reconhecer a unidade na diversidade, estimulando a sociabilidade, permitindo vivenciar a construção coletiva de normas baseadas no respeito ao próximo e na inclusão de todos. Dessa forma, os estudantes podem se expressar, respeitando a individualidade de cada sujeito, uma vez que esse ambiente é um dos primeiros com os quais o indivíduo tem contato com outras pessoas, sem que haja laços familiares.

Foi possível perceber que, apesar de a maioria dos estudantes da escola pública não usarem o uniforme escolar, eles acabam se uniformizando por meio de outros elementos, como o uso massivo de camisetas. Embora o uniforme escolar também tenha a mesma peça, os estudantes preferem utilizar outras camisetas, pois estas transmitem outras informações. Enquanto as camisetas do uniforme comunicam a qual instituição de ensino o indivíduo pertence, as camisetas estampadas explicitam os gostos e as referências de consumo dos próprios estudantes.

Nessa perspectiva, vale ressaltar que, embora eles procurem se diferenciar por meio das estampas e/ou cores diferenciadas, presume-se que também possa haver uma tentativa de os jovens se encaixarem nos grupos, pois, principalmente nessa fase em que o sujeito está construindo suas primeiras experiências em sociedade, sem que haja, ali, laços familiares, ele quer se sentir parte de algo, de algum grupo. E a vestimenta pode ser uma boa estratégia para alcançar esse objetivo.

Não só o uso de camisetas, mas mesmo de tecidos como jeans, malha e moletom, também evidencia uma uniformização espontânea; o mesmo acontece com o uso de calçados, em sua maioria tênis ou sandálias *Crocs*, e o uso de calças jeans, *legging*, calças ou calções de moletom. Assim, os estudantes transitam entre o individual e o coletivo. Sobre isso, Godart (2010, p. 36) asseverou:

Em primeiro lugar existem numerosos níveis de ação entre o indivíduo e a sociedade. É nesse espaço intermediário que a moda se manifesta. Ao escolher as roupas e os acessórios, os indivíduos reafirmam constantemente sua inclusão ou sua não inclusão em certos grupos sociais, culturais, religiosos, políticos ou ainda profissionais.

E é através dessas escolhas que signos são emitidos, a exemplo do uso de um *piercing* ou uma tatuagem. Esses elementos irão aproximar o indivíduo de determinado grupo, assim como afastá-lo de outros. Em meio a essa uniformização espontânea, eles conseguem se diferenciar, com as diversas lavagens e recortes das calças jeans, com as mochilas com cores e estampas diferentes, bem como com os acessórios como colar, anel, brincos, percebidos em ambas as instituições.

Em consequência disso, pode-se constatar uma possível relação de consumismo, uma vez que os estudantes da escola pública, em sua maioria, não usam uniformes, utilizando-se de outras roupas para frequentar esse ambiente. Do mesmo modo, na escola privada, apesar do uso obrigatório do uniforme, há a utilização frequente de agasalhos e/ou acessórios. Isso traz à tona questões relacionadas ao consumo, ao status social de um sujeito que quer mostrar para o outro que ele possui uma condição melhor, apresentando-se com peças mais caras, a exemplo dos acessórios, brincos, anéis, colares dourados – que podem ser ou representar objetos em ouro –, ou roupas, calçados e mochilas de algumas marcas como *Nike*, *Adidas*, *Vans*, *Crocs* e *Company*. Por outro lado, isso pode ser apenas uma forma de o sujeito expressar seus gostos, ideias, enfim, suas identidades.

É possível também que o uso de cortes ou pinturas no cabelo, o uso de tatuagens e a pintura das unhas sejam formas de demonstrar o que se sente, o que se é, ou o que se quer ser. É a imagem que se quer projetar, para si e para os outros. Nesse sentido, esses signos representam a possibilidade de se construir a própria identidade. Costa e Pires (2006) e Godart (2010) afirmam não restar dúvidas que a moda/indumentária se nutre de sinais identitários, e isso se reflete na construção dos grupos, consubstanciados nos fenômenos de imitação e diferenciação, conforme os signos que portam. Porém, cabe, aqui, refletir sobre isso, pois a moda nutre-se dos signos, mas os signos também se nutrem da moda. A moda e as tendências surgem baseadas em signos que geram outros signos.

No que diz respeito aos tecidos utilizados, em sua maioria são confortáveis, levando-se em consideração o tempo que os estudantes passam sentados, bem como o conforto para a prática de Educação Física. São tecidos que possuem elasticidade: malhas em suas camisetas, modelagens amplas nos agasalhos de moletom, e modelagens justas, principalmente no público feminino, nas calças jeans e *legging*.

Apenas uma fotografia, das seis analisadas, traz signos um pouco distintos. Nessa imagem, que diz respeito à escola pública, existe uma maior formalidade dos estudantes ao usarem peças como camisas, o que não ocorreu em nenhuma das outras fotografias. Isso pode estar relacionado com a rotina de estudantes que trabalham e estudam. Presume-se que esses estudantes possam trabalhar no turno contrário ao que estudam, não havendo possibilidade de efetuarem uma troca no seu vestir, e por isso vão à escola usando a mesma roupa para ambos os espaços; ou, então, é algo que pode ocorrer em épocas com temperatura um pouco mais baixa, uma vez que a maioria está usando roupas adequadas para dias mais frios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa deu-se face ao seguinte problema: de que forma a moda contribui para a construção das identidades no espaço escolar? Esta pergunta foi sendo respondida no decorrer da investigação.

Inicialmente foi possível compreender a relação entre a tríade moda, escola e sociedade. Ficou visível que a moda culmina em um sistema de signos, em que os sujeitos buscam se comunicar com a sociedade, expressando suas identidades por meio de suas vestimentas e acessórios. Logo, a moda é um fenômeno intrínseco à sociedade. Nesse contexto, dentro dessa sociedade, encontra-se a escola, um espaço de relações composto por indivíduos de diferentes identidades, que estão em processo constante de formação/transformação. Nesse sentido, a moda apresenta-se no espaço escolar, e ambas, moda e escola, sofrem influências do tempo e do espaço, de acordo com o contexto político, social e cultural vivido.

Nessa perspectiva, entende-se que a identidade dos indivíduos que estão no espaço escolar está em processo de formação e transformação, e que a moda tem grande importância nesse processo de expressão da(s) identidade(s). O estudo permitiu compreender como se deu/dá a formação da(s) identidades(s), bem como compreender esses indivíduos.

Em seguida, foram apresentados os signos presentes na pesquisa, que passaram por análise utilizando-se as categorias universais trazidas pela Semiótica de Charles Sanders Peirce – primeiridade, secundidade e terceiridade –, e que foram retratados no *moodboard*, de modo a facilitar a compreensão.

A vestimenta e os acessórios contêm simbologias que revelam, além da aparência física, um estado de espírito e a possibilidade de se reproduzirem diversos papéis na sociedade. Os sujeitos acabam sendo obrigados a escolher um estilo para si, mesmo com limitações socioeconômicas, uma vez que isso está vinculado à aparência estética e à forma essencial de se expor a identidade.

Desde o nascimento desses sujeitos, seus pais foram os responsáveis por vesti-los e, por isso, juntamente com suas culturas, iniciaram o processo de construção de suas identidades. Com a chegada da adolescência/juventude, a escolha das vestimentas passa a ser realizada pelos próprios sujeitos, os quais, por sua vez, levam consigo suas bagagens e as vivências em família. Ao se inserirem em um novo espaço, a escola, vivenciam o contato com outras pessoas, ideias e culturas. Essa nova condição de vida permite gerar transformações em sua(s) identidade(s), por meio dos signos da moda, sejam eles impostos pela escola ou pelos próprios estudantes, uma vez que sua aceitação, diante do público de sua faixa etária e do seu círculo social, é importante para a constituição de sua identidade.

Assim, respondendo ao objetivo geral da pesquisa, entendeu-se que a moda desencadeia fenômenos no espaço escolar evidenciados por meio do desejo de imitação e diferenciação. Os signos permitiram a percepção de uma uniformização espontânea, pois, tendo ou não liberdade para usar uniforme institucional, os estudantes, na sua maioria, não fizeram uso dele, mas se utilizaram dos mesmos tipos de peças, como camisetas, calças jeans, *legging*, calção e tênis. Já na instituição privada, na qual o

uniforme é obrigatório, percebeu-se o uso de algumas peças que ocultavam o uniforme; essas peças, na maioria, agasalhos de moletom, passaram, apesar de uma possível intenção em contrário, uma ideia de uniformização. Isso evidenciou que, dessa forma, os sujeitos se sentem pertencentes àquele espaço, presumindo que há uma necessidade de serem aceitos, gerando o desejo de imitação.

Entretanto, também foi perceptível uma individualização por meio das lavagens dos jeans usados, dos acessórios, anéis, brincos, colares, relógios, bonés, das tatuagem e das cores e estampas das mochilas. Essa individualização revela o desejo de diferenciação, ao mesmo tempo que revela a necessidade de pertencer a determinado grupo. Nessa perspectiva, presume-se que é por meio desse jogo de imitação e diferenciação que os jovens expõem sua(s) identidade(s), gostos e ideias, corroborando, assim, as afirmações feitas por Hall (2006) e Pontes (2013) a respeito de a identidade ser constituída por meio da diferenciação e da imitação. Nesse caso, a moda apresenta-se como fundamental para que esses fenômenos ocorram e sejam apresentados para os demais indivíduos, uma vez que através dela se exibem vestimentas e acessórios carregados de significados e valores.

Subentende-se que os grupos se formem por meio desses signos, que podem expor os gostos do sujeito que os porta. Um exemplo é a camiseta de time de futebol; seu uso infere que o produto consumido pelo estudante indica seu gosto por assistir ou jogar futebol. Isso permite que o estudante exponha seus gostos, sinalizando o time para o qual ele torce, além de encaixá-lo ou situá-lo em um grupo que também tem o mesmo gosto pelo esporte. Esse exemplo reforça a ideia de diferenciação e imitação: diferenciar-se dos estudantes que não gostam de futebol, e sentir-se pertencente a um grupo por possuir as mesmas preferências, através da imitação dentro desse grupo.

Além dos fenômenos apontados anteriormente, a moda pode gerar outros, como a relação de status e poder, quando se apresenta por meio das roupas “de marca”, acessórios, mochila, celulares e calçados mais caros, evidenciando um poder econômico que talvez outro estudante não possua. Até mesmo o uso do uniforme, na comparação entre escola pública e privada, pode trazer uma maior satisfação pelos estudantes da escola privada (o que não foi possível comprovar, uma vez que seu uso é obrigatório). O que se pôde evidenciar é que os estudantes da rede pública não costumam utilizar o fardamento.

A vestimenta e os acessórios revelaram o gosto, principalmente por parte das alunas, de utilizar roupas justas em suas *leggings* e calças jeans, bem como o conforto em utilizar camisetas e tênis. Embora as informações tenham sido obtidas por meio de um grupo de estudantes, a partir de imagens analisadas, não possibilitando a generalização a todos os espaços escolares e estudantes, deve-se levar em consideração que os resultados obtidos foram de extrema relevância.

É preciso considerar todos os espaços vivenciados pelos jovens na escola – a sala de aula, os corredores, o pátio –, pois são ambientes em que há momentos de construção de relações sociais, por meio de seus grupos, utilizando-se da moda como forma de comunicação, formando/transformando suas identidades. Por isso, é necessário que a escola busque interagir com os aspectos socioculturais que constituem as identidades, compreendendo-os e valorizando-os.

Além disso, cabe ressaltar que esta pesquisa contribuiu, especialmente, para as áreas Moda e Educação, evidenciando a multidisciplinaridade desses campos. É importante ressaltar a importância de se compreender a Moda para que ela auxilie no processo de aprendizagem e de constituição das identidades dos indivíduos, não havendo a possibilidade de tirá-la do ambiente escolar. Portanto, é necessário entendê-la para reagir aos fenômenos que ela produz.

Nessa perspectiva, por esse campo de estudo entre Moda e Educação estar se constituindo, ainda existem muitos conceitos e relações que devem ser pensados, a exemplo de outros fenômenos produzidos pela moda, não apenas em espaços escolares, mas em todos os espaços. Ainda que seja frequente a percepção da moda como futilidade, ou mesmo como categoria invisível, quando se trata de pensar a sociedade e as culturas, basta um olhar um pouco mais especializado para se compreender como todo aspecto cultural humano pode ser por ela influenciado.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Denise C. de; SILVA, Cristina E. da; SCHEMES, Claudia. A resignificação do uniforme escolar na contemporaneidade: identidade e representação. *Cadernos do Tempo Presente*, n. 13, p. 49-59, jul./set. 2013. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/tempo/article/viewFile/2670/2303>. Acesso em: 18 dez. 2018.

BECK, Dinah Q. Uniformes escolares: delineando identidades de gênero. *Revista Histedbr [on-line]*, v. 14, n. 58, 2014. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/histedbr/article/view/8640384/0>. Acesso em: 15 abr. 2019.

CAMACHO, Luiza M. Y. A invisibilidade da juventude na vida escolar. *Perspectiva*, v. 22, n. 2, p. 325-343, 2004.

CASTILHO, Katia; MARTINS, Marcelo M. *Discurso da moda: semiótica, design e corpo*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

CHAPECÓ. *Decreto nº 38.690, de 18 de março de 2020 – Leis Municipais*. Chapecó, 2020. Disponível em: <http://leismunicipa.is/xjpws>. Acesso em: 30 abr. 2020

COSTA, Antonio G. da; PIRES, Giovani de L. Moda/indumentária em culturas juvenis: símbolos de comunicação e formação de identidades corporais provisórias em jovens do ensino médio. *Conexões*, v. 5, n. 1, nov. 2006. Disponível em: <http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/conexoes/article/view/8637979>. Acesso em: 27 set. 2018.

DORFLES, Gillo. *Modas e Modos*. Tradução de Antônio Ribeiro. Lisboa: Edições 70, 1979.

FERNANDES, José David C. Introdução à Semiótica. In: ALDRIGUE, Ana Cristina de S.; LEITE, Jan Edson R. (Orgs.). *Linguagens: usos e reflexões*. João Pessoa: Editora da UFPB, 2011. p. 1-22. Disponível em: http://www.cchla.ufpb.br/clv/images/docs/modulos/p8/p8_4.pdf. Acesso em: 26 jun. 2019.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir*. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.

GARNER, Steve; MCDONAGH-PHILP, Deana. Problem Interpretation and Resolution via Visual Stimuli: The Use of “Mood Boards” in Design Education. In: *The Journal of Art and Design Education*, 2001. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-5949.00250>. Acesso em: 3 mar. 2020

GODART, Frédéric. *Sociologia da moda*. São Paulo: Editora Senac, 2010.

GOELLNER, Silvana V. A produção cultural do corpo. In: LOURO, Guacira Lopes. *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Petrópolis: Vozes, 2003.

GORLÉE, Dinda L. La semiótica triádica de Peirce y su aplicación a los géneros literários. *Signa: revista de la Asociación Española de Semiótica*, Madrid, n. 1, p. 12-51, 1992. (Edição digital da Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes por cortesia do editor).

GREEN, Bill; BIGUM, Chris. Alienígenas na sala de aula. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Alienígenas na sala de aula: Uma introdução aos estudos culturais em educação*. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 208-248.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós modernidade*. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2021.
- HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, n. 22, v. 2, p.15-46, jul./dez. 1997.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- LONZA, Furio. *História do uniforme escolar no Brasil*. Brasília: Ministério da Cultura, 2005.
- LOPES, Maura. C. Políticas de inclusão e governabilidade. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 34, n. 2, p. 153-170, maio/ago. 2009. (Dossiê Governabilidade e Educação).
- MINAYO, Maria C. de S. (Org.). *Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade*. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- OLIVEIRA, Talita S. *Moda: Um fator social*. 2013. 126 f. Dissertação (Mestrado em Têxtil e Moda) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.
- PEIRCE, Charles S. *Semiótica*. Tradução de José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- PEREIRA, Camila K. *Identificações no sentido da moda: uma leitura do espaço urbano*. 2012. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/8-Coloquio-de-Moda_2012/GT07/ARTIGO-DE-GT/102617_Identicacoes_no_sentido_da_moda.pdf. Acesso em: 15 abr. 2019.
- PONTES, Maria. Moda, imagem e identidade. *Achiote.com-Revista Eletrônica de Moda*, v. 1, n. 1, p.1-15, 2013.
- RAMOS, Sofia. P. *Moda e consumo: personificação das coisas e coisificação das pessoas*. 2006. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/2-Coloquio-de-Moda_2006/artigos/105.pdf. Acesso em: 18 dez 2018.
- REIS, Rosemeire; SOUZA, Emanuelle; SANTOS, Jean M. C. T. Identidades juvenis e experiência escolar no ensino médio. *Holos*, v. 4, p. 3-17, ago. 2015. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/3189>. Acesso em: 29 mar. 2020.
- RIBEIRO, Ivanir; SILVA, Vera. L. G. da. Das materialidades da escola: o uniforme escolar. *Educação e Pesquisa*, v. 38, n. 3, p. 575-588, jul./set. 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022012000300003. Acesso em: 25 abr. 2019.
- RÖHRIG, Marianne R. *Paradoxos da moda contemporânea*. Curso de Design de Moda. 2001. Disponível em: <https://silo.tips/download/paradoxos-da-moda-contemporanea>. Acesso em: 11 ago. 2019.
- SANTAELLA, Lucia. *A teoria geral dos signos: semiose e autogeração*. São Paulo: Ática, 1995.
- SANTAELLA, Lucia. *Matrizes da linguagem e do pensamento: sonora, visual, verbal*. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- SANTAELLA, Lucia. *O que é semiótica?* São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.
- SANTAELLA, Lucia. *Semiótica aplicada*. São Paulo: Cengage Learning, 2002.

SANTOS, Ronise F.; JACQUES, Jocelise J. Painel Semântico como Ferramenta no Desenvolvimento de Produtos. *In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN. Anais [...]*. Bauru: ANPEDesign, 2009.

SILVA, Raimundo P. da. A escola enquanto espaço de construção de conhecimento. *Revista Espaço Acadêmico*, v. 12, n. 139, p. 83-91, 2012. Disponível em: www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/download/.../10052. Acesso em: 13 maio 2019.

SILVA, Tomaz T. da. A produção social da identidade e da diferença. *In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. p.73-102.

SIMMEL, Georg. *“Fashion” in Wills, On Individuality and Social Forms*. Chicago: University of Chicago Press, 1971.

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

Submetido: 22/10/2020

Aprovado: 30/11/2021

CONTRIBUIÇÃO DAS/DOS AUTORES/AS:

Autora 1 – Coordenadora do projeto, coleta de dados, análise dos dados e escrita do texto.

Autor 2 – Supervisão e revisão da escrita final.

DECLARAÇÃO DE CONFLITO DE INTERESSE

Os autores declaram que não há conflito de interesse com o presente artigo.