



**CENTRO UNIVERSITÁRIO PARA O DESENVOLVIMENTO DO
ALTO VALE DO ITAJAÍ - UNIDAVI
MIRIAN FRANCIELE DE LIMA**

**MODA E LITERATURA:
FORMAS DE LINGUAGEM NA CONSTRUÇÃO DE UM PERSONAGEM**

**Rio do Sul
2021**



**CENTRO UNIVERSITÁRIO PARA O DESENVOLVIMENTO DO
ALTO VALE DO ITAJAÍ - UNIDAVI
MIRIAN FRANCIELE DE LIMA**

**MODA E LITERATURA:
FORMAS DE LINGUAGEM NA CONSTRUÇÃO DE UM PERSONAGEM**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda
do Centro Universitário para o Desenvolvimento do
Alto Vale do Itajaí como requisito parcial à
obtenção do título de Tecnólogo em Design de
Moda.

Prof^ª. Dra. Bárbara Pavei Souza (Orientadora)

Rio do Sul

2021

No dia 08/12/2021 o(a) acadêmico(a) MIRIAN FRANCIELE DE LIMA apresentou o Trabalho de Conclusão de Curso conforme descrito a seguir:

Curso: Tecnologia em Design de Moda

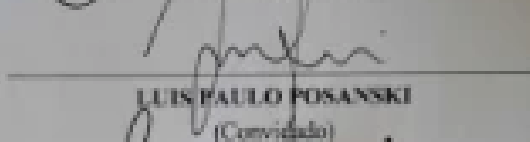
Título do Trabalho: Moda e Literatura: Formas de linguagem na construção de um personagem

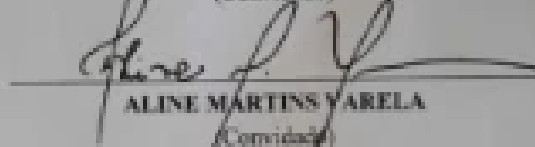
Palavras-chave: Literatura, Figurino, Moda.

Nota Geral: 40,0

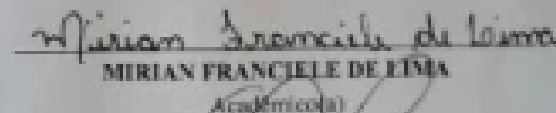
Membros da Banca Examinadora:

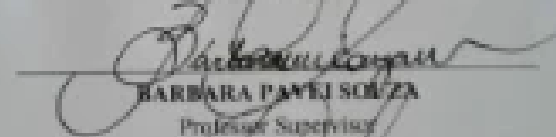

BARBARA PAVEI SOUZA
(Professor Orientador)

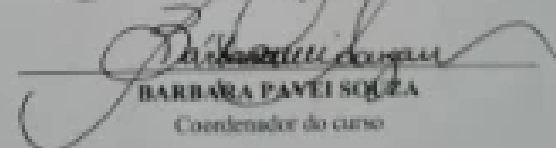

LUIZ PAULO POSANSKI
(Convidado)


ALINE MARTINS VARELA
(Convidada)

Responsáveis pelo TC/TCC:


MIRIAN FRANCIELE DE LIMA
Acadêmico(a)


BARBARA PAVEI SOUZA
Professor Supervisor


BARBARA PAVEI SOUZA
Coordenador do curso

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus, por iluminar meu caminho durante a realização deste trabalho. A fé, sem dúvidas, foi combustível para minha disciplina, persistência, força e determinação.

Aos meus pais, João e Josélia, o meu muito obrigada por todo o apoio, força e amor incondicional. Sem vocês a realização desse sonho não seria possível. Aos meus irmãos pelo constante companheirismo. Aos colegas e amigos por todo incentivo e apoio.

Sou grata a todos os professores que contribuíram com a minha trajetória acadêmica e fizeram desse, um período incrível e repleto de aprendizados e crescimento; especialmente a prof^a Dra. Bárbara pela orientação do meu projeto. Obrigada por esclarecer minhas dúvidas, ser paciente e compartilhar sua sabedoria, conhecimento, tempo e sua experiência. Serei eternamente grata.

RESUMO

A moda é um fator sociocultural, histórico e símbolo de individualidade que interage com a literatura, se inspira nela e a inspira. A interação entre estas se dá de forma muito expressiva quando analisada. Ambas são formas de linguagem, expressão e comunicação estudadas pela semiótica. São também objetos de estudo histórico por seus estilos refletirem as épocas. Portanto, esse trabalho as analisa e relaciona através da pesquisa bibliográfica enquanto diferentes formas na construção de personagens literários em sua tradução de linguagem mental e verbal em visual na produção de figurinos inspirados na obra literária, A Seleção.

Palavras-chave: Moda. Literatura. Figurino.

ABSTRACT

The fashion is a historical sociocultural factor and symbol of individuality that interacts with literature, get inspired by her. The interaction between these takes place in a very expressive way when analyzed. Both are forms of language, expression and communication studied by semiotics. They are also objects of historical study because their styles reflect the times. Therefore, this work analyzes and relates them through bibliographical research as different forms in the construction of literary characters in their translation of mental and verbal language into visual in the production of costumes inspired by literary work, The Selection.

Keywords: Fashion. Literature. Costumes.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1- COLEÇÕES INSPIRADAS NO ROMANCE ORLANDO.....	25
FIGURA 2- VESTIDOS BEGE.....	29
FIGURA 3- VESTIDOS AZUIS.....	30
FIGURA 4- VESTIDOS AZUIS.....	31
FIGURA 5- VESTIDOS TURQUESA.....	31
FIGURA 6- VESTIDOS VERMELHOS.....	32
FIGURA 7- PAINEL PERSONA.....	33
FIGURA 8- PAINEL INSPIRACIONAL.....	34
FIGURA 9- MAPA DA COLEÇÃO.....	35

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 O QUE É MODA?.....	12
3 O QUE É LITERATURA?.....	18
4 MODA NA CRIAÇÃO DE UM PERSONAGEM.....	20
5 MODA E LITERATURA NA OBRA: A SELEÇÃO A SELEÇÃO (KIERA CASS,2012).....	25
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	36
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	37

1 INTRODUÇÃO

A moda é um fator sociocultural histórico que está atrelado a uma variedade de códigos, como: *status* social, valores e grupos que os sujeitos se inserem na sociedade. Desde seu início, localizável entre os séculos XIX e XX (LIPOVETSKY, 1989), podemos reconhecê-la como um sistema de constante mudança e transformação da vida coletiva. Quando esse fator tornou-se perceptível, além dos cientistas sociais como Georg Simmel e Thorstein Veblen, artistas e literatos começaram a observar o cenário e inseri-lo como plano de fundo para suas obras.

A moda é símbolo de individualidade quando observamos seu papel em apresentar personalidades. Portanto, estudá-la através da literatura é relevante quando percebemos que ambas sempre estiveram ligadas, essencialmente através das descrições literárias que permitem aos historiadores de moda e outros pesquisadores, descobrir as diferenças nas roupas dos períodos estudados e os fatores que influenciaram tais mudanças presenciadas nas vestimentas desde o “início da moda” ao longo da história. Além disso, estudar o passado histórico social de uma sociedade possibilita uma visão das possibilidades do futuro. Talvez *Madame Bovary* de Gustave Flaubert (Paris, 1857), tenha sido o primeiro romance em que o personagem transformou a moda em pano de fundo de uma tragédia pessoal (CRANE, 2006). Entretanto, hoje podemos ver várias obras literárias com a mesma ideia, um exemplo bastante conhecido, até mesmo por sua adaptação cinematográfica, é o livro *Os Delírios de consumo de Becky Bloom* (Sophie Kinsella) publicado em 2000.

Quando observadas as semelhanças entre moda e literatura, torna-se claro que ambas são formas de linguagem, comunicação e expressão que trabalham com a criação, o imaginário e a representação. Além disso, assim como a moda influencia a literatura, está também influenciada e inspira a criação de moda. O estilista brasileiro Ronaldo Fraga, é um dos nomes que já buscaram inspiração nos livros para suas criações, como as coleções: “A Cobra Ri”, de 2006, uma homenagem aos

50 anos da obra “Grande Sertão, Veredas” de Guimarães Rosa e “Todo Mundo e Ninguém”, cujo homenageado foi o escritor Carlos Drummond de Andrade e seus poemas.

Portanto, o objetivo deste trabalho é analisar o impacto da moda na literatura, como meio de identificar quais fatores da moda impactam a criação e a percepção de um personagem no cenário descritivo além da superficialidade. Os principais objetivos desta pesquisa são relacionar moda e literatura, apresentando a ligação entre elas como forma de linguagem; apresentar uma personagem literária como objeto de estudo dessa relação, e por fim desenvolver uma coleção inspirada nas descrições de seu vestuário com base em quem ela é e que mensagem deseja transmitir das suas vestimentas.

A metodologia de pesquisa utilizada foi a pesquisa bibliográfica, realizada através da investigação de livros, artigos, periódicos e também na internet. Partindo do *Future Wear* como macrotema, surge a indagação: “O que será moda no futuro?”. Essa é uma pergunta que não pode ser respondida com exatidão, considerando que pouco ou nada se sabe sobre ele, o futuro. No entanto, a moda através de pesquisas comportamentais consegue prever e responder a essa pergunta quando falamos de um breve período de tempo.

Consequentemente, é parte da natureza humana imaginar o futuro, seja essa imaginação uma visão utópica de um lugar perfeito e fantástico, ou uma distopia de um mundo em ruínas. Essas ideias já originaram muitas obras de ficção, como escreveu André Carvalhal em seu livro *Como salvar o futuro* (2021), afinal, ficções científicas sempre pretendem acertar o futuro. O autor cita no livro que em sua pesquisa encontrou como exemplo o filme *Blade Runner*, que não previu os celulares, mas acertou nas chamadas de vídeo.

A moda tende a evoluir e se adaptar às necessidades e as ideologias humanas. Considerando, então, tal fato, e a paixão da autora sobre literatura de ficção futurista, chegou-se ao tema Moda e Literatura, onde foi escolhido um livro que é uma distopia futurista, **A Seleção**. A obra retrata uma sociedade pós 4ª Guerra Mundial, dividida em castas, que se adaptou à mudança que tal evento causou no planeta. Conta a história de uma jovem de uma casta inferior que

compete com outras 34 (trinta e quatro) jovens pelo príncipe e a coroa, enquanto defende a igualdade e os direitos humanos nos quais acredita.

2 O QUE É MODA?

O termo moda provém do latim *modus* (originalmente medida), que significa modo, maneira, ritmo. O conceito moda nos dicionários¹, significa forma de se vestir e agir, características de uso do sistema de vestuário e hábitos coletivos de uma sociedade ou grupo. Entretanto, a moda não é apenas o tecido que cobre o corpo, é a auto expressão do sujeito, é arte, é cultura, é um movimento de valor sociocultural e econômico.

A moda como vestuário é usada para transmitir e comunicar, através dela pode-se observar a identidade da estrutura social. É uma das formas mais visíveis de consumo e desempenha um papel da maior importância na construção da identidade social. Ela promove uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, vêem sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de *status*.

A moda é um sistema original de regulação e de pressão sociais: suas mudanças apresentam um caráter constrangedor, são acompanhadas do “dever” de adoção e de assimilação, impõem-se mais ou menos obrigatoriamente a um meio social determinado (LIPOVETSKY, 1989, p.37).

Ela, a moda, pode, através das roupas, redefinir identidades e permitir que o indivíduo afirme sua identidade social atribuindo novos significados. Impõe regras mesmo quando deixa espaço para a manifestação da individualidade. Ela afirma a coesão coletiva enquanto é repleta de singularidades. Por suas tantas nuances, logo que se teve ideia do movimento “moda”, este passou a ser estudado e analisado por estudiosos e sociólogos. No início do século XX, por exemplo, a teoria de Georg Simmel (o Modelo Simmel), apontava que as modas primeiramente eram adotadas pelas classes sociais mais altas e, mais tarde, pela média e baixa, consecutivamente. Grupos de *status* inferiores copiavam o estilo de vestuário de grupos superiores, como um contágio, porém quando essas modas chegavam às classes mais baixas, já não eram mais moda, haviam sido substituídas nas classes altas que buscavam a diferenciação. Essa teoria ficou conhecida como "teoria do

¹ <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/moda>

gotejamento" (SIMMEL, 1905).

Já a teoria de reprodução de classes e gostos de Pierre Bourdieu (*A Reprodução*, 1970) facilita a compreensão de como diferentes classes respondem aos bens culturais. Essa teoria apontava que a disseminação da moda era mais complexa, pois se trata dos sistemas culturais de classe e suas inclinações, gostos e estilos de vida associados. Essa teoria aponta a competição pela distinção social e capital dentro das classes sociais e ajuda a explicar como as estruturas sociais são mantidas através do tempo. Bourdieu ainda afirma em sua teoria que “os gostos dos homens da classe operária seriam baseados numa “cultura de necessidade”, característica de sua classe” (BOURDIEU, 1970 *apud* CRANE, 2006, p.32).

Hoje a moda é um observatório extremamente interessante da convergência das várias disciplinas na gestão e na análise dos sistemas produtivo-culturais (um dos dois adjetivos sozinho seria insuficiente) típicos do novo milênio. Línguas, economias, mídia, informática, semiótica, organização e marketing entrelaçam-se hoje na nova empresa, e os personagens que nela atuam devem saber mover-se entre esses saberes (PRONI, 2008, p.111-112).

Por se tratar de um reflexo das forças sociais, políticas, econômicas e artísticas de um determinado período, a moda acompanha os acontecimentos históricos e os estilos vão se adaptando às mudanças. A moda é, resumidamente, o conjunto de estilos populares em determinado momento, e estilos são as características visuais próprias de uma roupa ou acessório. Os designers ou estilistas são os responsáveis por transformar ideias em novos estilos.

O sistema da moda é uma ordem da qual se faz uma desordem, mas é sobretudo bem definida, ligada à ambiguidade de um sistema ao mesmo tempo imprevisível e metódico, regular e desconhecido, aleatório e estruturado (BARTHES, 1989 *apud* VINCENT-RICHARD, 2008, p. 139).

Na sociedade contemporânea a moda é repleta de diversidade e os estilos vão se transformando em um ritmo cada vez mais acelerado. Por outro lado, os estilos clássicos permanecem ao longo dos anos, apresentando apenas algumas sutis mudanças. Alguns estudiosos da área consideram a moda extremamente interessante, devido ao seu poder de constantes transformações. O famoso

designer Karl Lagerfeld afirma que,

O que eu gosto na moda é a transformação. A transformação também significa que o que fazemos hoje pode não ter mais valor algum amanhã, mas precisamos aceitar isso porque estamos no ramo da moda. Não há nada que seja seguro para sempre na moda... a moda é um trem que espera por ninguém. Embarque nele, ou ele se vai (FRINGS, 2012, p. 61).

A moda está sempre em mutação, reinventando-se constantemente. As tendências mudam rapidamente. No entanto, há uma tendência, neste mercado, de uma revisitação às tendências do passado, trazendo os mesmos produtos/ modelos, porém, de formas diferentes, mais inovadoras e, que se adapte com o *zeitgeist*².

O que verdadeiramente importa à moda é variar; só que, como qualquer outra criação, ela tem uma tendência para economizar esforço; procura alcançar os seus fins da forma mais plena, porém, com os meios relativamente mais escassos. Foi possível, justamente por isso, comparar o seu caminho com um círculo; ela regressa sempre de novo a formas anteriores – o que se torna muito claro nas modas da indumentária (SIMMEL, 2008, p. 56).

Essa efemeridade característica do mercado de moda, induz ao consumismo, conseqüentemente ligado a degradação de recursos tão presente na contemporaneidade. Essa incessante transformação surge da necessidade do ego humano de exaltar a individualidade mesmo na imitação, transformando assim moda individual em moda social, pois essa também é usada como máscara do sujeito que almeja fazer parte de um grupo da sociedade. Como defende Simmel em sua obra, *Filosofia da Moda* (1904), “ela o eleva porque faz dele o representante de uma totalidade, a incorporação de um espírito comum a muitos, sendo próprio dela possibilitar uma obediência social, que é ao mesmo tempo diferenciação individual”.

A moda é usada para impor a individualidade e é uma importante forma de linguagem, pois expressa muito sobre o sujeito, tanto sobre a mensagem que esse quer transmitir, quanto sobre pontos que o mesmo ingenuamente ignora. Roupas se tornam algo a mais quando usadas, são símbolos de identidade que podem ser interpretados. A composição de um *look* se torna um discurso sobre

² *Zeitgeist* é um termo alemão cuja tradução significa espírito da época, espírito do tempo ou sinal dos tempos.

quem o usa. Em contrapartida, a moda é efêmera e a crescente carência de matéria-prima vem influenciando muitas pessoas, que percebem gradualmente o impacto que a indústria da moda causa ao meio ambiente, o que cria críticos a esse sistema tão veloz de transformação que acaba influenciando o consumo.

As roupas e a história sempre estiveram interligadas, pois as roupas refletem os momentos históricos. Seja por momentos de guerras, pandemias, religiosidade, todos esses são fatores que influenciaram a indumentária. No período anterior ao surgimento da moda como a conhecemos, chamamos as roupas de indumentárias. Estudos afirmam que o surgimento da indumentária ocorreu na Pré-História, em um período antes do surgimento da escrita (4.000 a. C.), devido às necessidades humanas, principalmente, como forma de proteção contra o frio.

As primeiras roupas sobre as quais se tem conhecimento eram feitas de vegetais e da pele de animais, que eram caçados para servir de alimento e as peles eram vestidas. Relatos Bíblicos³ apontam que as roupas eram uma forma de evitar a vergonha ao mostrar a nudez, embora existam interpretações diferentes que alegam que o uso de vestimentas era uma forma de destaque perante os outros sujeitos, ou ainda, uma crença em magia e proteção através de objetos que serviam de adorno. O conhecimento histórico desse período foi obtido em grande parte a partir das descobertas de artes rupestres e os estudos em torno dessas pinturas. Somente entre os séculos XIX e XX, com a acelerada transformação nos estilos de vestuário, vemos a moda como um elemento de comunicação em constante mudança.

No Egito antigo, o mesmo tipo de toga-túnica comum aos dois sexos manteve-se por quase quinze séculos com uma permanência quase absoluta; na Grécia, o peplo, traje feminino de cima, impôs-se das origens até a metade do século VI antes de nossa era; em Roma, o traje masculino — a toga e a túnica — persistiu, com variações de detalhes, dos tempos mais remotos até o final do Império. Mesma estabilidade na China, na Índia, nas civilizações orientais tradicionais, onde o vestir só excepcionalmente admitiu modificações: o quimono japonês permaneceu inalterado durante séculos; na China, o traje feminino não sofreu nenhuma verdadeira transformação entre o século XVII e o século XIX (LIPOVETSKY, 1989, pg.28).

³ “Os olhos dos dois se abriram, e perceberam que estavam nus; então juntaram folhas de figueira para cobrir-se” (Gênesis 3:7); “E ele respondeu: “ouvi teus passos no jardim e fiquei com medo, porque estava nu; por isso me escondi” (Gênesis 3: 10).
Fonte: https://www.bibliaon.com/genesis_3/

Com o fim da Idade Média, a individualização da aparência conquistou seu direito de cidadania, fazer-se notar através da diferenciação tornou-se uma aspiração legítima nas cortes (LIPOVETSKY, pg. 54). Com o declínio do feudalismo, o Renascimento, momento em que o ser humano passou a ser o grande foco das preocupações da vida e do imaginário dos artistas; o surgimento da burguesia, que favorecia a futura centralização do poder, a Idade Moderna traz uma valorização do “EU” (antropocentrismo), que propiciou o surgimento da moda como a conhecemos.

A moda é produzida por meio de influências, que se transformam ao decorrer do tempo e com isso variam de época em época, são dessas influências que surgem as tendências de moda. A cultura, tecnologia e as mídias de informação influenciam a moda no cotidiano gerando novas tendências, que são previsões do futuro da moda. Tais tendências estão relacionadas com comportamentos, hábitos, cores, formas e silhuetas, e ainda, estão conectadas com informações da globalização e estudos histórico-sociais, políticos, culturais e econômicos.

As tendências da moda são as ideias de estilo que as grandes coleções têm em comum; elas indicam o rumo que a moda está tomando. Previsoras da moda vão em busca dos estilos que acreditam ser proféticos, aquelas ideias semelhantes encontradas em várias coleções de sucesso que capturam o clima do momento e assinalam uma nova tendência de moda (FRINGS, 2012, pg. 91)

As tendências são divididas em Macrotendências e Microtendências: as macro são referências globais e apontam caminhos de transformação, já as micro são a forma mais palpável e mais comercial de apresentar as macrotendências ao público-alvo consumidor e tendem a ter um ciclo de cerca de 3 a 5 anos. O profissional responsável por este estudo é o *coolhunter*, profissional especializado em interpretar as macrotendências. Um exemplo atual de macrotendência, é a preocupação ambiental e social. Tendência sustentável que influencia o mercado e o consumidor, impulsionando os produtos a transmitirem valores sociais, além de, inovações na indústria da moda que surgem para facilitar o dia-a-dia, trazer conforto, versatilidade, entre outras coisas, acompanhadas da necessidade de prorrogar desastres naturais, ainda facilitando a vida do consumidor.

A revolução digital ampliou o universo *fashion*, unindo moda e ciência com o intuito de transformar essa indústria, para que esta se adeque às

transformações sociais que acompanham essa revolução. As tecnologias não apenas alteram o sistema de produção, como também influenciam a sociedade a pensar em sustentabilidade como sinônimo de inovação.

A sustentabilidade ganha mais destaque, à medida que os sistemas circulares ganham maior escala, pressionando o consumidor a fazer sua parte. Conhecer o ciclo de vida será fundamental para entender o impacto ambiental de um produto. É previsto que a vida útil dos produtos vai aumentar, auxiliada pela tecnologia, mediante produtos que estarão livres para vir diretamente da imaginação, sem qualquer limite físico. De acordo com o WGSN⁴, a produção caseira do consumidor vai continuar aumentando, essa já é uma tendência bastante vista nas redes sociais. Outro conceito que faz parte da moda do futuro é a coletividade. As diferenças serão tidas como oportunidades de criar novas ideias e soluções.

O mundo antropocêntrico baseado no eu e na competição está em choque com outro no qual a colaboração e a empatia pedem passagem. Recentemente participamos de uma grande revolução digital. Ela tirou a hegemonia do poder das organizações e da mídia e a colocou novamente nas mãos dos dedos de todos. Graças a nossa estimada rede mundial de computadores, as pessoas voltaram a ter o controle e a ser. Ela espalhou conhecimento, disseminou informações e deu a chance de as pessoas se expressarem (publicarem) e se conectarem umas com as outras. Mudou o funcionamento tanto doméstico quanto profissional de todas as coisas. Mudou nosso modelo mental de pensamento (CARVALHAL, 2016, p. 34).

A tecnologia irá transformar o sistema da moda e caminhará lado a lado com a sustentabilidade com a premissa de inovação. Muitas alternativas tecnológicas e sustentáveis de matéria-prima já estão surgindo, assim como impressoras que imprimem roupas. Mas, segundo Carvalho (2016), a grande revolução acontecerá quando as pessoas tiverem suas próprias máquinas em suas casas e passarem a imprimir tudo, inclusive roupas, com a mesma facilidade que imprimem fotos.

⁴ A WGSN (**World Global Style Network**) é a maior autoridade de previsão de tendências do mundo. Suas soluções estão disponíveis por meio da assinatura online com ampla gama de produtos e serviço de consultoria personalizada.

3 O QUE É LITERATURA?

Não há um conceito estabelecido para literatura, considerando que este varia de época em época. Este termo vem do latim *littera* (que significa letra). Resumidamente, é uma forma de expressão artística que usa as palavras para expressar o imaginário do autor através do texto literário. Este, possui uma linguagem própria que se baseia em fatos que existem exclusivamente no texto. Este tipo de texto tem relação com o mundo real, no entanto, o escritor não precisa se ater a essa realidade.

O escritor de literatura escreve com o objetivo de manter o universo da ficção. A ficção pode ser conceituada como o resultado da imaginação, da invenção, da fantasia de alguém. Toda obra de ficção que emprega uma língua se enquadra como literatura. Na literatura tudo é possível, então não há mentiras. A coerência nas obras do escritor é a única obrigatoriedade no mundo da ficção. A interpretação do texto literário depende do leitor, ou seja, há plurissignificação.

Textos literários apresentam uma existência histórica definida, visto que o local e a data em que foram escritos indicam muito sobre o período, porquanto, uma obra literária sempre se relaciona aos fenômenos culturais da época em que foi escrita. A literatura tem relação com a história mesmo que indiretamente, e pode ilustrar características da época de sua criação. Considera-se que a ela dispõe de múltiplas finalidades, como a arte pela arte, como mecanismo de evasão, como forma de conhecimento do mundo e do homem, como catarse e como instrumento político.

Considera-se que a literatura pode funcionar como meio de revelação das “verdades da vida”. Nesse caso, ela é vista como um instrumento de análise e compreensão do mundo e do homem. Para os que aceitam essa teoria, a literatura teria a capacidade de fazer o leitor refletir sobre seus problemas existenciais, pois o texto literário seria capaz de sugerir uma realidade mais profunda do que a realidade imediata do leitor [...]. Além disso, a literatura permitiria tomar conhecimento de outras realidades culturais, distantes do leitor no tempo e no espaço (FARACO, 2003, p. 33).

A leitura é a base para a difusão do saber, é através dela que se obtém conhecimento do passado histórico-social, seja em textos-literários ou textos-não-literários. Nos textos literários encontram-se informações sobre a época em que a obra foi escrita, descrições dos costumes, crenças e fatos históricos. A Bíblia é um grande exemplo desse fato quando analisada como obra literária, dado que propicia conhecimento sobre as distintas épocas narradas. Através desses textos, sabe-se mais sobre a cultura, vestimentas, disputas políticas, formas de vivência, entre outros tópicos de estudo relevantes.

A literatura é dividida em períodos, que são segmentos da época que cada estilo predominou na literatura. Esses estilos possuem uma dinâmica semelhante à moda, declinam do gosto do público mas não desaparecem, se incorporam a cultura e a história e podem reaparecer em outro período com semelhanças estilísticas.

O texto literário é o resultado do estilo de época com o estilo individual, visto que, independente da influência predominante da época em que o escritor escreve sua obra, sua identidade sempre fica impressa nesta através da manifestação de suas ideias, conhecimentos, seu estilo de escrita, ou qualquer outra manifestação linguística que diferem suas obras.

4 MODA NA CRIAÇÃO DE UM PERSONAGEM

As roupas expressam a identidade social e os grupos no qual o sujeito está inserido ou deseja inserir-se. Tudo que aquilo que escolhemos vestir, faz parte de um processo figurativo e expressivo, pois é nessa relação entre corpo e vestimenta que a moda é identificada como um processo de linguagem. Por conseguinte, a moda como linguagem pode ser estudada através da teoria da Semiótica. A Semiótica é a ciência que tem por objetivo a investigação de todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido (SANTAELLA, 2017, p. 9).

Por ser uma ciência que estuda a significação, a Semiótica estuda todas as linguagens culturais como fenômenos na geração de significados. Portanto, uma gama intrincada de formas sociais de comunicação e de significação que incluem a linguagem verbal articulada, a linguagem poética literária, o sistema codificado da moda, entre tantos outros.

A moda, como linguagem, é fruto de uma convenção à qual todos se submetem com o objetivo de comunicar. Os símbolos, para a ocorrência da transmissão de mensagens, precisam ser compartilhados, ter uma significação em comum para várias pessoas (STEFANI, 2005, p. 57).

Dentro da linguagem do vestuário existe uma ambiguidade de significações, principalmente relacionada a imagem visual. Logo, isso acontece em virtude da subjetividade da informação e das diversas possibilidades de interpretações, que dependem do conhecimento prévio que o receptor tenha do emissor da linguagem visual transmitida.

A aparência de uma pessoa expressa à outra, com a qual deseja se comunicar, informações sobre sua identidade. Mas a imagem também pode funcionar como simulacro e mostrar algo que a pessoa não é, mas gostaria

de se tornar para ser aceito em determinado grupo de referência (STEFANI, 2005, p. 57).

A simbologia da moda é abrangente. Visto que todos os detalhes acrescentam significado ao leitor da mensagem visual. Um exemplo muito relevante são as cores, afinal, cada uma tem um significado próprio, podendo variar de acordo com a localização ao redor do mundo. Na cultura ocidental, o amarelo está associado com felicidade, alegria e esperança. Na Alemanha, o amarelo representa inveja, e no Egito é a cor associada ao luto. O branco na cultura ocidental simboliza pureza, elegância, paz, no entanto, em alguns países da Ásia, o branco representa a morte, luto, e má sorte, e é tradicionalmente usado em funerais. Lipovetsky (1989) aponta o surgimento da moda atrelado a valorização da individualidade. Por ser baseado nesse princípio, esse fenômeno resulta em ampla significação, porém, as tendências e modismos massificados podem impedir a moda de cumprir seu papel comunicador de identidades.

A construção da Fala na moda, no entanto, é restrita, pois a Língua é limitada por um grupo de decisão formado por estilistas e formadores de opinião. Só a partir das opções oferecidas pela Língua proposta por esse grupo é que cada pessoa, dentro da sua individualidade, constrói sua Fala (STEFANI, 2005, p. 83)

Na interdisciplinaridade de moda e literatura, a moda traz uma mensagem mais clara quando alinhada à descrição da personalidade do personagem. A linguagem da literatura por sua vez atua na percepção e na compreensão do leitor do texto através da exploração do significante, principalmente em grandes obras literárias. O leitor, na narrativa literária e semiótica, dá papel central ao receptor da história, que no processo de leitura, identifica os acontecimentos e interpreta a narrativa através de seus elementos inter-relacionados, como: tempo, espaço e personagens, fazendo a conexão da história.

O personagem é o principal componente da narrativa, em função do qual a história se organiza. Esse é progressivamente construído pela narrativa da imagem verbal, a mais comum na literatura. Essa que é suscitada pela palavra é uma imagem linguística, proveniente da linguagem. Os exemplos mais relevantes desta, que temos na literatura, são: a descrição e a metáfora, figura de linguagem

que propõe uma comparação não literal entre elementos que compartilham características em comum.

Outro tipo de imagem na literatura, é a imagem mental, que é mais abstrata, pois trata-se do que o leitor imagina a partir da leitura. Logo, mesmo que a narrativa não seja detalhista, o leitor a imagina através do contexto da história e da personalidade transmitida pelo personagem.

Vemos aqui a contribuição do conhecimento de mundo e do conhecimento prévio do leitor, uma vez que pessoas de culturas diferentes, por exemplo, podem imaginar casas e ambientes, ou rituais como casamentos, festas de aniversário, ocorridos na história de formas diferentes. Podemos fazer um paralelo para pensar nas aproximações entre a imagem mental e verbal. Na imagem verbal, os detalhes mais explícitos detalhados na própria narrativa têm por objetivo auxiliar o leitor a visualizar a imagem construída pelo autor (VILHAGRA, 2020, p. 187).

Ambas essas imagens da narrativa literária se complementam, pois é a partir da imagem verbal que é dado ao leitor a possibilidade de visualizar a imagem mental. É nessa correlação que se torna importante o conceito do signo linguístico, sua duplicidade constituída pela forma que é a imagem acústica, sonora e visual, emitida através da leitura, e o conceito que é o significado e a ideia.

A moda tem o poder de ser múltipla e de causar múltiplas sensações, impressões. A moda descrita, dita em palavras, é ainda mais ambígua, pois seu resultado é uma imagem mental, criada numa mente única, de leitor. Uma fotografia é capaz de transmitir sensações daquilo que representa através do imaginário do observador, o cheiro do tecido, do perfume da mulher, o toque deste, se é áspero ou suave. A nossa mente cria essas sensações que são pessoais, íntimas. Podemos imaginar o toque áspero de um tecido ao vê-lo impresso, mas sem os atributos da visão só nos resta a imaginação (SALOMON, 2011, p. 104).

A descrição do vestuário de um personagem, é um dos fatores que corroboram para a imagem mental e a compreensão deste durante a narrativa literária. Essa estratégia de construção literária dispõe uma visão dos personagens articulando as características psicológicas com as físicas e estéticas, guiadas pela imaginação e intenção do autor.

A roupa e a moda na literatura fornecem subsídios importantes no que se refere às informações sobre um dos aspectos mais simbólicos da cultura material: o modo de se vestir, denotando uma postura do corpo, ele sempre

revestiu a caracterização dos personagens. Historicamente, a literatura tem conferido à roupa uma importância primeira, como um código capaz de acessar conceitos, práticas, representações, como símbolo e recurso construtor de identidades sociais, culturais e de gênero. Ela sempre se valeu das roupas para dar substância aos seus personagens (DUARTE, 2011, p. 1).

O estudo dos personagens através da descrição do vestuário é muito significativo na afirmação identitária. Cores, formas, texturas, proporções, padronagens, são alguns dos fatores repletos de simbologia a serem interpretados e que podem informar ao leitor a localização histórica, situação econômica, religião, profissão, grupos de interesse social e inúmeros outros detalhes que compõem a personalidade descrita.

Nesta função o escritor usa todo o poder da moda para criar suas personagens, para enredar o leitor nas artimanhas do texto ficcional. Beneficiam-se as duas áreas, da moda e a da literatura. A moda confirma sua capacidade de dar significação, de construção de identidade, de construção e desconstrução de personalidade, de mascaramento, de agrupamento, enfim, tantas possibilidades. Já à literatura é permitido acesso a essas múltiplas possibilidades, levando o leitor ao deleite da verificação do real no ficcional, ou pelo menos daquilo que o faz pensar estar conectado com o real (SALOMON, 2011, p. 105).

A conexão do leitor com a ficção e as referências precisas ao mundo real são tão intimamente ligadas que, após passar algum tempo no mundo do romance, este mistura elementos ficcionais com referências à realidade, o leitor já não sabe muito bem onde está (ECO, 1994). Essa conexão influencia ainda, na economia da moda, quando os leitores, querendo maior proximidade com o universo literário, produzem e consomem artigos de moda inspirados nesses universos, um exemplo é a loja digital Mine Mine, que tem como objetivo trazer o universo mágico dos livros, contos e lendas através das roupas, como a marca afirma ela acredita que “a roupa tem o poder de nos transformar em quem quisermos ser: Através da dela nós podemos literalmente nos envolver em nossos sonhos e nos sentirmos em uma realidade diferente”.

Moda e literatura [...] possuem características comuns: ambas trabalham num espaço ficcional no qual o real e o imaginário se misturam, se fundem e se confundem. A moda também possibilita a criação de personagens ficcionais aos seres humanos de carne e osso, àqueles ditos “de verdade”. A todos nós é possível, através da moda, ser as personagens que quisermos. É dela o poder de mascarar, o poder de autoficção concedido

àquele que conhece suas regras e suas potências e com elas se deleita (SALOMON, 2011, p. 106).

Moda e literatura, combinadas, também têm a importante função de registro histórico. Quando analisadas as referências históricas, a moda tem uma ligação pertinente no estudo dos aspectos sociais, culturais e históricos da sociedade. Além disso, escritores contemporâneos se valem da história da moda como suporte na criação de personagens de outras épocas.

O espaço ficcional da literatura proporciona ao estudioso da moda uma fonte de informações importante para o estudo da moda de uma época, já que dali podem ser extraídos, além da moda, os costumes, o modo de viver da sociedade, o movimento sutil que ficou perdido em outras fontes. Então, podemos perceber que as relações entre a moda e a literatura podem ser às vezes extremamente sutis, mas são claramente identificadas em análises (SALOMON, 2011, p. 110)

Quando os livros se transformam em peças teatrais, filmes ou séries, a imagem literária é de suma importância na construção do figurino do personagem. O figurino na representação projeta inúmeros signos na metamorfose do ator. Ele, o figurino, é responsável pela materialização do personagem mesmo sendo a camada mais superficial, agregando assim, valor simbólico através da linguagem não verbal da moda. Consequentemente, o papel do figurino é visualmente narrar características do personagem através dessa simbologia.

Os símbolos são muitos e podem variar em diferentes culturas. Cores, materiais e formas são alguns dos principais aspectos comunicacionais quando os objetos em análise constituem a indumentária. O trabalho dos figurinistas é um exemplo da importância dos códigos da moda. Nessa profissão, torna-se imprescindível o conhecimento da linguagem da moda, especialmente nos casos de montagem de obras de época (STEFANI, 2005, p. 58).

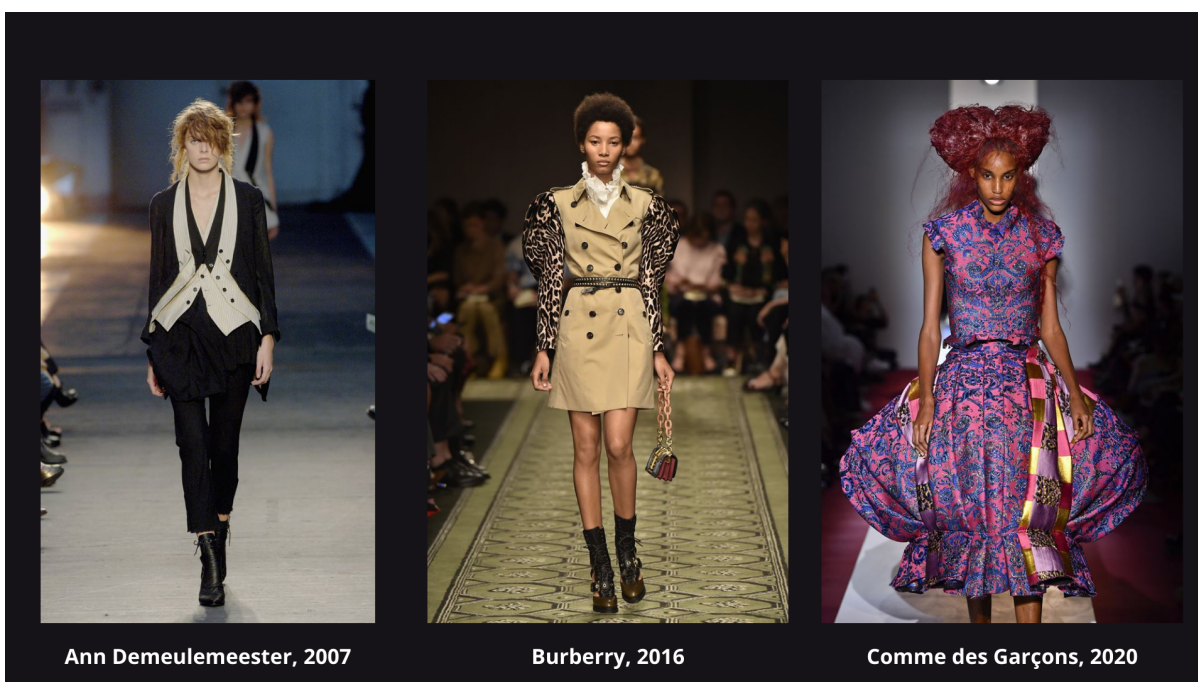
Na elaboração de um figurino, história (seja ela literária ou não) e moda se complementam para atuar nesse mundo de ficção. “Exemplos de personagens facilmente identificáveis apenas por seu figurino, são os super heróis, como: Homem Aranha, Batman e Superman” (STEFANI, 2005, p. 59). Logo, os figurinistas devem seguir um roteiro e possuir um amplo repertório de estudos histórico-sociais e comportamentais, de hábitos, cultura e simbologias para distinguir personagens por meio do visual.

5 MODA E LITERATURA NA OBRA: A SELEÇÃO (KIERA CASS,2012)

Moda e literatura são formas de linguagem muito presentes no cotidiano, e podem influenciar uma à outra. A moda possui um papel muito significativo na construção de personagens, proporcionando ao escritor um meio interessante de expressá-los. No entanto, a literatura também é importante no mundo da moda quando falamos em adaptações visuais, pois, auxilia o designer na construção de figurinos fiéis ao personagem a ser representado. Além disso, a literatura pode servir de inspiração para a produção de coleções de moda, pois ambas são o reflexo da expressão cultural das épocas.

O romance *Orlando* (Virginia Woolf, 1928), é um exemplo de literatura que inspirou coleções: a coleção de outono/inverno de 2007, da marca *Ann Demeulemeester*, outono/inverno 2016 da *Burberry*, e primavera/verão 2020 da *Comme des Garçons*, são exemplos de coleções inspiradas no romance de Virginia Woolf. Outro exemplo é o livro *Laranja Mecânica* que inspirou a coleção de outono/inverno 2019 da grife *Undercover*.

Figura 1 - COLEÇÕES INSPIRADAS NO ROMANCE ORLANDO



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Todavia, o presente objetivo da autora é, partir da ideia de que a moda do futuro é uma incógnita, criar uma coleção de figurinos inspirados na protagonista da obra *A Seleção*. Tal obra é um romance de ficção ambientado em um mundo futurista distópico que passou por uma reorganização global após uma Quarta Guerra Mundial. Illéa é a monarquia onde se passa a história (atual EUA), um país que conquistou a independência da China. Escrito pela norte-americana Kiera Cass, o livro é o primeiro de uma série que conta a história de America Singer. O enredo foi inspirado na história da rainha Ester (Bíblia) e no clássico conto da Cinderela. Assim como a rainha Ester, a protagonista é levada a participar de um concurso para ser a futura rainha.

Vivendo em uma sociedade dividida em oito castas, América é a filha do meio de cinco filhos, de uma família da quinta casta, consequentemente muito pobre. Por ser da casta dos artistas, América é muito talentosa em música, se destacando em canto, piano, violino e muitos outros instrumentos. A protagonista tem um namorado de casta ainda mais baixa que a dela, Aspen, o que torna o relacionamento secreto deles mais complicado.

O outro personagem principal é Maxon, o príncipe herdeiro de Illéa. Maxon, ao longo da obra, irá realizar uma seleção para escolher sua futura esposa. Para participarem deste evento, são escolhidas trinta e cinco jovens moças, com idade entre dezesseis e vinte anos para conhecerem o príncipe. Ao longo do evento, o mesmo irá escolher sua esposa entre as jovens selecionadas em uma espécie de *reality show*.

No entanto, América, por conta de seu relacionamento com Aspen, inicialmente recusa-se a realizar a inscrição para a seleção, contudo, por insistência de sua mãe, do namorado e devido a crença que não seria escolhida, se inscreve na Seleção e ela se torna assim, uma das trinta e cinco selecionadas.

Na manhã seguinte, vesti o uniforme das Selecionadas: calça preta, camisa branca e a flor da minha província um lírio no cabelo. Os sapatos eram escolha minha. Calcei sapatilhas vermelhas e gastas. Pensei que seria bom deixar claro desde o princípio que não tinha nascido para ser princesa (CASS, 2012, p. 82).

Na criação de um personagem, o autor deve sempre apresentar várias nuances do personagem para proporcionar credibilidade, afinal ninguém é totalmente perfeito e, tais nuances criam uma interação ou identificação entre leitor e personagem. Nesta obra, a autora apresenta América como uma personagem teimosa com “temperamento curto”, o que fica claro ao longo do livro. Teimosa e persistente, a protagonista adora tirar suas próprias conclusões, entretanto, sabe admitir seus erros. O maior medo de América ao entrar para a Seleção é, perder sua individualidade, detalhe este, que fica muito claro em algumas falas narradas na obra, principalmente quando ela opõe-se a alterar sua imagem.

Então, é o seguinte - disse um moreno baixo, conduzindo-me para o assento número seis. Precisamos conversar sobre sua imagem.

Ele ia direto ao assunto.

- Minha imagem?

Já não estava boa? Não foi ela que me levou até ali?

- Que impressão você quer dar? Com esses cabelos ruivos, podemos te deixar bem sedutora. Mas se essa não for sua jogada, pensamos em outra coisa- ele disse sem rodeios.

- Não vou mudar tudo em mim para arranjar um cara que nem conheço eu disse, enquanto em minha cabeça completava a frase com um "e de quem não gosto".

- Nossa, temos alguém especial aqui? - ele disse, como se fosse uma criança.

- E não somos todos especiais? (CASS, 2012, p. 101).

As características da personalidade da protagonista ainda são amparadas pela autora com a descrição da aparência da personagem: uma jovem mulher de pele pálida, cabelos vermelhos olhos azuis como o gelo. Essas são características marcantes na obra, considerando que a personagem não acreditava ser um problema decair no sistema de castas para casar com o ex-namorado que deixou ao entrar na Seleção e, atreveu-se a chutar a coxa do príncipe em um encontro.

Maxon deu um passo em minha direção. Minha respiração parou. Eu acabara de me meter na situação que mais temia. Nada de guardas, nada de câmeras, ninguém para evitar que ele fizesse sua vontade.

Meu joelho reagiu automaticamente. Sim. Dei uma joelhada na coxa de Sua Majestade. Com força. Ele berrou e levou as mãos à perna, cambaleando enquanto me afastava.

- Por que fez isso?

-Se encostar um dedo em mim, vou fazer pior! - ameacei.

- O quê?

- você encostar um dedo em mim...

-Não, sua louca. Eu ouvi da primeira vez - ele interrompeu, com uma careta de dor. Mas o que quer dizer com isso? (CASS, 2012, pg. 161)

Ao longo do evento, América defende suas ideias contrárias ao sistema de castas e não concorda com a premissa de várias garotas “disputarem” o príncipe em uma seleção. Porém, a partir do momento em que está participando da Seleção e vivendo no palácio, a trama distópica cerca todo o processo e mistérios são desvendados. A personagem, que até então repudiava o príncipe, se vê envolvida com ele em tramas históricas e desafios com as colegas do concurso.

Um ponto de destaque na trama é o vestuário da personagem, pois o mesmo segue a etiqueta da família real. As cores usadas por ela no decorrer do romance foram, principalmente, o azul, o verde⁵, o bege e o vermelho. Tais cores e seus significados, quando observadas, acrescentam muito sobre o desenvolvimento da personagem ao longo do livro.

Acabei escolhendo um vestido bege. Tinha bom caimento nos ombros, batia nos joelhos e ficava confortável na cintura. A moça que me ajudava disse que era um vestido para o dia e garantiu que os vestidos de noite estavam no meu quarto, para onde as outras araras logo seriam levadas (CASS, 2012, p.104).

Em termos metafóricos, o bege pode representar a falta de interesse. Por ser uma cor neutra é associada ao sentido prático e ao conservadorismo, ao tédio, à piedade e à fidelidade. Traz sentimentos de melancolia e sensações de calma e passividade. A falta de interesse da personagem no príncipe e em permanecer no castelo é o que acarretou na escolha de um vestido de tal cor. Entretanto, a mudança de cores em seu vestuário demonstra a mudança de pensamento e sentimentos da personagem que inicialmente só permaneceu na Seleção para ajudar a família que recebia um auxílio enquanto ela estivesse no castelo e pela comida.

O príncipe fitava a grama com o rosto cheio de preocupação. Parecia algum tempo. que essa ideia o estava infernizando já havia Ele respirou fundo e se voltou para mim. - E você, pelo que luta?
- Na verdade, estou aqui por engano.
- Engano?

⁵ Ao longo da coleção criada pela autora, o verde usado pelo personagem foi adaptado para o turquesa, por complementar melhor a coleção e ter mais afinidade com a imagem da personagem.

- É, mais ou menos. Bem, é uma longa história... Estou aqui. E não estou lutando. Meu plano é aproveitar a comida até você me chutar(CASS, 2012, p. 129).

Figura 2 - VESTIDOS BEGE



Fonte: Acervo pessoal da autora.

A cor mais usada pela personagem é o azul. Cor da simpatia, da harmonia e da fidelidade, apesar de ser fria e distante, é considerada a cor feminina e das virtudes intelectuais. Frequentemente encontrada na natureza, essa é a cor favorita de muitas pessoas no planeta e com suas inúmeras tonalidades, traz consigo inúmeros significados. Heller (2014), traz em seu textos que,

O azul é a cor de todas as ideias cujas realizações se encontram distantes. No violeta, está simbolizado o lado irreal da fantasia – o fantástico. Laranja, como a terceira cor da fantasia, simboliza o prazer das ideias malucas. Azul-violeta laranja, é esse o acorde da fantasia. Como cor da distância e da saudade, o azul é também uma cor do irreal, até mesmo do ludíbrio: quando alguém sugere acenar com o azul do céu aqui na terra, ou tenta iludir com névoa azulada, a vítima acaba ficando azul de susto (HELLER, 2014, p. 52).

E complementa,

Ao lado do azul, o verde atua de modo especialmente fresco – nessa combinação, o azul atua como cor da água. O verde azulado, o assim

chamado “turquesa”, é a cor favorita das piscinas – e de todos os acessórios de banho que devam propiciar uma sensação de frescor. No entanto, a regra de que o verde está ligado a uma sensação de coisa fresca, e de frescor, depende do produto. Uma toalha verde não parece mais fresca do que outra, vermelha; para um pão que se tornou verde, a associação é exatamente oposta. As significações que foram apreendidas pela vivência são decisivas (HELLER, 2014, p. 197).

Figura 3- VESTIDOS AZUIS



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Figura 4- VESTIDOS AZUIS



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Figura 5 - VESTIDOS TURQUESA



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Voltando a narrativa literária, por ter se tornado uma das favoritas para futura rainha, o estilo de América e de seus vestidos foram muito copiados (CASS, 2012, p. 258). Então, para valorizar a sua individualidade, as suas ajudantes lhe fizeram “um vestido vermelho estonteante que cintilava à luz fraca do pôr do sol” (CASS, 2012, pg. 257), alegando que toda garota deve brilhar de vez em quando. Nesse momento da narrativa, América já era amiga do príncipe e começava inconscientemente a se apaixonar por ele, o que combinado ao vestido vermelho, indica o amor e a paixão crescendo na personagem. Diferente de outros vestidos, que normalmente eram simples, os vestidos vermelhos combinam com a mensagem que a personagem transmite no livro: direta, clara, sincera e segura de suas ideias e opiniões.

Do amor ao ódio – o vermelho é a cor de todas as paixões, as boas e as más. Por detrás do simbolismo está a experiência: o sangue se altera, sobe à cabeça e o rosto fica vermelho, de constrangimento ou por paixão, ou por ambas as coisas simultaneamente. Enrubescemos de vergonha, de irritação ou por excitação. Quando se perde o controle sobre a razão, “vê-se tudo vermelho”. Pintamos os corações de vermelho, pois os enamorados acreditam que todo o seu sangue afluí ao coração. Também é assim em relação às rosas vermelhas e ao papel de carta vermelho: logo sugerem amor (HELLER, 2014, p. 103).

Figura 6- VESTIDOS VERMELHOS



Fonte: Acervo pessoal da autora.

São as multifacetadas dos personagens que apresentam seus sentimentos, contradições e crescimento ao longo da história, e as perguntas sobre seu passado que corroboram para a criação da persona de um personagem. América, por sua vez, é a filha do meio em uma família composta por cinco filhos. Ama seu trabalho com a música e sua irmã mais nova. Ao entrar para a Seleção, sua personalidade incorpora mudanças em suas nuances ao adentrar uma nova realidade, o que fica claro na mudança de seu vestuário. As ilustrações acima integram a coleção desenhada pela autora deste artigo e corroboram na descrição da personagem e sua transformação no decorrer da história, ao analisar as cores e seus significados na apresentação desse estudo da relação entre moda e literatura.

O tecido destaque dessa coleção é o tule, pois sua leveza retrata o romantismo principesco que caracteriza bem o romance e a personagem em sua simplicidade. Outro destaque, é o cetim que traduz a ideia do brilho próprio da riqueza das mais altas classes sociais.

Figura 7- PAINEL PERSONA



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Figura 8- PAINEL INSPIRACIONAL



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Figura 9- MAPA DA COLEÇÃO

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A interdisciplinaridade entre moda e literatura como objeto de pesquisa, resulta na relação linguística escrita e imagética. Tanto moda quanto literatura tem influência de seu período ou época de criação e ambas apresentam isso quando relacionadas a história. Fatores sociais, históricos e culturais induzem a moda e a literatura a determinados vieses de pensamento próprios de seu tempo. Em épocas passadas, essas influências foram transmitidas através de livros e revistas e, na Era Contemporânea através das mídias de comunicação, mas em todos esses períodos há pessoas de influência social ditando moda. Quando se trata de literatura, na ficção, a imaginação torna o futuro real através de inúmeras possibilidades já pensadas e descritas em inúmeros livros tais como, *Maze Runner*, *Divergente*, *Jogos Vorazes*...

Concluindo, a obra de literatura de ficção futurista apresentada neste artigo é o pensamento de alguém (Kiera Cass), de uma possibilidade de futuro imaginada. E a descrição da personagem, a relação entre moda e literatura, resultou em figurinos que transmitem a identidade e a mensagem da personagem em um cenário de futuro distópico romântico. Entendidos através do estudo de moda e literatura como forma de linguagem, seja ela mental, verbal ou visual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLOG FTC. **O significado das cores ao redor do mundo**. 19, abr. 2015. Disponível em: <<https://followthecolours.com.br/gotas-de-cor/o-significado-das-cores-ao-redor-do-mundo/>>. Acesso em: 19 out. 2021.

BLOG SIGNIFICADO DAS CORES. **Qual o significado da cor bege**. 11, set, 2015. Disponível em: <<https://significadodascores.com/qual-o-significado-da-cor-bege/>>. Acesso em : 05 nov, 2021.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito**: manifesto pela grande virada. 1º ed. São Paulo: Paralela, 2016.

CARVALHAL, André. **Como salvar o futuro**: Ações para o presente. 1º ed. São Paulo: Paralela, 2021.

CASS, Kiera. **A Seleção**. Tradução de Cristian Clemente. 1º ed. São Paulo: Seguinte, 2012.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: Classe, Gênero e Identidade das Roupas. Tradução Cristiana Coimbra. 2º ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.

DUARTE, Cláudia Renata. **Textos-tecidos**: A moda e a história na literatura. [S.l. : s.n.], Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, p.1062-1072. <<https://editora.pucrs.br/edipucrs/acessolivre/Ebooks//Web/978-85-397-0198-8/Trabalhos/22.pdf>> acesso em 10\09\2021.

FARACO, Carlos Emílio. **Literatura brasileira**. 17º ed. São Paulo: Ática, 2003

FRINGS, Gini Stephens. **Moda**: do conceito ao consumidor. Tradução de Mariana Belloli. 9º ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

GUIDA, Angela. NOGUEIRA, Bruna. **Moda e literatura**: Uma travessia pelas linhas do texto e do tecido de Grande sertão: veredas de Guimarães Rosa e da coleção A Cobra ri de Ronaldo Fraga. dObras. [S.l. : s.n.], v. 13, n. 28, p. 44-60, janeiro-abril de 2020.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. Tradução Maria Lúcia Lopes da Silva. 1º ed. ebook. São Paulo : Gustavo Gili, 2013.

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

MINE MINE. **Sobre nós**. [2020]. Disponível em: <<https://minemine.com.br/sobre-nos/>>. Acesso em: 07 nov. 2021.

SALOMON, Geanneti Tavares. **Moda e literatura: convergências possíveis**. Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte, São Paulo, V.4, N°2, p. 99-112, dezembro de 2011.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. 1º ed. ebook. São Paulo: Brasiliense, 2017.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda**. Tradução, introdução e notas por Artur Morão. 1.ª ed. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. Tradução de Maria Inês Rolim. 5º ed.[S.l. : s.n.]: Paz & Terra, 2008.

STEFANI, Patricia da Silva. **Moda e comunicação: a indumentária como forma de expressão**. Minas Gerais, 2005. 90 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) Universidade Federal de Juiz de Fora.

VILHAGRA, Leonardo Teixeira de Freitas. **Estudos de literatura : análise da narrativa em suas diversas manifestações**. 1º ed. ebook. Porto Alegre: Sagah, 2020.