Coordenadoria
do Curso de Letras
Língua Inglesa e suas Literaturas

Universidade Federal
de São João del-Rei

LÍVIA DE FREITAS NUNES

MODA E LITERATURA: UMA ANÁLISE INTERMIDIAL DE *O DIABO VESTE PRADA* DE LAUREN WEISBERGER

São João del-Rei
Janeiro de 2025

LÍVIA DE FREITAS NUNES

MODA E LITERATURA: UMA ANÁLISE INTERMIDIAL DE *O DIABO VESTE PRADA* DE LAUREN WEISBERGER

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenadoria do Curso de Graduação em Letras – Língua Inglesa e suas Literaturas, da Universidade Federal de São João del-Rei, como requisito parcial à obtenção do título de Licenciado em Letras – Língua Inglesa e suas Literaturas.

Orientador(a): Profa. Dra. Miriam de Paiva Vieira
Ênfase: Estudos Literários

São João del-Rei
Janeiro de 2025

Dedico este trabalho aos meus avós, Antonieta e Trindade.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Vanda e Luiz Cláudio, ao meu irmão, Vinícius, ao meu namorado, Zack, e a todos os meus familiares queridos, alguns dos quais já partiram, expresso meu mais profundo agradecimento pelo apoio e incentivo em todos os momentos desta jornada. Sem vocês, esta conquista não teria sido possível.

À minha orientadora, Miriam, registro minha sincera gratidão pela orientação, comprometimento e pelos ensinamentos valiosos. Sua atuação foi essencial tanto durante minha Iniciação Científica, quando fui inserida no campo da pesquisa e pude unir duas áreas pelas quais tenho grande entusiasmo, Literatura e Arquitetura, quanto recentemente, na elaboração deste Trabalho de Conclusão de Curso. Sua dedicação e expertise foram fundamentais para minha trajetória acadêmica e para a realização deste trabalho.

Agradeço também aos professores da Universidade Federal de São João del-Rei, em especial ao corpo docente do curso de Letras, que compartilhou conhecimento e contribuiu significativamente para minha formação ao longo desses anos.

Minha gratidão se estende à banca examinadora pela disponibilidade em avaliar meu trabalho e pelas valiosas contribuições e reflexões que, sem dúvida, enriquecerão ainda mais meu desenvolvimento acadêmico.

Por fim, agradeço aos colegas de turma e amigos com quem compartilhei momentos inesquecíveis, tornando esta jornada mais leve, enriquecedora e especial.

I shall be telling this with a sigh
Somewhere ages and ages hence:
Two roads diverged in a wood, and I—
I took the one less traveled by,
And that has made all the difference.

The Road Not Taken, de Robert Frost (1915)

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso explora o dialogismo entre a literatura e a moda através das noções de intermidialidade, isto é, a integração de estudos comparativos entre diferentes mídias e expressões artísticas. O objetivo é escrutinar a moda nos estudos de intermidialidade, ressaltando a verbalização do seu caráter intrínseco e performativo ao comunicar, transformar e encenar narrativas por meio das escolhas e apresentações de vestuário, situando-a como uma forma de mídia em si mesma. A metodologia adotada foi composta inicialmente pela leitura teórica dos temas centrais e do objeto literário em foco, seguida pela aplicação teórica na análise do objeto literário, isto é, a pesquisa é de cunho bibliográfico e exploratório. Já a organização da pesquisa está dividida em dois momentos. O primeiro é contextual e aborda a moda, a literatura e o objeto literário escolhido para análise: *O Diabo Veste Prada* (2003) de Lauren Weisberger. Já no segundo momento, teórico e analítico, consta um panorama sobre intermidialidade, de acordo especialmente com Rajewsky (2020) e Elleström (2021) e o entendimento de performance baseado em Schechner (2013). Em seguida, tem-se a análise das midialidades da moda encontradas na obra, conforme os três passos de Bruhn (2020), e a análise do que os vestuários comunicam e como contribuem para a narrativa. Dessarte, os resultados indicam que a literatura e a moda são mídias aliadas em potencial, proporcionando excelência na execução de ambas e sugerem a riqueza que se pode obter explorando mídias de forma aliada pelo viés da intermidialidade.

Palavras-chave: Intermidialidade, Literatura, Moda, Performance, *O Diabo Veste Prada*, Midialidades.

ABSTRACT

This Undergraduate Thesis explores the dialogism between literature and fashion through the notions of intermediality, that is, the integration of comparative studies between different media and artistic expressions. The aim is to study fashion into intermediality studies, highlighting the verbalization of its intrinsic and performative nature in communicating, transforming, and staging narratives through clothing choices and presentations, positioning it as a form of media in itself. The adopted methodology initially consisted of a theoretical reading of the central themes and the literary object in focus, followed by the theoretical application in the analysis of the literary object. In other words, the research is bibliographic and exploratory in nature. The organization of the research is divided into two phases. The first one is contextual and addresses fashion, literature, and the chosen literary object for analysis: *The Devil Wears Prada* (2003) by Lauren Weisberger. The second, theoretical and analytical, consists of an overview of intermediality, particularly according to Rajewsky (2020) and Elleström (2021), followed by an understanding of performance based on Schechner (2013). Finally, there is the analysis of fashion medialities found in the work, according to the three steps proposed by Bruhn (2020), and an analysis of what the clothing communicates and how it contributes to the narrative. Thus, the results indicate that literature and fashion are potentially allied media, providing excellence in the execution of both and suggesting the richness that can be obtained by exploring media in tandem through the lens of intermediality.

Keywords: Intermediality, Literature, Fashion, Performance, *The Devil Wears Prada*, Medialities.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....10
2 O TECIDO: MODA.....11
2.1 Um panorama sobre moda..... 12
2.2 Interseções e influências..... 18
2.3 A peça-chave: *O Diabo Veste Prada*.....21
3 A COSTURA: INTERMIDIALIDADE.....24
3.1 Linhas e pontos: Pressupostos Teóricos.....24
3.2 Criando Forma: Metodologia.....32
3.3 O Vestuário: Análise..... 34
3.3.1 Categorização das midialidades..... 34
3.3.2 O que os vestuários dizem e a construção da protagonista..... 42
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 45
REFERÊNCIAS.....48

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estampa da marca Prada baseada em Frankenstein……..19
Figura 2 - *Spring* (1881), pintura de Édouard Manet…….20
Figura 3 - *Portrait of Adele Bloch-Bauer I* (1907), pintura de Gustav Klimt……....20
Figura 4 - Capa do livro versão original em inglês (esquerda)……..22
Figura 5 - Capa do livro versão em português (direita)…….....22

1 INTRODUÇÃO

O romance *O Diabo Veste Prada* (2003), que ficou mais conhecido pela sua adaptação fílmica de mesmo nome estreada em 2006, chamou a atenção não apenas por sua trama envolvente e divertida, mas também pela rica representação da moda dos anos 2000. Escrita por Lauren Weisberger, a obra tem como enredo o período em que Andrea Sachs, uma estudante de jornalismo, se torna parte do mundo da alta costura nova-iorquina através do cargo de secretária do "diabo" Miranda Priestly, editora-chefe da revista de moda *Runway*. Assim, este estudo propõe-se a investigar a moda e a literatura de forma aliada.

A moda, embora tenha um sentido amplo, neste trabalho terá ênfase apenas no vestuário. Ao explorar a obra contemporânea, esta pesquisa pretende contribuir para o campo dos estudos literários, fornecendo uma perspectiva que compreende a literatura e a moda dentro dos estudos da intermidialidade, definida por Irina Rajewsky (2012) como o cruzamento de fronteiras entre as mídias. O conceito de mídia, todavia, é considerado além do entendimento comum de comunicação em massa neste trabalho. Portanto, a moda e a literatura são aqui consideradas mídias, uma vez que possuem caráter artístico e comunicativo.

A análise da moda em obras literárias, contribui significativamente tanto para os estudos de literatura quanto para os estudos de cultura e história, uma vez que o vestuário desempenha um papel crucial na construção da narrativa e da identidade dos personagens. Além disso, a moda é uma forma de comunicação que reflete os valores, as normas sociais e as tensões de uma época. No caso de *O Diabo Veste Prada*, a representação verbal da moda dos anos 2000 suscita uma reflexão sobre as pressões do mundo da moda, sobre aparência e identidade. Dessa forma, este estudo é relevante por contribuir para a compreensão de como a moda pode ser verbalizada e consequentemente usada como ferramenta narrativa.

Foi inspiração para este estudo o projeto de Iniciação Científica intitulado *Sucesso e Fracasso: relações entre o arquiteto e sua obra em Niemeyer: um romance, de Teixeira Coelho, e O arquiteto, peça de Rui Tavares*, também inserido na área da intermidialidade. Nele, investigou-se as características intrínsecas da arquitetura que poderiam ser transferidas para a literatura verbalmente, assim como as écfrases[1] arquitetônicas presentes nos objetos

[1] Grosso modo, "écfrase é a representação verbal de configurações reais ou fictícias compostas em uma mídia visual não cinética" (Clüver, 2019, p. 3).
Todas as traduções são de nossa responsabilidade.

literários. Com uma proposta semelhante, este trabalho pretende investigar as características intrínsecas da moda que podem ser transferidas para a literatura verbalmente e entender o que os vestuários comunicam. No entanto, a análise aqui proposta não contemplará écfrases de moda, ainda que contribua para futuras investigações neste campo.

O presente estudo tem como objetivo principal escrutinar a moda nos estudos de intermidialidade e estudá-la enquanto performance, utilizando-se o romance *O Diabo Veste Prada* como *corpus* para análise. Dessa forma, o estudo busca: a) Trazer um panorama sobre a moda e sua relação com a literatura; b) Identificar as características intrínsecas da moda que podem ser transmidiadas (Elleström, 2021) para a literatura por meio de palavras, isto é, identificar as midialidades (Bruhn, 2020) da moda presentes no livro; c) Explorar a moda "enquanto performance" (Schechner, 2013), isto é, o que as escolhas de vestuários comunicam, e escrutinar como eles contribuem para o desenvolvimento da narrativa.

Uma vez que o trabalho pretende uma maior integração dos estudos comparativos entre diferentes formas de comunicação e de expressão artística com ênfase nas interações entre a literatura e moda, a metodologia adotada para a realização do projeto consistiu inicialmente na leitura dos textos teóricos sobre moda, intermidialidade e performances; na leitura crítica do objeto literário; na análise da obra conforme os três passos de Bruhn (2020); no estudo do papel que a moda desempenha nele; e por fim a redação do presente trabalho.

A estrutura da pesquisa está dividida em duas partes principais. A primeira, de caráter contextual, explora a moda (Lipovetsky, 1987) e sua relação com outras artes, além de apresentar o objeto literário escolhido para o estudo. A segunda parte, teórico-analítica, oferece um panorama sobre a intermidialidade e conceitos relacionados, como mídia, modalidades e midialidades e, uma introdução a noção de performance. Em seguida, realiza-se a análise e discussão das midialidades da moda na narrativa, investigando também o que as escolhas de vestuário comunicam e como elas contribuem para a obra, com evidências textuais retiradas do romance.

2 O TECIDO: MODA

A origem etimológica da palavra moda vem do latim *modus* e do francês *mode*, que significa "moda, modo, maneira, voga, método, instruções quanto ao uso" (Florenzano, 1972, p. 212). Em convergência, segundo o dicionário Michaelis Online (2024), moda refere-se a:

> 1 Maneira ou estilo de agir ou de se vestir. 2 Sistema de usos ou hábitos coletivos que caracterizam o vestuário, os calçados, os acessórios etc., num determinado momento. 3 Conjunto de tendências ditadas pelos profissionais do mundo da moda. 4 Arte e técnica da indústria ou do comércio do vestuário. 5 Estilo próprio ou maneira típica de agir; maneira, modo. 6 Interesse excessivo ou fixação em algo; mania. (Dicionário Michaelis Online, 2024)

Nesse sentido, pode-se considerar a moda como um conjunto de tendências e estilos predominantes em um determinado período e contexto cultural. Essencialmente relacionada ao modo de vestir, incluindo roupas, acessórios, maquiagens, sapatos, penteados, a moda também pode incluir decoração, arquitetura, estilos de vida, formas de expressão artística como a música e o cinema e até mesmo redes sociais. Portanto, é comum utilizarmos a expressão “estar na moda” de forma abrangente para vários aspectos das nossas vidas. No entanto, neste trabalho, adota-se a perspectiva de Roland Barthes (1979), que abrange a Moda (com "M" maiúsculo), entendida como um sistema de signos, e a moda (com "m" minúsculo), referente ao vestuário propriamente dito.

2.1 Um panorama sobre moda

Ao refletir sobre o universo da moda, faz-se necessário esclarecer outras terminologias afins à moda, que, embora usadas muitas vezes como sinônimos, têm significados diferentes. São elas: indumentária, vestimenta, vestuário, figurino, traje e vestes.

Conforme o dicionário Michaelis Online (2024), observa-se que a indumentária está associada ao estudo do vestuário contextualizado a uma época e sociedade, ou seja, conforme diferentes momentos da história da humanidade. Já a vestimenta, está relacionada ao uso de qualquer veste ou objeto que cobre o corpo, normalmente apropriadas a ocasiões específicas, como cerimônias solenes religiosas e militares. O vestuário, por sua vez, seria o conjunto de peças de roupas, acessórios e calçados que formam uma composição. Já o figurino, normalmente relacionado às vestes utilizadas por atrizes e atores no cinema, TV e teatro, soam mais figurativos e artísticos. Por fim, o traje é relativo ao vestuário habitual para diferentes circunstâncias, como o traje social, o traje de passeio e o traje de luto. Além dessas terminologias, outro termo mencionado nesta elucidação que vale destacar é o termo vestes, que nada mais é do que a peça de roupa. Diante disso, fica evidente que, embora os termos tenham diferentes definições, eles mantêm uma afinidade.

Ainda que o homem tenha se coberto pela primeira vez há muito tempo, a noção de moda só surgiu séculos depois. Na antiguidade, segundo Paulo Debom (2018), os primeiros

indicativos de modismos estavam relacionados às cópias de penteados e barbas, normalmente utilizados pela elite e copiados pelas classes inferiores. Embora para o autor o modismo seja uma característica da moda, ele não é satisfatório para defini-la.

Para Gilles Lipovetsky (1987), em um primeiro momento, a moda passou a existir no Ocidente apenas na metade do século XIV, isto é, no final da Idade Média e início do Renascimento, quando o sistema ainda era aristocrático. Para o autor, antes desse período, a moda apenas evidenciava a divergência das classes sociais, os costumes e as tradições, e uma vez que a mobilidade social não acontecia de forma recorrente, o vestuário pouco se alterava:

> Ao longo dos séculos, os mesmos gostos, as mesmas maneiras de fazer, de sentir, de vestir-se vão perpetuar-se, idênticas a si mesmas. 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, 1987, p. 28)

No entanto, a partir do Renascimento, novas relações econômicas, sociais, políticas e culturais emergiram, afetando também o modo de vestir. Se por um lado a moda permitiu o individualismo, já que ele era expresso por meio de nobres que promoviam as novidades e eram "líderes do gosto e da graça na alta sociedade" (Lipovetsky, 1987, p. 41-42), por outro lado, a moda também permitiu a imitação, uma vez que é "[...] em razão do desejo dos indivíduos de assemelhar-se àqueles que são considerados superiores, aqueles que brilham pelo prestígio e pela posição, que os decretos da moda conseguem propagar-se [...]" (Lipovetsky, 1987, p. 37). Assim, a moda se torna uma dicotomia, em que novidades surgem de forma individualista e logo que copiadas, perdem essa essência.

Nessa perspectiva, faz-se necessário elucidar que a moda não chegou às classes menos abastadas dessa época e que apenas a burguesia, embora nunca conseguisse se igualar à nobreza, detinha condições de tentar. Como uma classe em ascensão, a burguesia aspirava por poder, levando-a a buscar modos que a equiparassem à nobreza, sendo o vestuário um deles. Todavia, ao se sentir ameaçada, a nobreza propôs as Leis Suntuárias que perduraram até o século XVIII, como forma de conter a imitação que poderia levar à indistinção entre nobreza e burguesia. De forma semelhante, o escritor alemão Norbert Elias, em seus livros *A Sociedade da Corte (1969)* e *O Processo Civilizador (1939)*, buscava demonstrar como o

conceito de civilização surgiu após a Idade Média, evidenciando não somente como o vestuário tinha papel de distinção social, mas também de recato, postura e de decoro, assim como a etiqueta e a língua usada tinham, e que foram fundamentais para o processo de civilização da sociedade.

Nesse mesmo período, roupas masculinas foram distinguidas de roupas femininas, sendo as calças designadas aos homens e os vestidos às mulheres, sem contar os diferentes adornos que cada sexo utilizava para destacar tanto os atributos corporais quanto o papel social de cada um (Debom, 2018, p. 13). Nesse sentido, Lipovetsky (1987) destaca que a partir do século XIX, houve uma mudança em que as roupas femininas passaram a ganhar mais destaque do que as masculinas:

> Ainda no século de Luís XIV, o vestuário masculino é mais rebuscado, mais enfeitado com fitas, mais lúdico (o calção bufante) do que os trajes femininos. A influência das modificações do equipamento militar sobre a moda masculina não impediu de modo algum o processo fantasista de ser dominante e de jogar com os signos viris: a moda colocou em cena e sofisticou os atributos do combatente (esporas douradas, rosas na espada, botas guarnecidas de rendas etc.), assim como simulou o "natural". Será preciso esperar a "grande renúncia" do século XIX para que a moda masculina se obscureça diante da feminina. (Lipovetsky, 1987, p. 34)

Já após os acontecimentos marcantes da era moderna, em especial a Revolução Industrial e, logo, a criação da primeira máquina de costura funcional em 1829 pelo francês Barthélemy Thimmonnier, que foi remodelada em 1850 e inserida na indústria por Isaac Singer (Debom, 2018, p. 21), Lipovetsky (1987) reflete sobre o segundo momento da moda iniciado em meados do século XIX, em que surgem a alta costura e as confecções. De acordo com o autor, elas são definidas como:

> [...] as duas chaves da moda de cem anos, sistema bipolar fundado sobre uma criação de luxo e sob medida, opondo-se a uma produção de massa, em série e barata, imitando de perto ou de longe os modelos prestigiosos e *griffés* da Alta Costura. (Lipovetsky, 1987, p. 62)

No terceiro momento, iniciado nos anos 1960 e com duração até hoje, a moda ganhou a noção mais próxima do que temos na atualidade, ou seja, ela passou a ser mais democrática. Nesse período, a moda tornou-se industrial e capitalista, visando o aumento da produção, o consumo e o lucro. Os estilistas renomados, mesmo que ainda tenham influência, não mais ditam o que está na moda, pois agora a criação de designs tornou-se mundial. As roupas não apenas distinguem classes, como também são meios de expressar autenticidade, identidade, culturas e valores. A moda, antes dominada por homens, a partir do século XIX e em especial

depois da Segunda Guerra Mundial e da crescente presença da mulher na vida pública, passa a ser consumida estereotipicamente pelo sexo feminino. Na segunda metade do século XX, o vestuário jovem se distingue marcantemente do adulto, impulsionado por movimentos sociais e culturais. Por outro lado, a moda também associou-se à estética, às mídias de comunicação e ao consumo exagerado. Portanto, ela torna-se um fenômeno mais dinâmico e de maior escala.

Assim como já sabemos pelo senso comum, a alta costura está associada à criação de vestes exclusivas e consequentemente mais caras, enquanto a confecção, também conhecida como *Prêt-à-Porter* ou *Ready to Wear,* se relaciona com a produção em massa de vestes padronizadas com preço acessível. Por isso, marcas como Gucci, Prada e Chanel, associadas a uma posição social elevada, são acessíveis apenas a pessoas com alto poder aquisitivo. Em contraste, marcas populares como Shein e lojas de departamento como Riachuelo e Zara são mais acessíveis economicamente, atingindo uma parcela maior da população.

Quanto à sua função, a moda, segundo John Flügel (1966), teria três propósitos. Dentre eles, a moda serve para enfeitar, uma vez que o ser humano utiliza-se dela para se diferenciar e destacar socialmente. Para exemplificar tal propósito, valemos do exemplo já mencionado sobre a relação da burguesia e da nobreza no final da Idade Média, em que uma das propostas de limitação quanto às vestes presentes nas Leis Suntuárias exprimia que as cores púrpura, azul, vermelho e dourado, só podiam ser utilizadas por nobres, enquanto as classes inferiores usavam cores beges e marrons (Vieira, T. 2017, p. 48). Além disso, a moda também tem a função de proteger o homem das intempéries do tempo. Não à toa, os homens pré-históricos utilizavam peles de animais como vestimenta para se protegerem das condições atmosféricas, e desde este entendimento, as vestes foram aprimoradas para atender também a este propósito, uma vez que funcionam como isolante térmico, impermeabilizante, ventilação e proteção solar, dependendo dos materiais que as compõem. Por fim, outro propósito seria o pudor, especialmente influenciado pela religião, normas sociais, questões de gênero e evolução histórica.

Esses três propósitos da moda descritos por Flügel (1966) — enfeitar, proteger e preservar o pudor — não são mutuamente exclusivos, mas frequentemente se sobrepõem e ocorrem de forma simultânea. O vestuário pode combinar estilos que refletem status social, com materiais técnicos que oferecem proteção contra o clima e padrões que atendem a códigos de vestuário impostos por normas culturais e religiosas. Por exemplo, uma calça social feminina da marca Prada, feita de couro e lançada na coleção de inverno da grife, remete a uma peça de roupa com valor maior e logo reflete o poder aquisitivo de quem a

consome. Ademais, por ser feita de couro, remete a uma peça de roupa apropriada para contenção de calor, e logo muito utilizada no inverno, seguida pela noção cultural de que calças cobrem mais o corpo e que por isso, seria ideal para um evento social mais formal. Assim, a moda não se limita a um único propósito, mas integra múltiplas funções que interagem e se complementam para atender às necessidades humanas de maneira abrangente.

Sob outra perspectiva, a moda pode ser entendida em duas vias. A primeira seria generalista, em que os indivíduos se vestem de formas semelhantes com base na imitação, influenciados por tendências de origens sociais, econômicas, políticas e tecnológicas. Para Luciana Dulci (2019), este aspecto direciona ao sentimento de pertencimento a um determinado grupo:

> Essa imitação se dá com vistas a promover uma integração, um laço sociativo entre pessoas com valores, crenças e práticas semelhantes, existindo também a possibilidade de agrupar os que intencionam com estes se identificar. Desta imitação sociativa originam-se grupos de estilo na moda que utilizam o vestuário como veículo material da expressão ideológica de sua visão de mundo e posição social. As semelhanças que integram os membros de grupos de identificação servem também para separar e distinguir os que dela não fazem parte. (Dulci, 2019, p. 7)

A segunda via, em contrapartida, seria a individualista, onde os indivíduos tiram vantagem do vestuário para demonstrar autenticidade, ou seja, como forma de expressão pessoal, refletindo identidades e valores. De modo semelhante, a moda funciona como um meio de manifestação dos nossos sentimentos e pensamentos, embora ela também possa ser utilizada para enganar, isto é, manipular a imagem com o intuito de manifestar algo que não é verdade. Dessa forma, a moda pode ser tanto utilizada como recurso de inclusão quanto de diferenciação e de comunicação *per si*.

Incluindo indústrias de vestuário, acessórios e beleza, a moda movimenta o comércio mundial, facilitado pela globalização, isto é, pela intensificação dos fluxos de capitais, mercadorias, pessoas e informações no mundo, influenciando diretamente a economia e cultura das sociedades em escala geográfica; e pela tecnologia que desempenha um papel essencial cooperando com a promoção, inovação e criatividade. Com a globalização da moda, porém, a produção e o consumo em massa de roupas no mundo, que refletem não apenas os produtos, mas também a imagem social e o valor simbólico que estes carregam, têm se tornado um desafio contemporâneo.

Para mais, na modernidade a moda passou a desempenhar um papel central na construção e promoção de padrões de corpo e estética, principalmente no que tange o sexo

feminino. Através das indústrias de moda e mídia os corpos são idealizados, gerando uma pressão social sobre os indivíduos para alcançarem tais padrões. Esse fenômeno pode ser observado através da padronização de tamanhos e de silhuetas, que frequentemente exclui a diversidade de corpos e exalta, em especial, a magreza, promovendo padrões muitas vezes inatingíveis. Além disso, a globalização da moda e das mídias sociais intensificaram a disseminação desses ideais, reforçando estereótipos e moldando as percepções de beleza e autoestima das pessoas. Dado isso, a moda contribui para a construção e manutenção de padrões corporais que influenciam a relação dos indivíduos com seus próprios corpos.

Por outro lado, a moda tem caráter temporal e cíclico, uma vez que muitas tendências surgem, desaparecem e retornam depois de certo tempo, com novas formas, fomentando diretamente o consumo. Por conseguinte, o movimento *slow-fashion*, ou seja, que considera relevante a noção de sustentabilidade na moda, tem crescido no século XXI em resposta ao movimento *fast-fashion,* que embora democratize o acesso à moda, levanta questões sérias sobre sustentabilidade ambiental e ética trabalhista, uma vez que a produção é maior e as peças tornam-se obsoletas. Nesse viés, os brechós, que prolongam a vida útil das peças de roupa, representam um exemplo importante de sustentabilidade na moda e já não são vistos mais como um recurso utilizado por pessoas menos favorecidas, mas sim como um recurso *aesthetic* que leva à autenticidade e revive tendências passadas. Assim, segundo Massimo Baldini (2006 apud Dulci, 2019, p. 21), a moda deixa de ser exclusivamente um fenômeno social vertical que advém das classes superiores em direção às inferiores, como visto anteriormente, e passa a ser também horizontal, ou seja, entre classes semelhantes.

Considerando ainda seu caráter temporal, a moda está vinculada a um momento histórico, uma vez que é um fenômeno social. Para alguns autores, tais como Regina Catellani, a própria definição de moda já inclui este sentido:

> Modo temporário de se vestir, regulado pelo gosto e pela maneira de viver de determinado grupo humano, em determinado momento histórico. Moda é a forma que o vestuário adota em certos momentos, influenciada pelos movimentos artísticos, econômicos, sociais, políticos e religiosos que o mundo experimenta. (Catellani *apud* Salomon, 2010, p. 20)

Deste modo, é possível reconhecer uma época por meio da moda, ou melhor, pelo modo como a sociedade se veste. Valendo-se dos anos 2000, período em que o romance *O Diabo Veste Prada* foi escrito, por exemplo, a moda foi marcada pelas calças de cintura baixa e as blusas curtas conhecidas como *cropped*, popularizadas por celebridades como Britney Spears, refletindo a cultura pop. Já as calças boca de sino e estampas psicodélicas remetem

aos anos 1970, evocando o espírito livre da época. Portanto, esses são exemplos de como as tendências de moda capturam o *zeitgeist* de uma época.

Em suma, a moda, ao longo da história, não se limitou a ser um simples reflexo das tendências estéticas, mas tornou-se um fenômeno social dinâmico, interligado às transformações culturais, econômicas e políticas, ampliando suas funções para além de proteger e enfeitar, atuando também como um mecanismo de preservação do pudor. Como um fenômeno multifacetado, a moda evolui ao lado da sociedade, adaptando-se às suas necessidades e moldando o comportamento humano. Ao mesmo tempo, reflete as dinâmicas sociais-históricas, influenciando tanto o consumo quanto a construção de identidades, e a percepção de padrões estéticos. No entanto, a globalização trouxe desafios significativos, como a imposição de padrões corporais e o impacto ambiental. Em resposta, iniciativas como o *slow fashion* e os brechós mostram que, embora a moda esteja intrinsecamente ligada ao consumo, há uma crescente conscientização sobre a necessidade de práticas mais sustentáveis e inclusivas.

2.2 Interseções e influências

A relação entre a moda com outras expressões artísticas, levam a exploração da estética e do simbolismo, refletindo e enriquecendo tanto o mundo da moda quanto o universo artístico. Equitativamente, Camila Silva, Joana Monteleone e Paulo Debom (2019) consideram:

> A moda constitui-se em um campo de pesquisa que ultrapassa as fronteiras disciplinares. A marca registrada de quem a estuda é a pluralidade de percepções do objeto, olhares, abordagens e interpretações. Estudar sua história significa fugir às abordagens convencionais, caminhar pelas diferentes disciplinas em meio a trilhas repletas de nós, pontos e pespontos, ou seja, lançar-se na complexa teia onde diferentes saberes se entrelaçam de forma harmoniosa, ou não. Significa enveredar por caminhos transdisciplinares, ou seja, itinerários que não podem ser definidos por qualquer disciplina acadêmica, mas sim pela conjunção de muitas delas simultaneamente. (Silva, Monteleone, Debom, 2019, p. 15-16)

Nesse sentido, este trabalho é um exemplo que manifesta esse aspecto abrangente e interdisciplinar da moda, valorizando essencialmente também por outras áreas afins como história, sociologia e comunicação. Assim, antes de entender a relação entre moda e literatura pelo viés da intermidialidade e da performance, pode-se explorar essa interseção e influência por meio de exemplos concretos.

A moda desempenha um papel significativo em várias narrativas literárias, não apenas

como adorno, mas como um elemento crucial para o desenvolvimento dos personagens e do enredo. No romance *Dom Casmurro* (1899) de Machado de Assis, por exemplo, como postulado por Geanneti Salomon em seu livro *Moda e Ironia em Dom Casmurro* (2010), as descrições detalhadas das vestimentas dos personagens Capitu, Bentinho e Escobar, oferecem *insights* profundos sobre sua posição social, personalidade e o contexto histórico da época. Assim, a moda na literatura não é apenas um detalhe superficial, mas um componente que molda a percepção dos personagens e suas histórias.

Por outra perspectiva, várias coleções de moda foram inspiradas em obras literárias, traduzindo as narrativas e personagens de livros em peças tangíveis. O monstro Frankenstein, protagonista do livro *Frankenstein ou o Prometeu Moderno* (1831), de Mary Shelley, inspirou estampas criadas pela Prada (figura 1).

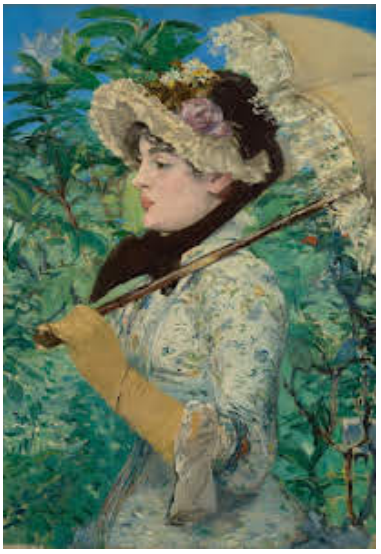
Figura 1 - Estampa da marca Prada baseada em Frankenstein.

Fonte:https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/livros-que-inspiraram-colecoes-de-moda-para-ler-no-isolamento

A interação entre moda e artes visuais, como a pintura, também revela uma troca de influências. Pintores como o francês Édouard Manet e o austríaco Gustav Klimt são conhecidos por suas representações detalhadas de vestimentas (que eram muitas vezes elaboradas com o intuito de se apresentar bem na retratação), o que não só documenta a moda da época, mas também a incorpora como uma parte intrínseca de seu estilo artístico pessoal. As obras de Manet, por exemplo, frequentemente apresentam figuras femininas com vestuários que retratam a essência da moda parisiense do século XIX, como os vestidos

volumosos, os lenços, as sombrinhas, as luvas e adornos na cabeça (Cardoso, 2015, p. 33), refletindo e, por vezes, desafiando as convenções sociais da época (figura 2). De forma semelhante, Klimt utilizava a moda como ornamentação e simbologia em suas obras, destacando como a estética do vestuário pode complementar e enriquecer a expressão artística (figura 3).

Figura 2 - *Spring* (1881), pintura de Édouard Manet.



Fonte: The J. Paul Getty Museum - Google Arts & Culture.

Figura 3 - *Portrait of Adele Bloch-Bauer I* (1907), pintura de Gustav Klimt.

Fonte: Neue Galerie New York - Google Arts & Culture.

Portanto, a interseção entre moda, literatura e pintura é um testemunho da influência recíproca entre essas formas de expressão. A moda serve como um meio de materializar e visualizar narrativas literárias através de imagens mentais criadas pelos seres humanos, enquanto a literatura e a pintura oferecem contextos e significados que aprofundam a compreensão da moda. Esse diálogo interdisciplinar não só enriquece a criatividade e a inovação dentro de cada campo, mas também ajuda a moda a transcender seu papel, tornando-se uma expressão profunda e diversificada da experiência humana e cultural.

2.3 A peça-chave: *O Diabo Veste Prada*

A moda na literatura desempenha um papel fundamental no desenvolvimento das narrativas, como é evidente em *O Diabo Veste Prada*. Mais do que um simples pano de fundo, a moda atua como um elemento narrativo essencial, definindo personagens, construindo conflitos e explorando os temas centrais do romance.

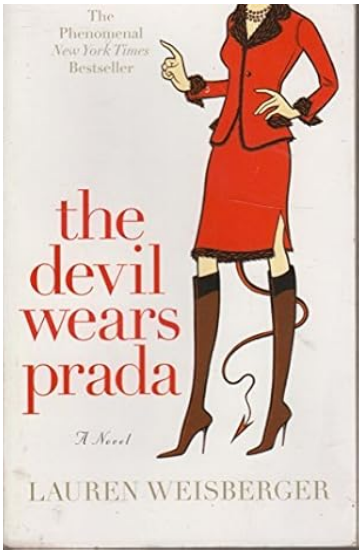
O enredo do livro centra-se na história da protagonista Andrea Sachs (ou Andy), uma jovem recém-formada em jornalismo, que conquista o cargo de segunda assistente da editora de moda Miranda Priestly na revista *Runway*, imergindo-se rapidamente no cenário da alta costura em Nova York. Nesse contexto, a narrativa aborda as situações desafiadoras enfrentadas por Andrea, uma vez que Miranda é uma chefe temida e exigente, que necessita do trabalho de seus funcionários a todo tempo. Diante da sobrecarga no trabalho, Andrea precisa tomar decisões difíceis, enfrentar os dilemas da moda e equilibrar carreira e vida pessoal. Ao longo do enredo, todavia, a transformação da protagonista não se limita apenas ao âmbito profissional, mas também abrange mudanças em sua aparência, evidenciando a pressão para atender aos padrões estéticos impostos pelo mundo da moda e a dualidade entre a imagem exterior e a autenticidade interior. Assim, *O Diabo Veste Prada* oferece um vislumbre dos bastidores da indústria da moda e reflete sobre como esse universo pode impactar a identidade individual e as escolhas pessoais.

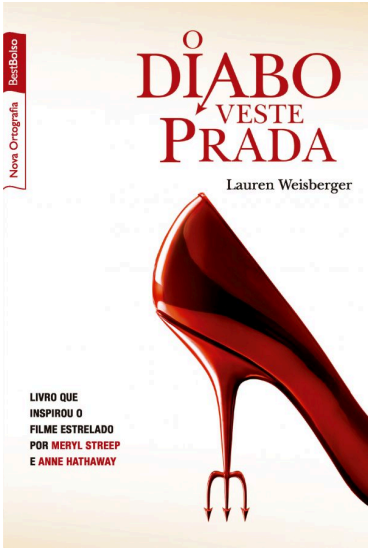
A história é narrada em primeira pessoa, sob a focalização da protagonista, Andrea. Isso permite que o leitor entre na mente de Andrea, experienciando seus dilemas e angústias enquanto ela é sugada pelo ritmo intenso do ambiente da *Runway*. Essa perspectiva enriquece a narrativa com observações sarcásticas e bem-humoradas sobre o mundo da moda e seus excessos.

No início, Andrea não se importa com roupas ou estilo, o que a diferencia do ambiente elitista e sofisticado da revista. Esse desprezo, porém, alimenta o conflito entre ela e sua

chefe, além de destacar a pressão para se adequar às expectativas impostas. Depois de um certo tempo, Andrea, atormentada, decide mudar. À medida que ela começa a adaptar-se ao mundo da moda, sua transformação externa, isto é, suas roupas e aparência, refletem também uma mudança interna, evidenciando que ela está sendo consumida pelo mundo da moda e pela busca por aceitação no ambiente de trabalho. Além disso, o valor simbólico das roupas e marcas de luxo reflete o status social e profissional no universo da *Runway*. Nesse contexto, Miranda, personificação do "diabo", utiliza sua autoridade para controlar e moldar aqueles ao seu redor. Dessarte, o livro mostra a complexidade por trás das escolhas de estilo e como a moda molda as percepções.

Figura 4: Capa do livro versão original em inglês (esquerda).
Figura 5: Capa do livro versão em português (direita).





Fonte: https://www.amazon.com/The-Devil-Wears-Prada/dp/096575281X
Fonte: https://www.record.com.br/produto/o-diabo-veste-prada-edicao-de-bolso/

Escrito pela estadunidense Lauren Weisberger e publicado pela editora Doubleday em 2003 (figura 4), o livro foi traduzido por Ana Luiza Dantas Borges e lançado no Brasil pela editora Record em 2004, porém, a versão aqui utilizada é da editora BestBolso, de 2009 (figura 5). A obra apresenta acontecimentos inspirados nas experiências pessoais da autora, que trabalhou como assistente de Anna Wintour, editora da revista Vogue norte-americana, logo após se formar na universidade. No entanto, foi em 2006 que a obra tornou-se mais popular devido à adaptação fílmica de mesmo nome, dirigida por David Frankel e estrelada

por Anne Hathaway como Andrea, Meryl Streep como Miranda e Emily Blunt como Emily Charlton, a assistente sênior de Miranda. O filme foi indicado a diversas premiações[2] e foi o 12º filme de maior bilheteria do mundo em 2006. Em 2024, foi anunciada a sequência do filme, que até o momento, sabe-se que será produzida pela Disney, contará com parte do elenco original, em especial Meryl Streep e Emily Blunt que serão rivais, e abordará o declínio das revistas impressas e a ascensão da era digital. Além disso, a obra ganhou um musical que estreou em outubro de 2024. A peça teatral foi lançada no Dominion Theatre, em Londres, e teve Elton John como responsável pela trilha sonora.

Fatores combinados contribuíram para o sucesso da obra, como o fato de retratar o mundo da alta costura, ter personagens icônicos (em especial devido ao filme), ter o conflito de valores como um dos temas centrais que reflete a experiência humana, ter humor e drama e mostrar a aspiração pelo sucesso, que diretamente cria um contraste entre vida comum e vida glamorosa. Partindo deste ponto, o livro foi o objeto escolhido para ser analisado neste trabalho, pois não apenas as experiências da autora foram levadas para a narrativa fictícia, mas essencialmente os aspectos que envolvem o mundo da moda e as próprias vestes. Nesse contexto, os anos 2000 trouxeram um contraste entre a alta costura e a produção das confecções, com Nova York destacando-se como um polo de diversidade e inovação, além da grande capital da moda, Paris. Ademais, a mídia e o surgimento da cultura de celebridades e influenciadores tiveram um papel central na popularização de um estilo que permanece nostálgico e referenciado. Dessa forma, a moda, representada pelas vestes, será aqui analisada por meio da literatura, essencialmente verbal.

Em sua obra *O Sistema da Moda* (1967), Barthes faz uma abordagem análoga, que considera a moda no nível verbal. De acordo com o autor, a moda, dentro dos estudos semióticos, pode ser dividida em três categorias, sendo elas o vestuário-imagem, o vestuário-escrito, que é o que nos importa aqui, e o vestuário-real. A primeira diz respeito a moda desenhada ou fotografada, isto é, representações visuais das roupas. Já a segunda diz respeito à moda descrita, ou seja, no nível lexical. E por fim, a última considera a moda ao nível material, ou seja, tangível. Portanto, os estudos sobre a moda ao nível verbal não são recentes.

Diversos estudos acadêmicos já utilizaram a adaptação fílmica como objeto de análise.

---

[2] 2006 - Prêmios Satellite - Melhor atriz comédia ou musical - Meryl Streep (venceu).
2006 - Prêmios Satellite - Melhor figurino - Patricia Field (venceu).
2007 - Prêmios Globo de Ouro - Melhor atriz comédia ou musical - Meryl Streep (venceu).
2007 - Oscar - Melhor atriz - Meryl Streep (indicada).

Natália Costa (2010), por exemplo, utilizou o filme para investigar a construção da identidade feminina através do vestuário. De forma semelhante, Cristina Freire (2010) abordou o fazer da moda no corpo vestido como vitrine de identidades. Já investigando a moda como comunicação, Laiana Silveira e Frantieska Schneider (2019) exploram a semiótica da moda. Diferentemente desses trabalhos, o presente estudo adota o romance de Weisberger e a intermidialidade como ponto de partida para investigar as relações entre o livro e a moda, além de utilizar a noção de comunicação de forma integrada ao conceito de performance.

3 A COSTURA: INTERMIDIALIDADE

Nesta seção, serão expostos os pressupostos teóricos que fundamentam esta pesquisa, com foco nas abordagens de intermidialidade e performance. Em seguida, será apresentada a metodologia adotada para a condução da análise, seguida da exposição e discussão dos resultados obtidos.

3.1 Linhas e pontos: Pressupostos Teóricos

Os estudos sobre intermidialidade advém do campo da Literatura Comparada e, desde os anos 1980, têm sido objeto de conceitualização. Contudo, devido ao avanço tecnológico e ao surgimento de novas mídias, encontramos uma diversidade de conceitos e aplicações, que variam entre autores e disciplinas, levando-nos a entender que a intermidialidade é um campo de estudos amplo e em expansão.

Neste contexto, países como Alemanha, Suécia, Brasil e Canadá são, com ênfase nos anos 2000 em diante, centros de pesquisa referência em intermidialidade, e embora este atual cenário de destaque para os estudos sobre intermidialidade tenha influenciado uma variedade de possibilidades de interpretações e perspectivas, ainda não foi encontrado em consenso uma única definição para intermidialidade. Dessa forma, a seguir, serão apresentados os conceitos e entendimentos que se fazem importantes para esta pesquisa.

Os estudos anteriormente reconhecidos sob o nome de interartes foram incorporados aos estudos de intermidialidade, pois esta abrange uma variedade mais ampla de recursos. Isso inclui não apenas as artes tradicionais, mas qualquer forma de mídia, uma vez que "Decidir o que é arte depende do contexto, da circunstância histórica, do uso, e das convenções locais." (Schechner, 2013, p. 32)[3]. Em sintonia, Claus Clüver (2006), um dos principais estudiosos da

[3] No original: "Deciding what is art depends on context, historical circumstance, use, and local conventions."

área, explica:

> Intermidialidade diz respeito não só àquilo que nós designamos ainda amplamente como "artes" (Música, Literatura, Dança, Pintura e demais Artes Plásticas, Arquitetura, bem como formas mistas, como Ópera, Teatro e Cinema), mas também às "mídias" e seus textos, já costumeiramente assim designadas na maioria das línguas e culturas ocidentais. Portanto, ao lado das mídias impressas, como a Imprensa, figuram (aqui também) o Cinema e, além dele, a Televisão, o Rádio, o Vídeo, bem como várias mídias eletrônicas e digitais surgidas mais recentemente. (Clüver, 2006, p. 18)

Segundo Irina Rajewsky (2020), "[...] a intermidialidade pode servir antes de tudo como um termo genérico para todos aqueles fenômenos que (como indica o prefixo inter) de alguma maneira acontecem entre as mídias." (Rajewsky, 2020, p. 3). Ao considerar esta abordagem, os fenômenos intermidiais podem ser categorizados em três tipos, conforme a autora, sendo: a) Transposição Intermidiática: quando há um processo de transformação de uma mídia fonte em outra mídia nova diferente. O maior exemplo é a adaptação fílmica de romances; b) Combinação de Mídias: quando existe a co-presença entre diferentes mídias ou de duas formas midiáticas de articulação, cada uma contribuindo com sua própria individualidade na construção do todo. Um exemplo popular é o cinema, que combina teatro com fotografia; e por fim c) Referência Intermidiática: quando há referência ou evocação de elementos, ou estruturas de outras mídias na mídia principal. Neste quesito, as écfrases , que a grosso modo pode-se dizer que são descrições verbais detalhadas e vívidas de algo que está ausente e que é recriado na mente do leitor como se estivesse presente, se destacam. Deste modo, a primeira categoria foca na relação entre duas mídias e as outras duas categorias focam na presença de uma mídia dentro da outra.

Com base na categorização proposta por Rajewsky (2012) e nos nossos objetivos para este trabalho, pode-se definir que nossa análise se encontra na categoria da Referência Intermidiática, dado que o nosso foco é a investigação da presença da moda dentro do objeto literário escolhido.

Conforme os conceitos apresentados, consideramos a intermidialidade neste trabalho como uma categoria analítica. Segundo Ana Luiza Ramazzina-Ghirardi (2022), "novas compreensões sobre as relações entre diferentes práticas artísticas, culturais, configurações e produtos materiais se apresentam como possibilidade de investigação" (Ramazzina-Ghirardi, 2022, p. 19). Isso "inclui práticas artísticas e culturais de todo tipo (textos, filmes, performances, pinturas, instalações, HQs, video games, blogs, internet, logotipos etc.)" (Rajewsky, 2020, p. 73). Em vista disso, a moda também pode ser objeto de investigação.

Partindo dessa introdução, é necessário esclarecer o que seria uma mídia. Atualmente, a sociedade entende a mídia como meio de comunicação ou difusão em massa, isto é, redes sociais, televisão, rádio, etc. Porém, nos estudos sobre intermidialidade, o entendimento de mídia também possui caráter amplo e por isso este será delineado aqui. Conforme Lars Elleström (2017), o termo "mídia" se refere:

> [...] não somente às mídias de massa, mas também às mídias usadas em uma comunicação mais pessoal; não só às mídias baseadas em dispositivos tecnológicos externos, mas também baseadas na corporeidade; não somente às mídias planejadas, mas também casuais; não somente aquelas usadas para fins práticos, mas também para os artísticos – e assim por diante. Além disso, a mídia pode estar envolvida tanto em uma comunicação de duas vias, que alguns podem considerar como a comunicação "verdadeira", quanto em comunicação de uma via, que também poderia ser chamada de "expressão". (Elleström, 2017, p. 17)

Deste modo, o termo *medium*, traduzido como meio e o termo *media*, traduzido como mídia, são aqui considerados termos diferentes, sendo meio o aparato técnico que se dá a mensagem (televisão, celular e afins) e mídia, no entendimento de Elleström (2017), seria um estágio intermediário da comunicação, em que mídia e comunicação são complementares. Elleström (2021, p. 74) também propõe que a mídia tem dois aspectos qualificadores. O primeiro envolve o contexto de origem e uso da mídia de acordo com circunstâncias históricas, culturais e sociais específicas, e o segundo, envolve sua operação, isto é, se ela tem valor estético e comunicativo. Entretanto, para o autor, deve-se considerar que o que define se é mídia, são as convenções e mesmo assim, estas são passíveis de mudanças, e muitas mídias novas têm tomado emprestado características de mídias já existentes. Portanto, a Moda (com "m" maiúsculo, já que possibilita significação) e a literatura, por serem práticas culturais, artísticas e comunicativas, podem ser incluídas nesta pesquisa como mídias.

Ademais, Elleström (2021) adota o termo "produto de mídia" para se referir às manifestações tangíveis da mídia, isto é, a sua materialização, formando uma unidade que pode ser consumida ou interpretada pelo público. De forma simplificada, por exemplo, o produto de mídia da literatura é o livro, enquanto o da moda é o vestuário.

A partir deste esclarecimento, pode-se introduzir a noção de transformação de uma mídia, que engloba a transferência de características de uma mídia para outra (transmidiação) e a representação de uma mídia em outra mídia diferente (referência intermidiática ou representação de mídia) que, segundo Jørgen Bruhn e Beate Schirrmacher (2022), são aspectos dependentes. Além disso, os autores esclarecem que:

> Frequentemente falamos de transmidiações como se fossem uma transferência do produto de mídia, como um 'romance é transformado em um filme'. Mas, estritamente falando, não é o produto de mídia de origem que é transformado. Em vez disso, são as ideias, narrativas e conceitos anteriormente comunicados no produto de mídia de origem que são reproduzidos ou reconstruídos no produto de mídia de destino. Portanto, no processo de transmidiação, narrativas e ideias só podem ser transferidas através da mídia sendo transformadas. A análise da transmidiação investiga a interação entre especificidade do meio e transmidialidade, perguntando como conceitos e estruturas transmidiáticas de um produto de mídia de origem são reconstruídos nos produtos de mídia alvo de uma forma específica da mídia. (Bruhn; Schirrmacher, 2022, p. 104)[4]

No caso deste trabalho, considera-se que diferentes mídias podem desencadear os mesmos valores cognitivos ou esferas virtuais, ou seja, a literatura, embora seja uma mídia diferente da moda, pode representar valores cognitivos da moda. Entende-se aqui "cognitivo" como o processo mental de percepção, conhecimento, memória e raciocínio. Nesse viés, a cognição está atrelada à semiologia, ciência que estuda os signos e consequentemente, à multimodalidade, uma vez que ela estuda os modos com que esses signos produzem significado em um contexto. Dessa forma, a multimodalidade envolve a junção de dois ou mais modos semióticos, podendo ser eles visuais, auditivos, verbais, gestuais, espaciais, táteis, entre outros, para criar uma experiência de comunicação mais rica e complexa. Na moda, por exemplo, existe multimodalidade quando se combinam aspectos visuais (as roupas em si), táteis (a sensação do tecido no corpo), espaciais (como as roupas se movem no espaço tridimensional do corpo) e até simbólicos (os significados culturais e sociais das roupas). Portanto, a intermidialidade e a multimodalidade são áreas afins já que as diversas mídias e modos se complementam para enriquecer a experiência e a interpretação do receptor.

Elleström (2021), que também considera essa afinidade, propõe o termo "modalidades de mídias" como as bases que integram fisicalidade, percepção e cognição em todos os produtos de mídias, sem exceção. Nessa conjunção, o autor propõe quatro tipos de modalidades, que abrangem o material até o mental, são dependentes entre si, e cada uma delas ajuda a descrever as características essenciais de uma mídia e como ela se manifesta. São elas: as modalidades pré-semióticas — modalidade material, modalidade espaço-temporal, modalidade sensorial — e modalidade semiótica:

---

[4] No original: "We often speak of transmediations as if they were a transfer of the media product, how a 'novel is turned into a film'. But strictly speaking, it is not the source media product that is transformed. Instead, it is the ideas, narratives and concepts previously communicated in the source media product that are reproduced or reconstructed in the target media product. Therefore, in the process of transmediation, narratives and ideas can only be transferred across media by being transformed. The analysis of transmediation investigates the interplay between medium specificity and transmediality, asking how transmedial concepts and structures of a source media product are reconstructed in the target media products in a media-specific way."

> Para algo adquirir a função de um produto de mídia, é preciso ser material de alguma forma, ou seja, uma matéria ou fenômeno físico. Essa existência física deve estar presente no espaço e/ou tempo para existir; precisa ter algum tipo de extensão espaçotemporal. Deve ser também perceptível a pelo menos um de nossos sentidos, o que significa que um produto de mídia deve ser sensorial. Por fim, deve criar significado por meio de signos; ele deve ser semiótico. (Elleström, 2021, p. 77)

Já "modos de modalidade" são as maneiras específicas como essas modalidades se manifestam em uma obra ou prática midiática, ou seja, são os traços básicos das mídias. Essas modalidades são fundamentais para entender como diferentes mídias operam e como podem ser comparadas ou combinadas. Elas ajudam a explorar como as características específicas de um meio afetam sua capacidade de transmitir certas informações e como essas características podem ser traduzidas, transformadas ou adaptadas em processos de intermidialidade e, logo, de transmidialidade.

A partir dessa proposta, Elleström sugere que as mídias podem ser divididas em três tipos, em que "tipos de mídia" são conjuntos de produtos de mídias, sendo elas: básicas, qualificadas e técnicas. Mídia básica seria o aspecto físico que permite a transferência cognitiva da informação entre produtor e receptor, sendo exemplificada especialmente pelas características multimodais como imagens, texto e sons que são usados de forma combinada em diferentes produtos de mídia. Já a mídia qualificada seria dependente de aspectos históricos, culturais e sociais que a fazem ter um valor comunicativo e/ou estético. A mídia técnica, por outro lado, seria aquela que dá suporte às duas anteriores, uma vez que é a manifestação material delas. Além disso, o autor considera a existência da mídia técnica de exposição, sendo o canal que coloca a mídia em contato direto com o receptor.

Para ilustrar a aplicação dos tipos de mídia, pode-se considerar a adaptação fílmica de *O Diabo Veste Prada*. O filme é uma mídia qualificada, pois tem seu valor comunicativo e contextual e é integrado por outras mídias básicas como imagens e sons, que são materializadas através da mídia técnica DVD ou plataforma de *streaming,* que são exibidas para o público pela tela (do cinema, do dispositivo móvel, da televisão, etc.). Dessarte, é evidente que essa tipologia é complementar e não pode ser analisada isoladamente, ou seja, não existe uma situação comunicativa ou produto de mídia monomidiático (Bruhn, 2020, p. 19).

No que tange à moda e à literatura como mídias, é possível também aplicar a tipologia de Lars Elleström. Ambas podem ser consideradas mídias qualificadas, pois possuem valor comunicativo, estético e contextual, como esclarecido anteriormente. Especificamente, a

literatura tem como mídia básica o texto, composto por símbolos verbais que ao serem lidos, tornam-se também visuais, e, se oralizados, tornam-se sonoros. Já a moda tem como mídia básica a materialidade das vestes, que são signos visuais e são percebidas pelo olhar. A mídia técnica da literatura se manifesta no suporte impresso ou eletrônico, como o papel, os *e-books* e *audiobooks*, enquanto, na moda, a mídia técnica envolve os materiais físicos que compõem as vestes, como tecidos e linhas. Por fim, a mídia técnica de exposição na literatura se dá através do livro físico ou da tela digital, enquanto na moda ocorre quando a roupa é vestida e percebida visualmente, seja no corpo humano, em manequins ou em imagens de revistas e plataformas digitais. De maneira resumida, a literatura é essencialmente uma mídia verbal e visual, enquanto a moda é predominantemente visual e material.

Bruhn (2020) investiga as formas como elementos de diferentes mídias são incorporados, referenciados ou transformados na literatura. O pesquisador busca entender como essas interações intermidiais expandem a narrativa literária, permitindo que o texto literário transcenda os limites da palavra escrita e incorpore características de outras mídias. Nesse sentido, ele propõe um modelo de três etapas para a análise intermidial de textos literários a partir da noção de midialidades, que seria equivalente ao que Elleström chamou de tipos de mídia, mas pode-se definir, em geral, como as especificidades de cada mídia. Este modelo processual será a metodologia utilizada para a análise das midialidades da moda na obra de Weisberger, e será também onde constará a moda enquanto performance. Portanto, será melhor esclarecido adiante.

Após os esclarecimentos sobre intermidialidade, torna-se necessário introduzir a discussão sobre o conceito de performance. Todavia, antes é importante ressaltar que o estudo de Elleström foi proposto como um esqueleto para análise, ou seja, nenhum dos aspectos aqui explicados pode ser desconsiderado em um estudo de caso, mas outros pontos podem, e devem, ser incluídos a partir do objeto de investigação. Assim sendo, características intrínsecas à moda devem ser incorporadas à análise, o que confere espaço para a abordagem da moda enquanto performance.

O conceito de performance é diversificado e pode ser entendido de diferentes maneiras, dependendo do contexto em que é utilizado. Na arte, por exemplo, o teatro e a dança se destacam pela execução de um texto ou coreografia por atores e bailarinos diante de uma plateia, envolvendo a presença física, a expressão emocional, a comunicação não-verbal e pode também combinar elementos musicais e visuais. Na sociologia, em contrapartida, pode ser entendido quando os indivíduos “performam” suas identidades, ajustando comportamentos

e atitudes conforme o contexto social. Em consenso, Richard Schechner (2013) considera performance como:

> Nos negócios, nos esportes, e no sexo, "realizar performance" é fazer algo no nível de um padrão – ter sucesso, ter excelência. Nas artes, "realizar performance" é colocar esta excelência em um show, numa peça, numa dança, num concerto. Na vida cotidiana, "realizar performance" é exibir-se, chegar a extremos, traçar uma ação para aqueles que assistem. No século XXI, as pessoas vivem pelos meios da performance como nunca viveram antes. (Schechner, 2013, p. 28)[5]

Schechner (2013) também elucida a diferença entre "é" performance e "enquanto" performance. Segundo ele, nem tudo pode ser considerado performance, mas quase tudo pode ser considerado enquanto performance. "Algo 'é' performance quando os contextos histórico e social, a convenção, o uso, a tradição, dizem que é" (Schechner, 2013, p. 38).[6] Embora o teatro, a dança e a música sejam facilmente reconhecidos como artes performativas na prática cultural, outras formas de expressão não consideradas dentro das artes podem ser performativas, desde que tenham ação (execução). Dessa forma, como já mencionado, a moda é considerada neste trabalho como mídia devido ao seu valor estético e comunicativo e, por não "ser" performance na prática cultural, ela será considerada "enquanto" performance para fins terminológicos.

Para a moda, então, o conceito de performance pode ser utilizado para descrever a maneira como as escolhas de vestuário e aparência comunicam identidades, intenções e mensagens, ou seja, como as roupas podem oferecer construções discursivas. Roupas, acessórios e o próprio corpo são vistos como elementos performativos que expressam quem somos ou como queremos ser percebidos. Em concordância, "Performances existem apenas enquanto ações, interações e relações." (Schechner, 2013, p. 30)[7]. E se a moda, em seu sentido original, significa modo de agir, "Entender moda é, portanto, entender a relação entre objetos (trajes, adornos e indumentária) e indivíduos, e o modo como esses fatores interagem socialmente" (Silva; Linke, 2012, p. 25). Posto isso, abordar a moda enquanto performance, não se trata apenas de considerar a aparência ou estilo, mas de entender como ela opera ativamente, isto é, ela desempenha uma função que afeta, transforma e responde ao meio em

---

[5] No original: "In business, sports, and sex, "to perform" is to do something up to a standard – to succeed, to excel. In the arts, "to perform" is to put on a show, a play, a dance, a concert. In everyday life,"to perform" is to show off, to go to extremes, to underline an action for those who are watching. In the twenty-first century, people as never before live by means of performance."

[6] No original: "Something "is" a performance when historical and social context, convention, usage, and tradition say it is."

[7] No original: "But a performance takes place as action, interaction, and relation."

que está inserida, contribuindo para a construção de significados e para o diálogo com o mundo ao redor.

À vista disso, deve-se entender o indivíduo como ser social, inserido em um contexto. No entanto, esses contextos podem ser diferentes. Enquanto uma plateia, presente em um concerto pode reagir animadamente à apresentação em um dia, outra plateia, assistindo o mesmo concerto, pode ter uma reação diferente, uma vez que "o contexto de cada recepção faz com que cada ocasião seja diferente. Mesmo que cada 'coisa' seja exatamente a mesma, cada evento em que a 'coisa' participa é diferente." (Schechner, 2013, p. 30)[8]. Sendo assim, tanto a produção quanto a recepção da performance variam conforme o contexto, que não pode ser controlado.

Na moda, também se faz necessário considerar a diversidade de contextos, que reflete diretamente a produção da performance, que neste caso abrange o vestuário escolhido pelo usuário e a recepção, que diz respeito ao público que irá visualizar esta composição, seja ele uma plateia em um teatro ou uma pessoa na rua. Por analogia, pode-se considerar a expressão *Theatrum Mundi,* que remete à ideia do " mundo como um imenso 'palco', em que nós somos 'atores' representando nosso 'papel' ou vários 'papéis'" (Cidreira, 2012, p. 3), uma referência a William Shakespeare.

Partindo então do fato de que a protagonista passa por um *glow up* no estilo e na aparência ao longo da narrativa, pode-se entender que essa mudança reflete sua tentativa de manipular sua imagem por meio das escolhas de vestuário, com o objetivo de projetar uma imagem mais positiva e respeitável aos olhos de seus colegas e de sua chefe. Embora outros personagens também se relacionem com o mundo da moda, é em Andrea que essa dinâmica está presente com mais profundidade, simbolizando seu processo de adaptação e afirmação em um ambiente que é inicialmente hostil a ela. À vista disso, as escolhas de vestuário de Andrea demonstram uma ação, isto é, o desejo de ter uma aparência melhor para se sentir aceita no trabalho, além dessa mudança gerar interações e relações positivas, já que, após sua transformação, ela para de ser alvo de chacotas dos colegas, conquista o respeito de Miranda e até atrai novos interesses românticos. Dessa forma, a evolução da protagonista, evidenciada por suas escolhas de vestuário, demonstra o caráter performativo que a moda pode assumir.

Por outra perspectiva, considerando a performance no sentido mais convencional, os desfiles de moda podem ser entendidos como uma forma de performance, uma vez que

---

[8] No original: "But the context of every reception makes each instance different. Even though every "thing" is exactly the same, each event in which the "thing" participates is different."

acontecem em um palco, com divisão clara entre performers (ação), que são os modelos, e plateia (recepção). Ademais, pode haver iluminação personalizada, recursos sonoros e outros aparatos midiáticos. Por conseguinte, os desfiles de moda, "[passam] a ser o espaço, no qual estes corpos cobiçados são percebidos, reinventados, por meio destas experiências estéticas que criam sentidos e dialogam com o entorno" (Silva; Linke, 2012, p. 24-25), ainda que tenham cunho comercial e publicitário.

Ao concluir este capítulo, percebe-se que os estudos sobre intermidialidade e performance fornecem as bases para analisar o dialogismo entre literatura e moda, como práticas culturais e comunicativas. Os conceitos apresentados evidenciam o caráter dinâmico e interdisciplinar da intermidialidade, enquanto o conceito de performance amplia a compreensão das práticas humanas e culturais, incluindo a moda.

3.2 Criando Forma: Metodologia

A metodologia adotada para esta pesquisa baseia-se nos três passos propostos por Bruhn (2020) para a análise de midialidades de uma mídia no texto literário. Esses passos incluem: 1) Registrar tudo o que está relacionado a outra mídia presente no texto, isto é, a representação de midialidades de uma determinada mídia na literatura, com o objetivo de criar um inventário detalhado e traçar fenômenos midiáticos em potencial. 2) A partir do que foi registrado, organizar coerentemente essas midialidades utilizando algum critério que facilite uma compreensão inicial das inter-relações entre os itens registrados. 3) As midialidades identificadas são contextualizadas em um quadro mais amplo, relacionando-as com aspectos históricos, culturais, tecnológicos ou sociológicos relevantes. Portanto, a metodologia para este trabalho segue uma abordagem exploratória e qualitativa, centrada na análise textual da obra literária selecionada.

No primeiro passo, fez-se a leitura do objeto literário, destacando-se com marca texto todos os aspectos relacionados à moda. Deve-se esclarecer que, devido à quantidade de midialidades da moda encontradas no livro e às razões dimensionais práticas deste trabalho, não foi possível trazer o registro de todas as representações encontradas, embora este primeiro passo tenha sido feito cautelosamente. Dessa forma, houve uma seleção de trechos da narrativa com mais potencial midiático, ou seja, aqueles que apresentavam mais midialidades da moda no mesmo trecho.

No segundo passo, esses trechos foram organizados em onze categorias de

midialidades inspiradas na noção de modalidades da mídia de Lars Elleström — modalidades material, espaço-temporal, sensorial e semiótica — além de fazer referência à proposta de modelo interpretativo para écfrases arquitetônicas de Miriam Vieira (2017), que propôs treze marcadores de arquitetura[9] que poderiam ser expressados por meio de palavras e que foram inspiração para a criação dos marcadores de moda utilizados neste trabalho, ou seja, os marcadores de arquitetura foram adotados e adaptados para servir a moda. Em seguida, foram selecionados nova e equitativamente trechos para serem exemplificados neste trabalho em cada categoria de midialidade, sendo elas:

a) Citação de nomes de marcas e designers;
b) Tipos de vestes, acessórios e maquiagens;
c) Materialidade das roupas como tecidos, cores e linhas e sua construção;
d) Negociação verbal para a atribuição de sentidos ao longo do processo de criação e uso do vestuário;
e) Contexto histórico, social e cultural de criação, assim como de uso;
f) Escolha verbal típica como vestir, tirar, combinar, experimentar, calçar, dobrar, etc.;
g) Representações técnicas e diagramáticas;
h) Apelo aos sentidos humanos, revelados pelo cheiro das roupas, a textura do material, o som produzido, o "gosto" estético, a visualização e o sensório motor quando se está vestindo;
i) Dimensões marcadas pelas relações entre medidas e tamanhos;
j) Desfiles de moda;
k) A diferença entre usar uma roupa vs. ver alguém usando.

No terceiro e último passo, a contextualização das midialidades selecionadas é expandida. Para isso, três novos trechos foram escolhidos, distintos dos mencionados no

[9] São eles: "(a) as citações de nomes de arquitetos e edifícios; (b) as repetições significativas; (c) as possíveis similaridades estruturais com as obras-fontes; (d) a importância das formas de representação técnica e diagramática; (e) a negociação verbal para a atribuição de sentidos ao longo do processo arquitetônico; (f) o léxico utilizado a partir da materialidade revelada nos níveis físico (por meio de materiais como o tijolo e o cimento) e virtual (por meio daquilo que está na mente do cliente e do arquiteto); (g) as funções de linguagem; (h) o apelo aos sentidos, que, no caso da arquitetura, é revelado por meio da corporeidade, pois, ao promover todos os cinco sentidos e também o sensório-motor, resgata a qualidade performativa da écfrase, principalmente através da periegese; (i) a tridimensionalidade espacial promovida pela volumetria e pelas relações entre altura, largura, profundidade; (j) a indissociável relação tempo espaço do ambiente construído pelo homem marcada por indicadores dêiticos; (k) a função das affordances e da ergonomia em relação à forma estética da obra arquitetônica; (l) o jogo entre a perspectiva de acordo com estudos literários, a focalização do trecho em questão e o lugar de posicionamento da persona literária em relação ao ponto de fuga que irá guiar o olhar do receptor; e, finalmente, (m) o cruzamento de todas evidências anteriores com a contextualização histórica, cultural e social (posicionamento) do processo arquitetônico."

segundo passo, para exemplificar o que o vestuário comunica e como ele participa da transformação da protagonista, Andrea Sachs, ao longo da narrativa.

É importante destacar que alguns trechos contêm mais de uma midialidade, contudo, apenas a mais relevante para cada categoria foi considerada. Ademais, a análise centrada exclusivamente na moda pode deixar em segundo plano outros aspectos significativos do romance, como o desenvolvimento de personagens secundários, eventos específicos da trama e temas centrais. Contudo, essa ênfase na moda se justifica pelo objetivo central deste trabalho, que propõe compreender a moda como uma mídia dentro da mídia literária e enquanto performance.

Por fim, em razão do foco estabelecido, a análise e discussão dos resultados que seguem, concentram-se principalmente no segundo e terceiro passos do modelo de Bruhn, que constitui a parte essencial deste estudo.

3.3 O Vestuário: Análise

A análise dos resultados deste trabalho centra-se nos aspectos mais significativos identificados a partir da metodologia adotada, baseada no modelo de análise de midialidades em textos literários de Bruhn (2020). Após a leitura detalhada da obra e a identificação de elementos relacionados à moda, os trechos selecionados foram organizados em categorias que exploram as múltiplas dimensões midiáticas do vestuário na narrativa. Posteriormente, esses dados foram contextualizados em relação aos aspectos históricos, culturais e performáticos que integram a trama, com destaque para a transformação da protagonista Andrea Sachs. A seguir, serão apresentados os resultados dessa investigação, com foco nas midialidades que estão destacadas em negrito em cada trecho para facilitar o entendimento, e na moda enquanto performance.

3.3.1 Categorização das midialidades

A) Citação de nomes de marcas e designers:

No início do segundo capítulo, Andrea relata o dia de sua entrevista de emprego e mostra suas primeiras impressões no prédio da Elias-Clark, onde a revista Runway estava localizada. Andrea fica impressionada com o quanto as pessoas eram produzidas e bem aparentadas e menciona nomes de marcas e designers famosos:

> Bolsas e sapatos que eu nunca tinha visto em pessoas de verdade gritavam **Prada! Armani! Versace!** Eu soubera por uma amiga de uma amiga — uma assistente de redação da revista Chic — que, volta e meia, os acessórios se encontravam com seus fabricantes nesses mesmos elevadores, uma reunião comovente, em que **Miuccia Prada, Giorgio Armani ou Donatella Versace** podiam, mais uma vez, admirar seus escarpins da coleção verão 2002, ou sua bolsinha toalete da coleção primavera em pessoa. (Weisberger, 2009, p. 15)

Tal aspecto da obra evidencia que o ambiente em que ela estava privilegiava a alta costura e estava repleto de pessoas influentes e estilosas que usam marcas de grife como as destacadas em negrito. O ambiente glamoroso e competitivo da indústria da moda serve como um pano de fundo que destaca a superficialidade e as pressões enfrentadas pelos profissionais da área.

B) Tipos de vestes, acessórios e maquiagens:

No capítulo quatro, Andrea descobre que Miranda recebe inúmeros presentes de Natal de várias pessoas famosas. Mas, não era ela quem os abria. Neste momento, Emily é quem está fazendo essa tarefa e selecionando quais eram dignos de serem abertos por Miranda. Andrea fica surpreendida com a quantidade de presentes e com o fato de Emily considerar alguns presentes desprezíveis, enquanto ela achava incrível. Neste trecho, são citados vários tipos de vestes, acessórios e maquiagem (destacados em negrito):

> Havia um conjunto de **maquiagem** Bobby Brown, enviado pela própria Bobby Brown; uma exclusiva **bolsa** de couro Kate Spade; de Kate e Andy Spade; uma **agenda** de couro vinho, da Smythson da Bond Street, de Graydon Carter; um saco de dormir forrado de vison, de Miuccia Prada; uma **pulseira** Verdura de várias voltas de Aerin Lauder; um **relógio** com diamante incrustado de Donatella Versace; uma caixa de champanhe de Cynthia Rowley; um conjunto de **blusa** bordada e **bolsa** de noite de Mark Badgley e James Mischka; uma coleção de canetas Cartier, de Irv Ravitz; um **cachecol** de pele de chinchila, de Vera Wang; uma **jaqueta** zebrada, de Alberta Ferretti; um **cobertor** de cashmere Burberry, de Rosemarie Bravo. E isso foi só o começo. Havia **bolsas** de tudo que é forma e tamanho de: Herb Ritts, Bruce Weber, Gisele Bündchen, Hillary Clinton, Tom Ford, Calvin Klein, Annie Leibovitz, Nicole Miller, Adrienne Vittadini, Michael Kors, Helmut Lang, Giorgio Armani, John Sahag, Bruno Magli, Mario Testino e Narciso Rodriguez, para citar alguns. Havia dezenas de donativos feitos em nome de Miranda a várias instituições de caridade, que deviam ter sido cem garrafas de vinho e champanhe, oito ou dez **bolsas** Dior, umas duas dúzias de velas perfumadas, algumas peças de cerâmica oriental, **pijamas** de seda, livros de capa de couro, produtos para banho, chocolates, **pulseiras**, caviar, **suéteres** de cashmere, [...]. (Weisberger, 2009, p. 58)

Esse trecho, além de refletir a vida luxuosa e cheia de privilégios que envolve a

personagem Miranda Priestly, mostra que os nomes mencionados, como Donatella Versace, Vera Wang e Kate Spade, ícones da moda, refletem a rede de conexões e influência que Miranda possui. Além disso, a forma como esses itens são listados sugere que a moda é frequentemente reduzida a bens materiais e status, desconsiderando seu potencial como forma de arte ou expressão pessoal, e enfatizando o consumo e a superficialidade.

C) Materialidade das roupas como tecidos, cores e linhas e sua construção:

No início do quarto capítulo, Andrea também relata sua ansiedade para o primeiro dia de trabalho, as suas descobertas feitas sobre sua nova chefe, sobre os novos colegas de trabalho, sobre sua sala de trabalho e sua primeira experiência fazendo os trabalhos quase impossíveis que Miranda solicitava a todo tempo. No entanto, Miranda, nesse meio tempo, solicita uma saia a Emily, que depois de um tempo, consegue vários modelos que poderiam agradá-la, uma vez que ela não havia especificado que tipo de saia. Quando foram entregues:

> Emily levou a cesta para a sala de Miranda e cuidadosamente, reverentemente, colocou-a sobre o carpete felpudo do meu lado. Sentou-se e começou a retirar as saias uma por uma, dispondo-as em um círculo à nossa volta. Havia uma bela saia de **Crochê rosa-shocking** da Celine, uma saia **transpassada cinza pérola** da Calvin Klein, e uma **preta de camurça** com **contas pretas ao redor da barra** do próprio sr. de Ia Renta. Havia saias em **vermelho**, **marfim e lilás**, algumas com **renda**, outras em **cashmere**. Algumas eram **longas** o bastante para envolverem graciosamente os tornozelos, e outras eram tão **curtas** que mais pareciam tops tomara-que-caia. Peguei uma linda **marrom** de **seda**, **comprimento** até a batata da perna, e a segurei em minha cintura, mas o **tecido** cobriu apenas uma das minhas pernas. A seguinte na pilha ia até o chão em uma profusão de **tule** e **chiffon**, e parecia mais apropriada a uma festa ao ar livre de Charleston. Uma das saias de **jeans** era pré-lavada e vinha com um cinto de **couro marrom** gigantesco já preso em volta, e outra tinha uma **camada pregueada**, de **tecido prateado**, em cima de um **forro prateado** mais opaco. (Weisberger, 2009, p. 62)

Como evidenciado pelo trecho, diferentes tipos de tecidos, cores, materiais e formas estão destacados em negrito. Porém, dessa diversidade de opções, Emily achou que apenas três modelos agradariam Miranda, a personificação da alta costura e da sofisticação. A figura dela ilustra a importância da alta costura como símbolo de poder, controle e prestígio dentro da indústria.

D) Negociação verbal para a atribuição de sentidos ao longo do processo de criação e uso do vestuário:

Ainda no quarto capítulo, no mesmo contexto da saia, pode-se perceber uma conexão de ideias entre Emily e Miranda, embora elas não atuem no papel de estilista e cliente de verdade. Nesse sentido, essa dinâmica revela não apenas a relação de poder entre as personagens, mas também a expectativa implícita de que a subordinada antecipe os desejos da superior sem instruções claras:

> — Ela não disse exatamente — murmurou Emily pegando o telefone. — Oi, Jocelyn, sou eu. Ela quer uma saia, e vou precisar que esteja no vôo da sra. de Ia Renta hoje à noite, já que ela vai se encontrar com Miranda lá. Não, não faço idéia. Não, ela não disse. Eu realmente não sei. O.k., obrigada. — Virou-se para mim e disse: — Fica mais difícil quando ela não especifica. **Ela é ocupada demais para se preocupar com detalhes, por isso não disse de que tecido ou cor ou estilo ou grife ela quer. Mas tudo bem. Sei o tamanho dela, e conheço seu gosto bem o bastante para saber exatamente do que vai gostar**. (Weisberger, 2009, p. 52)

Dessa forma, nota-se que Emily consegue visualizar mentalmente o que Miranda procura, uma vez que ela já conhece as preferências da chefe há mais tempo e consegue mobilizar toda a equipe da revista para conseguir o que ela deseja.

E) Contexto histórico, social e cultural de criação, assim como de uso:

No capítulo seis, Andrea está angustiada com o risco de perder o emprego devido sua falha em entregar os livros da saga *Harry Potter,* que ainda nem tinham sido lançados, para as filhas Miranda que ela havia solicitado. Ao conversar sobre isso com sua melhor amiga, Lily, que dividia o apartamento, Lily consola a amiga e diz que ela não será despedida por isso e acrescenta:

> Ela parece difícil de agradar e um pouco louca. Mas quem não é? Você tem **sapatos, maquiagem, corte de cabelo e roupas grátis**. Que roupas! Quem no mundo consegue **roupas de grife de graça só para se exibir todo dia no trabalho**? Andy, você trabalha na Runway, não entende? Um milhão de garotas matariam pelo seu cargo." (Weisberger, 2009, p. 101)

Pode-se dizer que a visão de Lily é a mesma de quase todos ao longo da narrativa, isto é, que trabalhar para Miranda Priestly é a coisa mais incrível do mundo devido às vantagens materiais. Esse trecho destaca a sedução do mundo da moda e da alta costura, no qual ter acesso a itens de luxo parece um privilégio, uma vez que eles não são acessíveis a todos. Esse fascínio pelo glamour e exclusividade é uma poderosa influência que ameniza os aspectos

negativos do trabalho de Andrea aos olhos de quem observa de fora. Por outro lado, infere-se que Andrea não tinha o desejo de se render à moda, pois para ela, o intelecto é que importava, e seria ele a levá-la ao seu emprego dos sonhos em um jornal. Portanto, fatores históricos, sociais e culturais interagem para estabelecer a alta costura não só como um setor econômico de alto valor, mas também como algo que expressa status, arte e identidade.

F) Escolha verbal típica como vestir, tirar, combinar, experimentar, calçar, dobrar…:

No capítulo sete, que se passa na semana pós-Ano Novo, Miranda estava viajando e tudo estava relativamente tranquilo na revista por isso. No entanto, Miranda decide voltar para o escritório e neste momento tem-se uma cena humorada, em que Emily, a primeira a saber sobre a volta repentina da chefe, inicia a missão de alertar a todos. A notícia se espalha tão rapidamente, que em minutos, a revista se tornou um caos, em que até os funcionários começaram a trocar de roupa e a arrumar a aparência para recebê-la. Andrea, então contagiada pela euforia dos colegas, corre para buscar os jornais e bebidas para Miranda, até notar que seus tênis não eram adequados. Emily pede então um par de saltos para Jeff, o assistente de moda, para Andrea. Nesse trecho, pode-se destacar alguns termos verbais relacionados ao vestuário, tais como calçar, afivelar, entrar no pé:

> Dentro estava um par de sapatos de salto Jimmy Choo, com tiras de pêlo de camelo, cruzando em todas as direções e fivelas no meio disso tudo, provavelmente valendo uns oitocentos dólares. Merda! Tinha de **calçá-los**. **Tirei** fora os tênis e as minhas meias suadas e os enfiei debaixo da minha mesa. O direito **entrou** fácil, mas não consegui que a minha unha curta demais abrisse a fivela do esquerdo, até... pronto! Abri e joguei meu pé esquerdo dentro, observando as tiras aderirem à pele já inchada. Em mais alguns segundos, **afivelei-o** e estava voltando à posição ereta, quando Miranda entrou. (Weisberger, 2009, p. 116)

O trecho descreve o esforço de Andrea em se encaixar na imagem que Miranda espera, o que revela seu conflito entre se manter fiel ao seu estilo e a necessidade de se adaptar para sobreviver no trabalho. Os sapatos simbolizam a barreira entre o conforto pessoal e as exigências da moda, mostrando como a moda pode transformar o corpo em um veículo de performance em segundos.

G) Representações técnicas e diagramáticas:

No capítulo oito, Andrea vai com James, o redator de beleza da *Runway*, à festa pós

ano novo de Marshall Madden, o cabeleireiro colorista mais badalado de Nova Iorque. Porém, Emily informa que será Andrea a levar o livro para o apartamento de Miranda naquela noite, atrapalhando um pouco seus planos:

> [...] Emily me informou que essa noite seria a primeira vez que eu teria de levar "**O Livro**" ao apartamento de Miranda. **O Livro era uma grande coleção de páginas, atadas com arame, tão grande quanto um catálogo de telefone, na qual cada número atual da Runway era simulado e desenhado**. (Weisberger, 2009, p. 121)

O livro em questão consta os designs da coleção, os quais Miranda sempre fazia questão de acompanhar. A equipe de arte e os redatores trabalhavam até tarde da noite nele, quando era levado para o apartamento dela para verificação, e devolvido no dia seguinte com sugestões. Assim, o trabalho da equipe começava tudo de novo. Essa tarefa destaca a estrutura hierárquica e a pressão que os empregados enfrentam sob a liderança de Miranda. O estilo impecável e o conhecimento profundo sobre moda dela estabelecem um padrão quase inalcançável para aqueles ao seu redor. A existência do livro também ressalta a importância do planejamento e do processo criativo na produção de uma revista de moda. Isso sugere que a moda vai além das aparências e envolve um trabalho intenso e colaborativo que muitas vezes não é visível para o público.

H) Apelo aos sentidos humanos, revelados pelo cheiro das roupas, a textura do material, o som produzido, o "gosto" estético, a visualização e o sensoriomotor quando se está vestindo:

No capítulo onze, Andrea começa a sentir os efeitos do trabalho em sua vida pessoal, especialmente em suas relações com o namorado, Alex, e sua amiga, Lily. Além disso, Andrea lida com a rotina desgastante e as demandas que Miranda impõe. Em um trecho do capítulo, Miranda joga seu casaco sobre a mesa de Andrea, como de costume, já que toda vez que chegava no escritório, fazia com que Andrea dependurasse para ela. No trecho é possível notar que Andrea se sente atraída pelo material felpudo do casaco:

> Ela tirou seu casaco de vison, comprimento até a cintura, **tão felpudo que tive de me controlar para não enfiar a cara nele na hora**, e jogou-o sobre a minha mesa. Quando eu ia pendurar esse magnífico animal morto no armário, **tentando passar minha bochecha, discretamente, nele, senti um rápido choque frio e úmido**: havia pequeninos pedaços de neve ainda congelada presos na pele. Fabulosamente oportunos. (Weisberger, 2009, p. 219)

Esse trecho transmite sensações relacionadas aos sentidos humanos, especialmente ao tato e à visão. O casaco é "felpudo", o que sugere uma textura macia e confortável, provocando em Andrea um desejo imediato de tocá-lo. Esse desejo de encostar o rosto na peça revela como o luxo e a extravagância do mundo de Miranda provocam em Andrea uma fusão de reações físicas e emocionais, criando uma espécie de fascínio.

I) Dimensões marcadas pelas relações entre medidas e tamanhos:

No capítulo doze, Miranda faz uma viagem para europa, mas ao contrário do que Andrea esperava, Miranda longe significava mais trabalho. Andrea continua a lidar com os desafios de seu trabalho, com as demandas tornando-se cada vez mais intensas e, muitas vezes, irracionais. Confirmar cabeleireiros, encontrar o motorista, entrevistar e encontrar uma nova babá para as filhas de Miranda, encontrar números de telefone e por aí em diante. Ao voltar de viagem, Miranda sempre solicitava os *books* dos designers que havia visto nos desfiles e gostado, com a intenção de planejar seu guarda roupas para a próxima estação. Quando as roupas escolhidas chegavam para ela, o costureiro particular dela ajustava tudo para parecer sob medida e enviava para seu apartamento. Em seguida, as roupas da estação anterior voltavam em sacolas para a *Runway:*

> Ocasionalmente, eu acharia uma blusa ou uma jaqueta de **modelagem ampla** para mim, mas o fato de tudo ser no **tamanho 34** era um problema. Geralmente, distribuíamos as roupas a qualquer um com filhas pré-adolescentes, as únicas a terem uma chance de **caberem** nelas. (Weisberger, 2009, p. 239)

Esse trecho destaca o aspecto excludente do mundo da moda, especialmente em relação aos padrões de medidas corporais. A referência ao "tamanho 34" mostra como a alta costura, representada no contexto do livro pela revista *Runway*, tende a impor padrões corporais extremamente magros e difíceis de alcançar para a maioria das pessoas. Além disso, evidencia uma certa superficialidade, que valoriza a aparência magérrima como padrão de sucesso e beleza, ignorando uma grande parcela da sociedade e alimentando a pressão para que as pessoas se encaixem em moldes rígidos de aparência. Não por menos, Andrea se sente julgada por todos da revista por não usar manequim 34, mas ao mesmo tempo, entende essa superficialidade.

J) Desfiles de moda:

No capítulo treze, Andrea é solicitada por Miranda para acompanhá-la em uma festa em apenas algumas horas. Mas é no capítulo quatorze que Andrea relata o dia da festa e sua arrumação, na qual ela foi encarregada de receber os convidados. Por sorte, Andrea teve ajuda de Emily e de toda equipe da *Runway,* por solicitação de Miranda, e todos queriam provar a ela sua capacidade de transformar Andrea. Apesar de não ter tido um desfile de moda propriamente dito na festa, Andrea considera que a festa toda foi um, como destacado em negrito:

> **O desfile de smokings brancos, chiffon, cabelo comprido, jóias enormes, e mulheres pós-adolescentes** deixaram de me divertir à medida que as horas passavam, mas não me cansei de observar Miranda. Ela era a verdadeira lady criadora de inveja de todas as mulheres no museu naquela noite. E embora compreendesse que nem todo dinheiro do mundo poderia lhes dar classe e elegância, nunca pararam de desejá-lo. (Weisberger, 2009, p. 294)

Pelo trecho, pode-se notar que Andrea inicialmente se divertia observando as pessoas, mas essa visão se desgasta com o tempo. Tal fato indica a superficialidade do mundo da moda, marcado pelo glamour (como destacado em negrito), que quando vista de perto e por um longo período, pode ser diferente. Isso sugere uma crítica a alta sociedade, que apesar de impressionante, pode ser exaustiva.

K) A diferença entre usar uma roupa vs. ver alguém usando:

No capítulo quatorze também, Andrea é vestida para a festa por Jeff, que a recomenda um vestido Oscar de la Renta longo preto, sandálias Manolo prata e uma bolsa Judith Leiber prateada. Nesta situação, pode-se entender que para Jeff a combinação estava perfeita, mas não foi considerado que Andrea teria que subir uma grande escadaria no local da festa com esse look:

> Nesse entardecer, a escada pareceu realmente suntuosa. Era mais bonita do que a escadaria da Praça de Espanha ou da em frente à biblioteca da Columbia, ou até da admirável escadaria no edifício do Capitólio em Washington, D.C. Só quando estava no décimo degrau dessa beldade anca, comecei a detestá-la. **Que sádico cruel faria uma mulher de estilo longo justo e saltos altos finos subir tal colina do inferno?** (Weisberger, 2009, p. 285)

Assistir a uma pessoa subir uma escadaria pode evocar elegância, mas para quem usa roupas restritivas (longas, apertadas e salto alto), a experiência física e sensorial é muito

diferente. Nesse sentido, Andrea estava deslumbrante, mas teve dificuldades ao subir as escadas, evidenciando que o vestuário tem um contexto de criação e um propósito, mas o contexto de uso também pode ser variável, afetando a experiência do indivíduo. Além disso, o contraste entre a visão estética e a vivência corporal mostra como o vestuário influencia nossa relação com o ambiente. Por fim, Andrea passa a ver a escada não apenas como uma estrutura arquitetônica bonita, mas como um obstáculo que testa sua resistência. Dessa forma, o que Jeff idealizou ver Andrea usando, foi diferente da experiência que Andrea teve usando.

Em suma, com base na metodologia de Bruhn (2020), é possível observar que a moda, no romance *O Diabo Veste Prada*, não desempenha um papel secundário. A menção de marcas, a descrição material das vestes, a dinâmica de poder entre as personagens e os outros aspectos discutidos revelam tanto o glamour quanto a superficialidade da indústria da moda. Nesse contexto, a moda torna-se um elemento construtor da narrativa literária, pois as midialidades da moda presentes na obra atribuem novos significados à história.

3.3.2 O que os vestuários dizem e a construção da protagonista

As midialidades da moda na narrativa enriquecem a obra tanto de forma isolada quanto em um contexto mais amplo. O conflito central — a transformação e adaptação da protagonista para ser aceita no ambiente de trabalho, pelos colegas e pela chefe — está intrinsecamente ligado à presença da moda e de suas midialidades. Nesse sentido, a seguir serão analisados trechos da obra em que os vestuários assumem um papel performativo, comunicando significados, e influenciam diretamente a percepção da audiência (de maneira intradiegética) sobre Andrea.

A) Antes da transformação:

Logo no início da obra, especificamente no capítulo quatro, Andrea conta sobre o seu primeiro dia na *Runway* e relata sua indecisão sobre o que vestir neste grande dia. Apesar de já ter ouvido falar de grandes marcas como Gucci, Prada e Louis Vuitton, não possuía nenhuma peça delas. Depois de experimentar várias roupas, Andrea diz:

> [...] decidi, finalmente, por um **suéter azul-claro** e uma **saia preta no comprimento dos joelhos**, com minhas **botas pretas de cano alto**. Eu já sabia que uma pasta não seria bem aceita, por isso não me restou outra opção a não ser minha **velha bolsa preta de lona**. A última coisa de que me lembro dessa noite foi de tentar caminhar pela minha cama maciça com botas de salto alto, saia e sem blusa, e sentar-me para

> descansar, exausta do esforço. (Weisberger, 2009, p. 41-42)

A escolha de vestuário de Andrea, mesmo feita com esforço e intenção de causar uma boa impressão, comunica sua inadequação ao ambiente da *Runway*, como evidenciado por Nigel, um funcionário da revista e autoridade da moda famoso, ao final do capítulo, que acha Andrea bonita, embora sadia demais (em outras palavras, gorda) e questiona Andrea sobre suas roupas:

> BOTAS DE CANO ALTO? COM UMA SAIA ATÉ O JOELHO? ESTÁ ME GOZANDO? GAROTA, NO CASO DE NÃO SABER, NO CASO DE NÃO TER LIDO O LETREIRO GRANDE E PRETO NA PORTA, ESTA É A REVISTA RUNWAY, A REVISTA MAIS ELEGANTE DO MUNDO. DO MUNDO! MAS NÃO SE PREOCUPE, QUERIDA, NIGEL VAI TE LIVRAR RAPIDINHO DESTA APARÊNCIA DE RATO-DE-SHOPPING SUBURBANA. (Weisberger, 2009, p. 64)

Portanto, a combinação de peças que, em outro contexto, poderia parecer comum e aceitável, é interpretada por Nigel como um sinal de desconhecimento das regras do mundo da moda. A fala dele (em caixa alta também no original) destaca sua surpresa com a aparência de Andrea, reforçando a ideia de que a imagem pessoal é inseparável do valor profissional e social, e mais do que isso, ressalta como o mundo das confecções, aqui vinculado com a expressão "rato de shopping suburbana", é considerado inferior, assim como quem o adota. Dessa forma, a moda, enquanto performance, funciona como um veículo de significados, posicionando Andrea como uma *outsider* que precisará se adaptar para ser aceita.

B) A decisão de transformar-se:

No capítulo nove, quase na metade da obra, Andrea percebe que já se passaram doze semanas de trabalho infernal na revista e mesmo que tentasse se vestir bem com o que tinha e até mesmo com o que tinha ganhado da revista, nunca havia passado no teste dos colegas e de Miranda. Segundo ela, as manhãs eram longas brigando com o guarda-roupas e com todo o cansaço físico e mental que o trabalho proporcionava, não era possível continuar como estava:

> Além disso, os comentários sobre a minha maneira de vestir estavam se tornando mais frequentes e maliciosos, e eu tinha começado a pensar se o meu emprego não estaria em perigo. Olhei no espelho de corpo inteiro e tive de rir: a garota com **sutiã Maidenform** (urgh!) e **calcinhas de algodão Jockey** (duplo urgh!) estava querendo ter o visual Runway! Ha ha. Não com essa porcaria. Pelo amor de Deus, eu estava trabalhando para a revista Runway — usar tudo o que não estava **rasgado, puído, manchado ou grande** demais simplesmente não dava mais. Pus de lado minhas **blusas básicas** e tirei do armário a **saia de tweed Prada**, **blusa de gola rulê preta**

> **Prada, botas Prada de cano alto**, que Jeffy havia me dado uma noite enquanto eu esperava o Livro. (Weisberger, 2009, p. 135)

A escolha de vestuário de Andrea no início do trecho, mais uma vez demonstra seus hábitos horrendos de estilo, que estavam longe de ser o padrão aceito pela revista e, também ressalta de novo a sua valorização do intelecto em detrimento da aparência. Porém, Andrea vê a necessidade de mudar seu estilo, uma vez que seu emprego poderia estar em perigo e os comentários maldosos não haviam cessado. No final do mesmo trecho, Andrea se torna uma garota *Runway*, usando Prada, e logo ao sair de casa, já percebe que foi uma mudança positiva:

> Finalmente, saí por volta das 6:50, me sentindo, na verdade, muito bem em relação à minha aparência. O cara do trailer que servia café da manhã mais próximo do meu apartamento até assobiou, e, antes de eu dar dez passos, uma mulher me disse que namorava essas botas há três meses. Posso me acostumar com isso, pensei. Todo mundo tem de vestir alguma coisa todo dia e isso certamente parecia muito melhor do que qualquer uma de minhas roupas. (Weisberger, 2009, p. 136)

É nítido então que Andrea acertou na escolha de vestuário e que agora portava uma imagem mais condizente com as exigências da revista.

C) Após a transformação:

No capítulo dezessete, quase ao fim da obra, Andrea viaja para Paris junto com Miranda, uma vez que Emily estava doente e não poderia fazer isso. Apesar de já ter melhorado seu estilo, a viagem para Paris seria marcada por diversos eventos elegantes e Andrea precisaria estar adequada em todos. Nesse contexto, a equipe *Runway* preparou tudo para que Andrea não falhasse, desde desenhos com combinações de vestuário para cada ocasião possível e kits e instruções para a maquiagem e cabelo. Era dia de festa, e Andrea, com seu guia, tenta escolher o que seria menos ridículo vestir:

> Depois de uma divergência particularmente constrangedora com uma **blusa sem mangas coberta de penas e botas preta de verniz até a coxa (sim, acima dos joelhos)**, selecionei, por fim, o look na página trinta e três, **uma saia de patchwork da Roberto Cavalli, com uma camisa baby-look e botas pretas de garota ciclista da D&G**. Atraente, sexy, elegante — mas não sofisticada demais — sem, de fato, me fazer parecer um avestruz, um atavismo da década de 1980, ou uma prostituta. O que mais se poderia pedir? Assim que eu estava tentando escolher uma **bolsa** de acordo, a mulher do cabelo e maquiagem apareceu para começar suas tentativas emburradas e reprovadoras de não me deixar tão horrível quanto ela claramente achava que eu era. (Weisberger, 2009, p. 343)

Neste momento, percebe-se que mesmo com ajuda, Andrea já tem um domínio estilístico maior sobre sua escolha de vestuário, considerando uma combinação "atraente, sexy e elegante". Não por menos, ao encontrar Miranda para ir ao evento, Andrea relata que ela:

> Olhou-me dos pés a cabeça, bem devagar, a expressão permanecendo completamente passiva e indiferente. Eu tinha passado! Essa foi a primeira vez, desde que começara a trabalhar, que não recebera um olhar de asco ou, no mínimo, um comentário sarcástico, e tudo que havia sido necessário tinha sido uma equipe da SWAT dos editores de moda de Nova York, um grupo de cabeleireiros e maquiadores parisienses, e uma seleção de peso das roupas mais elegantes e caras do mundo. (Weisberger, 2009, p. 344)

Este é o momento em que Andrea consegue ser aceita por sua chefe e simbolicamente, pelo mundo da moda e da *Runway*, isto é, a sua escolha de vestuário foi mais uma vez assertiva. No entanto, no desfecho de *O Diabo Veste Prada*, Andrea decide deixar o emprego apesar de todo o esforço para se adaptar ao exigente universo da moda. Mesmo após ter transformado sua aparência e feito inúmeros sacrifícios pessoais para corresponder às expectativas de sua chefe, Andrea percebe que estava perdendo a própria identidade, abandonando seus valores e se distanciando do seu sonho inicial de trabalhar em um jornal, onde seu intelecto e não sua aparência seriam considerados essenciais. A escolha de se demitir representa, assim, um ato de resistência e emancipação, pois Andrea entende que apesar das roupas e da aparência, o mais importante era permanecer fiel a si mesma e ao seu sonho.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo escrutinar a moda nos estudos de intermidialidade utilizando o romance *O Diabo Veste Prada* na investigação. Para tanto, foi necessário retomar o conceito de moda e sua evolução histórica até o século XXI, contexto no qual a obra literária foi produzida. Esse percurso teórico permitiu aprofundar o conhecimento sobre o universo da moda e traçar paralelos entre este e a narrativa literária. Além disso, a relação da moda com outras formas de arte foi o ponto de partida, evidenciando como essas interações permeiam o cotidiano de maneiras diversas, embora o vínculo entre moda e literatura tenha sido o foco principal desta pesquisa.

No que tange à identificação das midialidades da moda no romance, foi possível encontrar várias durante a leitura crítica, correspondendo às expectativas de que se o livro tem

como tema a moda, teria consequentemente, midialidades dela. Com base nos três passos de Bruhn, é possível observar como a moda verbalizada contribui para a construção da narrativa, criando novos significados ao longo da leitura. Cada midialidade identificada desempenha um papel na construção do universo narrativo, enriquecendo a compreensão da trama e dos personagens.

Outro ponto explorado foi a moda enquanto performance, ou seja, o que as escolhas de vestuário comunicam. No caso de *O Diabo Veste Prada*, a transformação da protagonista Andrea Sachs em seu estilo de vestir e aparência, motivada pelas exigências de seu trabalho em uma revista de moda, exemplifica o impacto do vestuário na narrativa. Essa transformação vai além da aparência física, pois ela representa uma mudança interna de Andrea, que impacta tanto sua vida profissional quanto pessoal. O domínio das regras da moda ajuda a resolver os desafios de seu trabalho, mas também ressalta os dilemas e sacrifícios envolvidos, como o distanciamento de seus valores e sonhos pessoais e de suas relações mais íntimas. A sua trajetória na *Runway* é um exemplo claro de como a sociedade exige que as pessoas assumam papéis específicos para se encaixarem em determinados círculos. Sua transformação, seguida do abandono desse mundo, mostra a dualidade entre a realidade e a performance, uma característica essencial do *Theatrum Mundi*. Assim, o romance demonstra o poder do vestuário como uma forma de comunicação e manipulação de imagem.

Sob outra perspectiva, a moda também é apresentada como um elemento ambíguo, pois ao mesmo tempo em que abre portas e reforça a competência profissional, também revela um mundo de aparência e superficialidade. Assim, *O Diabo Veste Prada* mostra que o glamour da moda pode ser ilusório, servindo como metáfora para uma trajetória de autodescoberta que demanda equilíbrio entre a adaptação às expectativas externas e a preservação da identidade individual.

Este estudo contribui para os debates sobre a moda e a literatura como um espaço interdisciplinar, demonstrando como diferentes expressões artísticas podem dialogar e expandir significados. No entanto, reconhece-se que a pesquisa apresenta limitações, como o fato de as midialidades da moda analisadas abrangerem apenas as que estão presentes na obra, podendo haver outras. Estudos futuros poderiam ampliar essa abordagem, investigando a moda verbalizada em outras narrativas ou analisando écfrases de moda em textos literários.

Entre os desafios enfrentados destacam-se a seleção dos trechos a serem analisados, dado o grande número de passagens relevantes no romance, e a explicação clara de conceitos teóricos que, por vezes, apresentam certa complexidade.

Por fim, este trabalho reafirma a importância dos estudos intermidiais como ferramenta para compreender o diálogo entre diferentes mídias e suas capacidades de expandir fronteiras narrativas. Além disso, reforça o potencial de obras contemporâneas anglófonas, como *O Diabo Veste Prada*, para enriquecer pesquisas literárias sob diversas perspectivas.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. **O sistema da Moda**. São Paulo: Editora Nacional; USP, 1979.

BRUHN, Jørgen; SCHIRRMACHER, Beate. **Intermedial Studies:** An Introduction to Meaning Across Media. London and New York: Routlegde, 2022. 355 p.

BRUHN, Jørgen. O que é midialidade, e (como) isso importa? Termos teóricos e metodologia. *In*: DINIZ, Thaïs; FIGUEIREDO, Camila; OLIVEIRA, Solange (Orgs). **A intermidialidade e os estudos interartes na arte contemporânea.** Santa Maria: Editora UFSM, 2020, p. 15-54.

CARDOSO, Camila dos Santos. **Moda e Arte:** a roupa feminina através da pintura da segunda metade do século XIX. Monografia (Especialização) - Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Terminalidade de Ensino e Percursos Poéticos. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2015.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Moda e performance**. Colóquio de Moda, 2012. Disponível em:https://coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202012/GT08/ARTIGO-DE-GT/101417__Fashion_and_Performance.pdf. Acesso em: 21 nov. 2024.

COSTA, Natália Ernesto da. **O Diabo Veste Prada:** A construção da identidade feminina através do vestuário. Monografia (Graduação) - Comunicação Social. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Mossoró, 2010.

CLÜVER, Claus. Inter textus / inter artes / inter media. **Aletria: Revista de Estudos de Literatura**, *[S. l.]*, v. 14, n. 2, p. 10–41, 2006. DOI: 10.17851/2317-2096.14.2.10-41. Disponível em: https://periodicos.ufmg.br/index.php/aletria/article/view/18067. Acesso em: 08 jun, 2024.

CLÜVER, Claus. ‘On gazers’ encounters with visual art: ekphrasis, readers, ‘iconotexts’. *In:* MEEK, Richard; KENNEDY, David. **Ekphrastic Encounters:** New Interdisciplinary Essays on Literature and the Visual Arts. Manchester: Manchester UP, 2019, p. 237-256.

DEBOM, Paulo. Moda: nascimento, conceito e história. **Veredas da História** [online]. Centro Universitário Celso Lisboa, v. 11, n. 2, p. 7-25, dez. 2018. Disponível em: https://doi.org/10.9771/rvh.v11i2.47876. Acesso em: 21 nov. 2024.

DULCI, Luciana Crivellari. Moda e modas no vestuário: da teoria clássica ao pluralismo do tempo presente. **Revista de História.** São Paulo, n. 178, 2019. Disponível em: http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9141.rh.2019.137649. Acesso em: 20 jul, 2024.

ELLESTRÖM, Lars. **As modalidades das mídias II:** um modelo expandido para compreender as relações intermidiais. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2021. 171 p.

ELLESTRÖM, Lars. **Beyond Media Borders, volume 1:** Intermedial Relations among Multimodal Media**.** Switzerland: Palgrave Macmillan, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-030-49679-1. Acesso em: 24 maio, 2024.

ELLESTRÖM, Lars. **Midialidade:** ensaios sobre comunicação, semiótica e intermidialidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017. 278 p.

ESTEVÃO, Ilca. **Livros que inspiraram coleções de moda para ler no isolamento**. Metrópoles, 2020. Disponível em: https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/livros-que-inspiraram-colecoes-de-moda-para-ler-no-isolamento. Acesso em: 30 jul, 2024.

FLORENZANO, Éverton. Mode. *In*: **Dicionário Francês-Portugues**. Rio de Janeiro: Edições de Ouro, 1972. 212 p.

FLÜGEL, John. **A psicologia das roupas**. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1966. 240 p.

FREIRE, Cristina Gomes. **O Diabo Veste Prada:** O fazer da moda no corpo vestido como vitrine de identidades. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia de Bolso, 1987, 254 p.

MODA. *In*: Dicionário Michaelis, 2024. Disponível em: https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/moda/. Acesso em: 18 jun, 2024.

NORBERT, Elias. **A sociedade da Corte:** investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. 159 p.

NORBERT, Elias. **O Processo Civilizador:** uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, v.1, 1994. 279 p.

RAJEWSKY, Irina O. Intermidialidade, intertextualidade e "remediação": uma perspectiva literária sobre intermidialidade. Tradução de Thaïs Flores Nogueira Diniz e Eliana Lourenço de Lima Reis. *In*: DINIZ, Thaïs Flores Nogueira (Org.). **Intermidialidade e estudos interartes:** desafios da arte contemporânea. Belo Horizonte: FALE-UFMG, 2012. v. 1. p. 15-45.

RAJEWSKY, Irina O. O termo intermidialidade em ebulição: 25 anos de debate. *In*: DINIZ, Thaïs; FIGUEIREDO, Camila; OLIVEIRA, Solange (Orgs). **A intermidialidade e os estudos interartes na arte contemporânea.** Santa Maria: Editora UFSM, 2020, p. 55-96.

RAMAZZINA-GHIRARDI, Ana Luíza. **Intermidialidade:** uma introdução. São Paulo: Contexto, 2022. 128 p.

SALOMON, Geanneti Tavares. **Moda e ironia em Dom Casmurro**. São Paulo: Alameda, 2010. 196 p.

SCHECHNER, Richard. What is performance? *In*: **Performance studies:** an introduction, third edition. New York & London: Routledge, 2006, p. 28-51.

SILVA, Camila; MONTELEONE, Joana; DEBOM, Paulo. Introdução. *In:* **A história na moda, a moda na história**. São Paulo: Alameda, 2019, p.13-18.

SILVA, Maria Lucineti Sifuentes; LINKE, Paula Piva. A arte performática na moda. **Revista Espaço Acadêmico**, ano 12, n. 137, out. 2012. Disponível em: https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/16200/9874. Acesso em: 14 out. 2024.

SILVEIRA, Laiana Pereira da; SCHNEID, Frantieska Huszar. Semiótica da moda: o vestuário como um meio de comunicação. **Revista Poliedro**. Pelotas, v. 03, n. 03, p. 48-59, dez. 2019. Disponível em: http://periodicos.ifsul.edu.br/index.php/poliedro. Acesso em: 22 de agosto 2024.

VIEIRA, Miriam de Paiva. Building Bridges: The Modes of Architecture. *In:* Elleström, L. (eds) **Beyond Media Borders, volume 2:** Intermedial Relations among Multimodal Media**.** Switzerland: Palgrave Macmillan, 2021, p. 59-77. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-3-030-49683-8_3. Acesso em: 26 nov. 2024.

VIEIRA, Miriam de Paiva. Écfrase arquitetônica: um modelo interpretativo. **Aletria: Revista de Estudos de Literatura**, v. 27, n. 2, p. 241-260, 2017. Disponível em: https://periodicos.ufmg.br/index.php/aletria/article/view/18754. Acesso em: 19 ago, 2024.

VIEIRA, Thaiana Gomes. **Moda e controle:** as vestimentas e adornos nas leis suntuárias em valladolid na baixa idade média. Dissertação (Mestrado) - Programa de pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens. Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017.

WEISBERGER, Lauren. **O Diabo Veste Prada**. Tradução de Ana Luiza Dantas Borges. Rio de Janeiro: BestBolso, 2009. 389 p.

WEISBERGER, Lauren. **The Devil Wears Prada**. New York: Doubleday, 2003. 368 p.