

Os uniformes no universo *teen* do colégio Marista uma história de distinção social e gênero

Débora Pinguello Morgado

Mestranda em História pela Universidade Estadual de Maringá (UEM)

Ivana Guilherme Simili

Doutora em História pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) e
professora na Universidade Estadual de Maringá (UEM)

Resumo

Desde o seu surgimento, os uniformes escolares equiparavam socialmente – em relação à aparência – alunos de uma determinada escola. Tal função deixou de prevalecer com a ascensão do fenômeno da moda. Assim, a moda participa do cotidiano das escolas brasileiras e dialoga com os uniformes escolares por meio do consumo de produtos que ornamentam e conferem status aos que os usam. Para compreendermos o estabelecimento de tal relação, transformamos em objeto de estudo as indumentárias do Colégio Marista – tendo como ponto observatório o Colégio Marista da cidade de Maringá (PR) –, a fim de identificar como as distinções sociais de classe são marcadas visualmente pelos alunos e alunas e como elas reafirmam os princípios de gênero na moda masculina e feminina. As fontes usadas no estudo são os documentos obtidos no site do Colégio e as imagens publicadas na Revista Capricho. A metodologia de análise envolveu o debate sobre a “moda uniforme” – práticas educativas desenvolvidas pelas escolas e a produção de aparências pelos alunos mediante o consumo de produtos e serviços – acessórios, maquiagens, adornos.

Palavras-chave uniforme escolar, moda, distinção social, gênero.

Abstract

Since its inception, school uniforms socially equated - over appearance - students of a particular school. This function ceased to prevail with the rise of the fashion phenomenon. Therefore, the fashion participates in everyday life of Brazilian schools and dialogues with school uniforms through the consumption of products that decorate and give status to those who use them. To understand the establishment of such relationship, it's been transformed in object of study the clothes of the Marista College – using as an observatory point the Marista College in Maringá (PR) - in order to identify how social class distinctions are marked visually by students and how they reaffirm the principles of gender in male and female fashion. The sources used in the study are documents obtained in the College website and images published in Capricho Magazine. The analysis methodology involved the discussion of the “fashion uniform” - educational practices developed by schools and the production of appearances by students by the consumption of goods and services - accessories, makeup, adornments.

Keywords school uniforms, fashion, social distinction, genre.

Introdução

A moda se faz sentir e notar nas escolas de múltiplas maneiras e por intermédio de diferentes práticas de vestir e de ornamentar os corpos. De forma mais nítida, nos espaços escolares, a moda pode ser observada no uso dos uniformes, como prática de vestir empregada pelas instituições para uniformizar as aparências dos alunos e das alunas. No entanto, a roupa, qualquer que seja a sua origem e estilo, pressupõe um usuário concreto, e a “moda uniforme”, como pensada e fabricada pelas instituições para vestir os corpos discentes, esbarram nas escolhas pessoais e individuais que fora do ambiente escolar compõe as visualidades de cada um.

O consumo de moda, ao contrário do que enganosamente pode ser observado, não é tão somente pautado pela satisfação e necessidade de um usuário, mas sim, versa sobre as competições de classe e estatutárias contidas nos escritos marxistas. Um objeto não apenas é consumido “[...] por ele mesmo ou por seu valor de uso, mas em razão de seu “valor de troca signo”, isto é, em razão do prestígio, do status, da posição social que confere”.¹

Desta forma as ornamentações corporais e os acessórios, tais como as bolsas, as joias, as bijuterias, os calçados e outros tantos detalhes visuais incorporados pelos alunos e alunas aos uniformes no cotidiano escolar, são os elementos que os individualizam e os distinguem, constituindo-se em atos de comunicação do consumo de moda.

As relações entre vestuários e instituições são acenadas por intermédio dos uniformes. Os indivíduos comunicam a compreensão, o pertencimento e a obediência às regras relativas ao exercício do tipo de roupa, as quais dizem respeito à ordem, ao controle e à conformidade aos princípios institucionais. A esse ato de comunicação do pertencimento da pessoa a uma instituição, existiria nos uniformes um “jogo constante entre o simbolismo intencional (uniformidade, unidade, regra, hierarquia, *status* e papéis) e os códigos informais do uso e da significação dos uniformes (subversão, interpretação individual e diferença)”.²

Logo, os empregos e os usos dos uniformes nas e pelas instituições de ensino constituem-se em via de acesso para compreender os jogos estabelecidos entre os preceitos educativos e pedagógicos que orientam as suas definições pelas escolas e as apropriações desenvolvidas pelos alunos e alunas que, ao usá-los no cotidiano escolar, desenvolvem mecanismos e estratégias para criar nos uniformes as identidades individuais.

1 LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

2 CRAIK, J. “A política cultural do uniforme.” In.: *Fashion Theory*, v.2, n.2, 2003, p.5.

No intuito de entender as relações entre os uniformes escolares e a moda, transformamos em fonte e objeto de estudo as indumentárias do Colégio Marista, uma instituição que, na história das instituições escolares, foi e é caracterizada como representante de um segmento educativo e pedagógico vinculado à religião católica, e é frequentada pelos segmentos infanto-juvenis da elite. A curiosidade pelo estudo das indumentárias do Colégio se deu principalmente pelo lançamento, em 2010, da nova coleção de uniformes, que foram apresentados mediante desfiles, imitando aos desfiles de moda, e que trouxe uma variedade muito grande de modelos.

O olhar que dedicamos a compreensão dos símbolos de consumo integrados aos uniformes escolares, como provedores estatutários, fez também com que identificássemos os aspectos visuais e simbólicos que distinguem os gêneros e como se estabelece uma relação entre consumo, poder e o *ser* masculino e feminino.

Para a realização da pesquisa a metodologia envolveu a análise dos documentos tais como a tabela da coleção dos novos uniformes do colégio divulgada no site da instituição; os artigos de revistas e entrevistas publicadas na mídia impressa e virtual cujo destaque culmina na reportagem da edição IIII da Revista Capricho, de janeiro de 2011, que mostra a nova coleção feminina de uniformes Marista para o Ensino Fundamental e Médio acompanhada de adereços que de acordo com o periódico, direcionado para as adolescentes “conferirão um estilo pessoal ao *look* escolar”. Um manual de como *ser fashion* na escola com o seu uniforme é oferecido às estudantes. Algumas “dicas” são: combinar tênis de cores neutras com mochilas coloridas; usar jaqueta jeans sobre o uniforme e investir em acessórios coloridos como lenços, cintos e pulseiras.

Associamos as informações visuais disponibilizadas nos sites do Colégio às imagens de *looks* veiculadas na Revista Capricho para abordar e entender as dinâmicas da moda na escola. A Revista Capricho entre os segmentos de periódicos brasileiros destina-se aos adolescentes e jovens, caracterizando-se em periódico que contribui para entender o conceito de juventude, com as roupas, os comportamentos e estilos de vida que definem a moda jovem. A juventude é um conceito histórico, social e cultural e, como tal, marcado pelas variações temporais e espaciais e por múltiplos significados. No cerne da definição encontra-se uma mudança de tratamento dispensado pela sociedade com suporte nas idades da vida que separa e distingue a infância do mundo adulto. Nessa construção de representações, a idade se transforma em elemento para classificar a criança, o jovem e o adulto. Nessa classificação, o biológico é interpretado em função dos papéis sociais, por meio dos quais as diferenças culturais das idades e dos gêneros adquirem significados. São para esses pontos que acenam o

comentário “a diferença cultural entre rapazes e moças, já acentuada na socialização infantil, é institucionalizada na juventude”.³

A relação entre a Revista Capricho e a moda jovem dimensiona-se na reflexão: “Capricho ocupa lugar de destaque entre as publicações para o público jovem”.⁴ Uma das características que a revista guarda, desde o seu surgimento em 1956, foi a de ditar às leitoras “um conjunto de regras que precisam ser seguidas em relação ao corpo, vestuário, gostos e preferências que garantiriam o tão almejado sucesso junto ao sexo oposto”⁵. Portanto, a Revista Capricho constitui-se em artefato pedagógico-cultural de moda e gênero, veiculando em suas matérias modos de ser, de se vestir, de se comportar como meninos e meninas; o que comprar e onde, portanto, o que deve ser consumido pelos/as adolescentes e jovens para que se mantenham atualizados na moda, para obterem sucesso e ostentar poder e riqueza.

Na abordagem dos documentos midiáticos, caso da Revista Capricho e do site institucional do Colégio Marista, portanto, de fonte impressa e visual disponibilizada online, o conceito de pedagogia cultural que fundamenta a análise dos uniformes como objeto de moda, tem seu escopo teórico e metodológico nos estudos culturais da educação.

Para esclarecer o asseverado é importante lembrar que, acompanhando as mudanças históricas, sociais e culturais, o entendimento de educação passou por transformações⁶. Os estudos relacionados a essa área do conhecimento, realizados atualmente sob a perspectiva cultural – ou dos estudos culturais nos mais diferentes recortes temáticos, teóricos, metodológicos e historiográficos – demonstram que não é somente a escola que educa, mas que somos educados pelas mais diferentes instâncias sociais e culturais e por meio de diversos artefatos e práticas pedagógicas.⁷

Consoante a essas interpretações, a família, a Igreja, a arquitetura e a decoração das casas, os brinquedos e as brincadeiras infantis, as roupas com as quais as vestimos e nos vestimos, as mídias (a televisão, a Internet, as revistas, os jornais), a literatura, o cinema, as artes em geral (escultura, pintura), os espaços de convivência e lazer (as academias de ginástica, os shoppings, os bares, as boates, as lanchonetes, as ruas e seus edifícios) são pedagogias

3 LEVI, G.; SCHIMITT, J. C.; MOULIN, N. *História dos jovens*. São Paulo: Cia das letras, 1996, pp.14.

4 LUCA, T. R. de. Imprensa feminina. Mulher em revista. In: PINSKY, C. B.; PEDRO, J. M. (Org.). *Nova História das mulheres no Brasil*. São Paulo. Contexto, 2012, pp. 459.

5 *Idem*, pp. 462.

6 ANDRADE, S. Mídia impressa e educação dos corpos femininos. In: LOURO, G. L.; NECKEL, J. F.; GOELLNER, S. V. (Org.). *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Petrópolis, Rio de Janeiro, 2003, pp.108-123.

7 LOURO, G. L. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. *Pro-Posições*, Campinas, v.19, n.2, maio/ago. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=Soio3-73072008000200003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 21 maio 2015.

culturais que atuam na construção dos sujeitos. Por conseguinte e em última instância, essas esferas e artefatos, como pedagogias culturais, desempenham papéis fundamentais na educação dos sujeitos históricos ao inculcar noções e representações sobre modos de ser, de viver, de consumir, de amar, de desejar, de se vestir, de se comportar nas ambiências e fazeres etc.

Logo, os uniformes escolares do Colégio Marista, veiculados na Revista *Capricho* e no site da instituição, como produções e produtos pedagógico-culturais da educação e da moda, constituem-se em vetores para a compreensão das relações entre práticas educativas e o consumo de bens e de artefatos simbólicos de acessórios, calçados, mochilas, pelos/as adolescentes na criação de imagens e representações de poder, prestígio, distinção e beleza, em seus múltiplos processos de apropriações e significações.

História do Colégio Marista: da religião à moda

A história da instituição vincula-se a do padre Marcelino Champagnat que, no século XIX, na França, criou uma obra educativa de cunho evangelizador. O propósito inicial do padre era realizar trabalhos assistenciais para crianças carentes, e assim fundou uma casa de catequese que mais tarde daria origem ao Colégio dos Irmãos Maristas. No final daquele século, os Colégios dos Irmãos Maristas chegam ao Brasil, especificamente, em 1897, na cidade de Congonhas, em Minas Gerais.⁸

Nos anos seguintes os Colégios estenderam-se por várias regiões, culminando na constituição de uma rede formada por 74 colégios separados por Províncias, sendo elas a Província Marista Brasil Centro-Norte, Província Marista Brasil Centro-Sul, Província Marista do Rio Grande do Sul e Distrito da Amazônia. Em 1958, o Colégio Marista estabeleceu-se em Maringá, na Avenida Tiradentes, próximo à Catedral Metropolitana Nossa Senhora da Glória, numa área nobre e privilegiada da cidade, onde permanece até hoje. Em 1998 a arquitetura inicial da instituição foi modificada, visto que a ela se juntou o Teatro Marista, que comporta mais de 900 lugares e tem sido palco de eventos da educação e culturais.

O Colégio Marista foi o segundo colégio particular da cidade. Foi antecedido pelo Colégio Santa Cruz, fundado em 1952. Ambos possuíam e ainda possuem como característica

8 SILVA, W. A.; GATTIO Jr. D. “A formação de 'bons cristãos e virtuosos cidadãos' na princesa do sertão: o colégio Marista Diocesano de Uberaba (1903-1916)”. In: *Cadernos de História da Educação*, v2, 2003. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/che/article/view/343/328>>. Acesso em: 29 maio 2013.

comum o ensino religioso católico.⁹ A posição ocupada pelo Colégio Marista entre as instituições de ensino de Maringá pode ser dimensionada pelos resultados obtidos no Exame Nacional do Ensino Médio, o ENEM, de 2010. No ranking alcançou o primeiro lugar, o que lhe confere poder e *status* no ensino e perante outras instituições escolares privadas.¹⁰

Utilizamos como ponto de partida para a pesquisa o Colégio Marista situado na cidade de Maringá pela proximidade estabelecida com o mesmo. Percebemos também que Maringá é o cenário ideal para buscarmos os contrastes revelados nas visualidades dos/as adolescentes que buscam se expressar, bem como ao seu poder aquisitivo, por meio de suas indumentárias. A religiosidade do Colégio, que harmoniosamente entrelaça-se ao grande número de católicos da cidade, contribui para o fortalecimento das distinções dos papéis de gênero nos uniformes – principalmente para demarcar os traços de feminilidade contidos nas mulheres que honram o catolicismo.

A nova coleção de uniformes do Colégio Marista demonstra com clareza que o papel dessas indumentárias na era da total ascensão e aceitação da moda aniquila seu sentido original que era o de nivelar os alunos socialmente por meio de suas aparências. A coleção foi lançada em 2010 e desenvolvida para todas as Províncias, definição usada pela instituição para definir as escolas nas cidades brasileiras, cada qual sendo uma unidade administrativa. Tornou-se pública mediante desfiles nas sedes dos colégios. Todos os 52 modelos desenvolvidos foram segmentados por fases escolares divididas entre educação infantil, ensino fundamental e médio, e pelas estações climáticas – verão e inverno – com clivagens delas decorrentes, roupas curtas e longas, as quais são diferenciadas pelas categorias masculina e feminina.

Em razão das dificuldades na obtenção dos direitos autorais das imagens veiculadas na Revista Capricho, no site da instituição de ensino e da empresa responsável pela produção das indumentárias escolares, a Look Brasil, de Curitiba, optamos por conduzir a narrativa por meio de duas estratégias metodológicas: a criação de tabela com as tipologias de roupas destinadas ao ensino fundamental e médio, por considerar que ele é integrado pelos adolescentes. As variáveis usadas na classificação das peças foram o gênero e o clima, elementos que influenciam o mercado da moda e as práticas de uso dos adolescentes nas escolas. Portanto, as variáveis eleitas na descrição permitem entender os trânsitos entre a moda e os uniformes escolares, assuntos que, após a apresentação da tabela, serão retomados com vistas a verticalizar a análise, associando-se estilo de roupa escolar e tendências da moda.

9 SCHAFFRATH, M. dos A. S. *A escola normal em Maringá-PR: o ensino público como projeto político*. Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 2000.

10 MEC. *ENEM 2010*. Disponível em: <<http://sistemasenem2.inep.gov.br/enemMediasEscola/>>. Acesso em: 27 mar. 2013.

A tabela 1 mostra a diversidade de modelos criados para a nova coleção, destinadas ao ensino fundamental e médio – a educação infantil conta uma coleção praticamente igual –. Os nomes das peças, disponibilizados no site junto com seus *croquis*,¹¹ estão agrupados em feminino e masculino, dividindo-se em verão e inverno.

Tabela 1 Uniformes escolares destinados ao Ensino Fundamental e Médio [autoria própria]

ENSINO FUNDAMENTAL E MÉDIO			
<i>Feminino</i>		<i>Masculino</i>	
VERÃO: Camiseta manga curta; Camiseta manga curta básica; Camiseta sem manga; Camiseta sem manga básica; Bermuda; Calça Capri; Short/ Saia.	INVERNO: Jaqueta; Japona de inverno; Blusão; Camiseta manga longa com capuz; Camiseta manga longa; Camiseta manga longa básica; Calça; Calça Jazz.	VERÃO: Camiseta polo manga curta; Camiseta manga curta; Camiseta sem manga; Bermuda; Bermuda básica; Calça bermuda.	INVERNO: Jaqueta; Japona de Inverno; Blusão com capuz; Camiseta polo manga longa; Camiseta manga longa; Calça; Calça básica
<i>Total: 07 peças</i>	<i>Total: 08 peças</i>	<i>Total: 06 peças</i>	<i>Total: 07 peças</i>

Na camiseta manga curta destinada às meninas, é interessante destacar que são feitas no modelo “envelope”, diferencial que se faz pelo transpasse, na parte frontal, de tecido de um lado para o outro. O modelo envelope é um dos maiores ícones *fashion* de elegância feminina e teve seu apogeu pelas mãos da estilista Diane Von Fürstenberg, na década de 1970. Os vestidos envelopes, ou *wrap dress*, inspirados nos quimonos nipônicos, não utilizavam botões e eram confeccionados em malha, moldando a silhueta feminina.¹² Essa referência nas camisetas escolares do Colégio Marista, muito mais que reforçar um conceito de elegância e, portanto, de distinção social, tonifica a demarcação de gênero, ao optarem por um dos estilos mais consagrados no que se refere à feminilidade.

11 Croquis são desenhos de moda compostos pela figura humana estilizada e vestida com a roupa que se pretende mostrar.

12 VOGUE PORTUGAL. *Livro de História*: Diane Von Fürstenberg. 2014. Disponível em: <http://www.vogue.xl.pt/moda/especiais/detalhe/livro_de_historia_diane_von_frstenberg.html>. Acesso em: 21 de maio de 2015.

As cores das camisetas podem ser variadas entre branca, com o nome do colégio em azul marinho; azul marinho, com o nome em branco; e cinza, com o nome em azul marinho. O nome do colégio está em letra cursiva, o que demonstra menos informalidade, ou seja, uma aproximação com o modo de vida da juventude. A predominância na maior parte das peças é do branco e do azul marinho: desde sempre, para os uniformes escolares, as cores elegidas como representativas de nobreza. Outro detalhe observado é o corte das peças que é mais folgado e reto para os meninos e mais ajustado para as meninas, que desde a adolescência são incentivadas a mostrarem as curvas do corpo. As jaquetas e calças são azul marinho com detalhes em vivo¹³ branco; os zíperes das jaquetas e juponas são personalizados com o brasão do Colégio Marista.

As referências da moda nesta coleção de uniformes não devem ser vistas como utilizadas “por acaso”. Há de ser dito que a empresa responsável pela criação da nova coleção de uniformes é composta por profissionais de moda que criam as peças tomando o mundo da moda como referência e considerando o perfil de seu cliente, no caso, o Colégio Marista. Assim, o design – definição dos tecidos, cortes, cores, estampas – dos novos uniformes ficou por conta da empresa curitibana Look Brasil, especializada em roupas escolares, aspecto que merece ser destacado porque revela o investimento feito pelo colégio nas aparências dos alunos e das alunas, e a preocupação que se manifesta nas entrelinhas da prática de atualizar a indumentária escolar de acordo com as tendências da moda.¹⁴ No site da Look Brasil a preocupação em se demonstrarem consoantes ao mundo da moda na confecção dos uniformes é ressaltada e detalhada por uma lista que demonstra o padrão de qualidade empregado em seus produtos. Dentre os itens destacados na lista: a busca pelas tendências e pesquisa de mercado; o trabalho de profissionais criativos da área de moda; a participação em feiras e outros eventos voltados para a moda; a busca pelas novas tecnologias em tecido; e a construção de uma rede de notáveis fornecedores de matéria prima.

Sobre os uniformes e a moda, o diretor educacional do colégio Marista Arquidiocesano, Ascânio Sedrez, de São Paulo, em uma entrevista,¹⁵ fez importantes observações. A princípio, sua fala aponta para os ideais que impulsionaram inicialmente a utilização dos uniformes: “Essas roupas organizam a vida do estudante na escola. E permitem preocupações com questões mais importantes como aprendizado, crescimento e conteúdo. O

13 Vivo é um tipo de aviamento costurado entre meio a uma emenda de duas partes de tecido, ficando como uma borda, geralmente de uma cor diferente do tecido, conferindo bom acabamento e elegância.

14 LOOK BRASIL. *Qualidade*. Disponível em: <<http://www.lookbr.com.br/qualidade>>. Acesso em: 20 maio 2015.

15 TERRA. *Moda chega aos uniformes escolares*. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/educacao/noticias/o,,OI4950045-EI8266,00-Moda+chega+aos+uniformes+escolares.html>>. Acesso em: 27 mar. 2012.

uniforme não deixa espaço para preocupações com aparência, e ainda se mostra econômico para os pais”, portanto, suas palavras reafirmam que a indumentária escolar simbolizada pelos uniformes tem significados para a educação, constituindo-se em instrumento que fabrica o nivelamento e a igualdade nas aparências dos estudantes.

No entanto, Sedrez, na continuidade de sua narrativa, contrapõe o discurso sobre nivelamento com as práticas de consumo de moda nos espaços escolares: “Não existe mais o optar pelo uniforme para nivelar os alunos em questão econômica, pois os acessórios mostram as diferenças sociais e alimentam o consumo. É o tênis da moda, o último lançamento do *Ipod* e assim vai”. Neste ponto, o diretor sugere que se uma das faces dos uniformes é produzir o nivelamento das aparências, eles não eliminam as diferenças econômicas e sociais existentes entre os alunos, decorrentes do consumo de moda, cujo acesso tem a ver, sim, com o poder aquisitivo.

Nas linhas e entrelinhas de suas palavras o diretor diz que a escola não pode evitar ou conter o consumo de artefatos e produtos de moda, e que o uso dos uniformes pelos alunos se constitui em tentativa para coibir que as diferenças econômicas e sociais existentes nas ambiências e fazeres escolares sejam minimizados. Percebemos que o discurso do diretor é abafado pelo lançamento dos novos uniformes que, ao contrário do que é sugerido, não promove igualdade nas aparências. Ainda que não fossem ornamentados com produtos de moda, os variados modelos da nova coleção permitem com que os alunos e alunas modifiquem suas aparências em relação aos outros estudantes da instituição.

A história dos uniformes escolares no Brasil e suas relações com distinção e moda

A compreensão das práticas de vestir e o consumo de moda pelos adolescentes e jovens do Colégio Marista exige que sejam feitas algumas considerações sobre a história dos uniformes. Relata-se¹⁶ que a primeira escola no Brasil a adotar o uso dos uniformes pelos alunos foi o Colégio Pedro II no ano de 1850. Quanto às suas características visuais e estilísticas, o uniforme escolar se assemelhava ao uniforme militar e sua função era disciplinar, identificar a escola e promover igual tratamento aos alunos. Nesse contexto, o uniforme impunha-se como a primeira regra do dia a ser cumprida pelos alunos. Ao trajar o uniforme os alunos aceitavam a condição de reprodutores obedientes para o convívio social.

16 SCHEMES, C. e THÖN, I. *A moda europeia e o uniforme escolar no Brasil*. Disponível em: «<http://moda-feevale.files.wordpress.com/2010/09/68730-a-moda-europeia-e-o-uniforme-escolar-no-brasil.pdf>». Acesso em: 27 de mar 2013.

Nas primeiras décadas do século XX o estilo *navy* predominou como uma tendência para os uniformes em decorrência da influência europeia na moda brasileira. O conhecido uniforme marinho, que se promoveu pelas tesouras da estilista francesa Coco Chanel, tornou-se símbolo das escolas nobres, e suas cores azul e branco significavam pureza e nobreza.¹⁷ Portanto, observa-se, nitidamente, a maneira pela qual uma tendência na moda infantil – o estilo marinho – foi incorporada pela educação para vestir seus alunos e alunas.

Acerca desse estilo, reflexões significativas¹⁸ mostram que esse tipo de vestimenta foi introduzido no final do século XVIII nas escolas que treinavam os rapazes para a marinha, e passa a ser vista, na mesma época, vestindo as crianças de todas as idades e sexos. “A versão para as meninas, evidentemente, substituía a calça – comprida ou curta – pela saia”¹⁹. No começo do século XX, na América do norte e na Europa, esse traje era quase o padrão da roupa cotidiana para meninos e meninas da classe média. Na Inglaterra foi depois da Segunda Guerra Mundial quando a força naval inglesa começou a perder sua popularidade que se observa o declínio no estilo marinho.

O que estava explícito na interferência europeia para a criação dos uniformes dos colégios brasileiros dos segmentos de elite é que o nivelamento dos alunos se dava somente dentro da instituição. Fora do ambiente escolar, o estudante que trajava vestes elegantes e de corte fino no caminho da escola, distinguia-se do aluno das escolas destinadas aos mais pobres.

Na vida das crianças os uniformes sempre exerceram um papel de importância. A história da infância, como as etapas da vida, é acompanhada pela mudança no guarda-roupa de meninos e de meninas. No século XIX, aos trajes de passeio e para ir à igreja, juntam-se as indumentárias para a escola. “O guarda-roupa da criança modificava-se com o ingresso na escola, um sinal das mudanças da vida”.²⁰ Nessa etapa, as roupas ganham diferenciações nítidas, “para os meninos, os calções curtos, camisas, jaquetas, coletes, bonés e para as meninas, os vestidos e saias sem armação, blusas mais folgadas e cabelos presos com fitas”.²¹ As roupas e as idades da vida passaram a fundamentar e orientar a educação das aparências das crianças. No caso dos meninos, o uso de calças compridas, e para as meninas o uso de vestidos semelhantes aos das mulheres adultas, foi observado como um elemento de comunicação visual que marcava a saída de uma etapa da vida e a entrada noutra, no caso, da infância para a mocidade.

17 *Idem.*

18 AREND, S. F. Trabalho, Escola e Lazer. In.: PINSKY, C. B.; PEDRO, J. M. *Nova história das mulheres*. São Paulo: Contexto, 2012.

19 LURIE, A. *A linguagem das roupas*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

20 AREND. *Op. cit.*, pp.71.

21 *Ibidem.*

Acompanhando e significando as mudanças nas idades da vida e nos trajés, a educação de crianças e jovens modifica-se. Desde o início do século XX a sociedade brasileira esperava que as mulheres desempenhassem novos papéis no âmbito doméstico e público. As mudanças nas concepções dos papéis das mulheres repercutiram na educação das meninas. As filhas das famílias da elite e dos setores médios da população puderam frequentar o curso primário, o ginásio e, eventualmente, o secundário nas escolas confessionais católicas femininas e de outras congregações religiosas presentes nas capitais dos estados da Federação. As escolas que recebiam esse público, além do externato, contavam também com internato em que eram recebidas as meninas do interior e onde ficavam para estudar. As meninas que não podiam arcar com os custos de estudar numa escola privada, dividiam com seus irmãos os bancos das escolas públicas, em geral mistas e que à época, começavam a se multiplicar pelo país. A educação e a escola deixavam, assim, de ser privilégio dos meninos, aspecto marcante na história da educação brasileira, visto que, durante muito tempo as concepções sexistas de que os meninos e os jovens deviam ser preparados para vida pública do trabalho, fez que os estudos deles fossem estimulados e os conhecimentos se diferenciavam daqueles transmitidos às meninas.²²

O surgimento das escolas públicas foi acompanhado pela política dos uniformes escolares como mecanismos para eliminar as diferenças sociais entre os alunos e alunas. É para esse ponto que indica a prática do uso dos uniformes escolares nas escolas públicas do estado de São Paulo entre os anos de 1950 a 1970. As análises feitas²³ a partir de revistas e periódicos da época, tais como a Revista do Professor (1934-1965), Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos (1944) e o Jornal Nosso Esforço (1936-1967) permitiu constatar que a ênfase em disseminar o uso do uniforme nas escolas paulistas se deu pela necessidade em diminuir as aparências de distinção de classes. O uniforme inicialmente caracterizava-se excludente, pois era adquirido pelos pais dos alunos que possuíam recursos para tal. Logo, quem não podia comprar ia mal vestido à escola, o que era motivo de muita vergonha para as crianças que até mesmo deixavam de frequentá-la por não se sentirem nivelados aos outros alunos uniformizados e bem-arrumados.

A partir da metade da década de 1950, as políticas educacionais fizeram com que duas questões fossem priorizadas: as vestimentas e a alimentação. Nesse contexto, as escolas públicas passaram a doar os uniformes aos alunos carentes para minimizar as aparências distintivas de cunho socioeconômico e cultural.

22 *Ibidem*.

23 SILVA, K. N. da. *Criança calçada, criança sadia!*: sobre os uniformes escolares no período de expansão da escola pública paulista (1950/1970). Tese (Doutorado), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

Do aqui exposto infere-se que a história dos uniformes está conectada à da educação e à moda. Nessa história os elos são vários, mas alguns deles chamam a atenção, por exemplo, o papel da política dos uniformes pela educação pública como meio de eliminar as diferenças econômicas, sociais e culturais. Há outra face, a qual merece ser analisada, visto que, historicamente, as instituições escolares direcionadas para os segmentos da elite também transformaram os uniformes em símbolos de distinções sociais e para reafirmar as diferenciações de classes sociais e modelos hegemônicos, de feminilidade e de masculinidade. Em algumas instituições, a religião contribuiu para formatar, por meio dos uniformes, as distinções e os modelos.

Em relação ao fato exposto, o estudo sobre o colégio feminino confessional Des Oiseaux²⁴, contribui para entendermos o uniforme como símbolo do poder econômico e da submissão do gênero feminino. Fundado em São Paulo em 1907, o colégio educava as filhas da elite paulistana e sua história fornece pistas significativas de como a religião e a moda foram associadas nos uniformes escolares, de forma a modelar as subjetividades das mulheres. Na pesquisa, ao entrevistar ex-alunas e funcionárias, com recurso às fotografias do ambiente e cotidiano escolar para coletar e explorar as informações sobre como era a educação do colégio entre os anos 1950 e 1970, é revelado que o Des Oiseaux preparava as alunas para a vida cristã e familiar através do regime de disciplinas que incluía o uso dos uniformes. As entrevistadas se recordaram que, ao vestir os uniformes, elas vestiam com eles a posição social como jovens da elite e se conscientizavam do papel social que, no futuro, deviam assumir e desempenhar, que era o de serem mães e esposas, cujos fundamentos eram transmitidos para elas por meio do projeto pedagógico e ideológico de cunho religioso.

As considerações do estudo realizado no Des Oiseaux caminham no sentido de fazer entender e perceber que os uniformes permitiam às mulheres o aprendizado da diferenciação e distinção social, elementos caros na formação delas, como pertencentes à elite. O modelo hegemônico de feminino e de feminilidade dos anos 1950 para as jovens, cuja premissa era o de que elas, como jovens da elite deviam ter o casamento e a felicidade conjugal como objetivos de suas vidas, fez que os aprendizados envolvessem a aparência. As aulas de etiqueta ensinavam-nas sobre como vestir-se, cuidar-se, comportar-se. De acordo com os relatos, nenhuma ex-aluna do Des Oiseaux fugiu ao casamento e que o índice de separação conjugal foi muito inferior em relação às ex-alunas de demais colégios. Foi visto também que o desinteresse profissional por parte dessas mulheres é quase unânime tornando elas parte da decoração da vida familiar e da vida social do marido, com corpos bem vestidos e modos elegantes. As propriedades sociais foram transformadas em essência natural possível graças a

24 PEROSA, G. S. “A aprendizagem das diferenças sociais: classe, gênero e corpo em uma escola para meninas”. In: *Cadernos Pagu*, n.26, pp.87-111, jan.- jun, 2006.

uma educação familiar que pretendia adentrar a todas as etapas da vida das alunas distinguindo os papéis de gênero e inculcando ações e regras próprias a nobreza.

Por conseguinte, é de se pensar que, nas instituições de ensino religioso ou sob o controle da pedagogia religiosa e para as camadas da elite, os uniformes comunicam a distinção de seus alunos, como seus frequentadores, projetando-os na sociedade e na cultura nas quais os colégios estão localizados no tempo e no espaço. As relações entre religião, educação da elite e uniformes em seus diálogos com a moda, podem ser observadas na história do Colégio Marista, em particular na coleção de 2010 e os modos pelos quais eles foram apropriados pelas instituições e na Revista Capricho.

Os uniformes do Colégio Marista na Revista Capricho: diálogos entre poder e consumo

“A moda é uma instância sociocultural que desempenha um papel significativo na modelagem de comportamentos, das ideologias, dos gostos, dos estilos de vida e das interações sociais”.²⁵ As aparências dos sujeitos se constituiriam em fragmentos daquela instância sociocultural, permitindo entrever os limites da liberdade sob a qual elas se constroem, e os movimentos da moda que veste o corpo, que é concebida como o conjunto formado pelos trajes, adornos e acessórios, sinônimo de indumentária. A moda como produto sociocultural materializar-se-ia e atualizar-se-ia no processo desencadeado pelas escolhas realizadas pelo sujeito que, em um movimento único, absorveria suas regras e por meio delas também se constituiriam.

Portanto, por intermédio dos uniformes escolares percebemos como as regras das instituições escolares, como instância pedagógica e cultural, são absorvidas e reiteradas pelos alunos. No caso, a moda contribui para adequar a roupa aos alunos e alunas, incorporando volume, comprimento, cortes e tecidos, pois a escola não é uma entidade abstrata, mas participa e atua na vida social, política e cultural. Da parte dos alunos e alunas, o uso da roupa escolar remete a vínculos com a instituição e com a moda, visto que os detalhes dos acessórios, maquiagem e inclusive, os apetrechos escolares vão criando visualidades e identidades individuais.

Os uniformes escolares operam para unificar as aparências, mas os usos das roupas pelos/as estudantes trabalham no sentido de usar os uniformes com suas marcas individuais. Talvez aqui fique claro que os investimentos da educação no sentido de eliminar as

25 CASTILHO, K. *Moda e linguagem*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

desigualdades por meio do uso dos uniformes, tenham se mostrado inoperantes, pois o uniforme não é garantia da igualdade visual.

Assim, o olhar voltado à história dos uniformes escolares faz que sejam percebidas as mudanças sociais e as relações estabelecidas pelas crianças e adolescentes com o seu uso. O uniforme, de uma regra a ser cumprida, consagra-se em uma roupa passível de individualização, torna-se um quadro a ser composto por signos que denotam os jogos de poder, sejam eles econômicos ou sexuais.

Os objetos que cercam o cotidiano de cada um se refletem aos olhos dos outros como o verdadeiro âmago de uma pessoa, e este fato se reforça dentro do ambiente escolar. No entanto é preciso renovar-se, não deve mais haver apego e paixão aos objetos, o uso das novidades por um determinado aluno demonstra, no mundo do consumo, que ele é superior aos demais, mais “antenado” e *fashion* que os demais.

Por que as inumeráveis pequenas novidades agem sobre os consumidores, o que faz com que sejam aceitas pelo mercado? O que faz com que uma economia possa caminhar para a obsolescência rápida e para as pequenas diferenças combinatórias? A resposta sociológica dominante tem ao menos o mérito de ser clara: são a concorrência das classes e as estratégias de distinção social que sustentam e acompanham a dinâmica da oferta.²⁶

Não podemos tão somente culpar a luta social e a necessidade de demonstrar status como impulsionadores do gosto pelo novo,

Como não insistir sobretudo naquilo que, no império da moda, cabe ao poder cultural do *Novo*? A concorrência das classes é pouca coisa comparada aos efeitos dessa significação social que impulsiona, por si mesma, o gosto pelo diferente, que precipita o tédio do repetitivo, fazendo amar e desejar quase *a priori* aquilo que muda.²⁷

As reflexões acerca da efervescência e efemeridade da moda são necessárias para compreendermos o intuito do Colégio Marista em ter lançado uma nova coleção de uniformes. Durante a campanha de divulgação dos mesmos o enfoque estava na questão da novidade e do estilo, enfatizados pela frase “Para você estudar com muito mais estilo” contida em um cartaz no *site* do Colégio em que divulgava os novos uniformes.²⁸

26 LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p.211.

27 *Ibidem*, p.212

28 COLÉGIOS MARISTAS. *Alinhamento dos uniformes escolares*. Disponível em <<http://colegiomarista.org.br/uniformes>>. Acesso em 27 mar. 2013.

A temporalidade da moda torna seus produtos obsoletos com rapidez. No sistema capitalista as empresas e instituições privadas que não seguem a demanda pela novidade perdem os clientes e o prestígio. Na percepção deste quadro é que o Colégio Marista, como forma de se mostrar atento às mudanças e provar que pode promover uma educação moderna – ainda que religiosa – às crianças e adolescentes, desenvolve uma coleção de uniformes alinhados às tendências de moda e os divulga na Revista Capricho.

As inúmeras campanhas comerciais destinadas às crianças e aos jovens utilizam-se das técnicas de comunicação mercadológica para atingir o público e vinculá-los ao consumo de tal forma que não exista nenhuma esfera da vida alheia a isso.²⁹ A educação escolar e até mesmo a religião estão fortemente vinculadas ao consumo.

As apropriações de moda exercidas pelos alunos e alunas podem ser dimensionadas na propaganda dos *looks* Marista pela Revista Capricho. “Do seu jeito” é o nome da matéria sobre os uniformes do Colégio cujo enunciado diz: “Cansada de ir para a escola com a mesma roupa todo dia? A gente mostra como deixar seu look com a sua cara”.³⁰

Nas imagens apresentadas na revista as meninas se fazem observar repletas de acessórios com clivagens de gênero. Um manual de como ser fashion na escola é demonstrado com o uso de um uniforme que confere *status* aos adolescentes que os utilizam. As dicas ofertadas para a composição do visual das estudantes versam sobre ser fashion e estar na moda. Sobre os acessórios é dito que:

Eles tem o poder de dar um toque especial a qualquer look básico. O colégio exige calça jeans e camiseta branca todos os dias? Então eles são a sua salvação fashion. Invista nos lenços estampados, nas pulseiras e nos cintos. Você também pode dobrar a barra da calça para deixar o visual mais charmoso.³¹

Lenços coloridos, pulseiras e cintos são indicados como recursos estéticos para marcar a diferença e a homogeneidade das peças que estruturam os uniformes.

Em uma das imagens contida na matéria, uma adolescente de 13 anos faz uso de um short saia azul marinho com a estampa do brasão do Colégio e de uma camiseta básica branca com o nome do Colégio em azul marinho – ambos são peças da nova coleção. O look é acompanhado de jaqueta jeans, mochila e acessórios coloridos com predominância de tons de

29 PEREIRA, L. F. Publicidade, moda e consumo na infância. In: MESQUITA, C.; CASTILHO, K. *Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores*. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2012.

30 DO seu jeito. *Ibidem*, p.53.

31 *Ibidem*, p.55.

rosa, cor que desde o fim da Segunda Guerra Mundial foi incorporada aos simbolismos de gênero como construção social e cultural do feminino e da feminilidade.³²

As cores desempenham papéis fundamentais na criação da identidade visual. No azul marinho do Marista identificamos a projeção visual elaborada por uma instituição escolar que tem sua origem na mistura de elementos pedagógicos e religiosos. A escolha da cor não parece aleatória quando se considera que, na Idade Média, “o azul representava a fé, no sentido religioso e, por extensão, humildade e devoção; na arte religiosa é associado à Virgem Maria”. Quanto ao azul marinho, como tonalidade que o diferencia de outros matizes azulados, “é o preto sem suas implicações mais obscuras de morte e pecado, mas conservando o ar de importância solene e, até mesmo, algo de sua sofisticação”.³³

No azul marinho estão os símbolos que colorem e significam uma instituição de ensino “solene e sofisticada”, administrada por religiosos e frequentada pelos/as filhos/as dos segmentos da elite. Torna-se plausível afirmar que a predominância das cores azul marinho e do branco, simbólico da pureza e da santidade, nas indumentárias do colégio, ainda remete ao padrão europeu de nobreza e distinção, fabricado no início do século passado. O nome do colégio passa a ser atrelado ao desejo de consumo de muitos/as adolescentes que visualizaram a edição da revista. Naqueles/as jovens estão exemplares de beleza e elegância que se constituem em narrativas visuais do jeito de ser e de viver como aluno/a do Colégio Marista, seduzindo e encantando os/as leitores/as.

A imagem concentra ainda a demarcação estrita do gênero. A saia, um dos grandes ícones de feminilidade, traz em si o modelo hegemônico do *ser* feminino atualmente, que é demonstrar sensualidade por meio de um corpo jovem que está de acordo com os padrões estéticos e que se deixa revelar na ausência de tecido. Para guardar o recato, a saia traz por baixo um short. Os tons róseos dos acessórios e a pose e sorrisos dóceis revelam delicadeza – qualidade esperada do sexo feminino. É desta forma que as meninas desejam serem vistas e constroem sua imagem no âmbito escolar levando-a assim para vida adulta, e é desta maneira que se constrói no imaginário dos meninos o conhecimento do sexo oposto.

Ainda sobre a referida imagem, é acompanhada da seguinte descrição:

Aposte na jaqueta que foi ícone fashion dos anos 90 e voltou com tudo nesta temporada. Ela é uma peça-curinga, que combina com tudo, inclusive com seu uniforme. Complemente o look com algum acessório de cabelo e nos pés invista em um tênis estampado para fazer a diferença no visual.³⁴

32 AREND. *Op.cit.*

33 LURIE. *Op.cit.*, pp.211.

34 *Ibidem.*

A matéria afirma e insiste que para as adolescentes demonstrarem sua personalidade elas dependem exclusivamente do investimento nos produtos de moda. Ao final são apresentados os elementos e acessórios utilizados na produção de moda das imagens com seus respectivos preços. Os óculos de grau são da marca Ray-Ban e custa R\$649, o headphone utilizado por uma das modelos é Nixon e custa R\$568, uma caneta possui o valor de R\$32 cada uma. As marcas e os valores veiculados na revista como itens de desejo cria a necessidade de consumo nos/nas adolescentes e faz com que cresça a disputa pelo status. Quem tem o caderno mais caro, quem tem a mochila da marca do momento.

Ao associarem produtos de preços elevados, e pouco acessíveis a maioria dos adolescentes, ao nome do Colégio Marista, cria-se uma relação de demonstração de status entre os estudantes que carregam nas vestes o brasão do colégio com os demais estudantes de outros colégios. É visto também que o número de peças que compõem a coleção traz indícios de que a clientela da escola é composta por crianças e por jovens das camadas sociais elevadas, com poder aquisitivo para comprar as peças e usá-las. Ao vestirem os uniformes, a clientela da escola referenda as distinções sociais e culturais da instituição a qual eles/elas pertencem, visto que, pelas vestimentas, comunicam o pertencimento ao “Colégio Marista”, produzindo contrastes com as aparências de alunos e alunas de outras escolas (privadas e particulares) e reforçando os princípios do poder e prestígio de estudar numa escola frequentada pela elite.

Assim, o resultado final revela as mudanças observadas na moda em seus diálogos com os uniformes escolares. A matéria da Revista Capricho torna claro que o consumo de moda reflete-se muito intensamente nas escolas e que está contido nos itens necessários ao estudo como as mochilas, cadernos e estojos; nos itens que complementam os uniformes como o calçado, as meias e a jaqueta; e em itens diversos como celulares, bijuterias, faixas, lenços, bonés entre outros.

Paralelamente, a moda uniforme reforça a heteronormatividade dos corpos e das aparências. Ela afirma as identidades de gênero em seus elos com a moda, na medida em que diz claramente que existem roupas, adornos e acessórios para meninos e meninas. Há que ser destacado finalmente que os “modelos” das propagandas são os meninos e as meninas “brancas” e bem cuidadas. Certamente, essa constatação leva a pensar sobre a existência de um modelo de adolescente que frequenta a escola: é o/a adolescente branco/a e rico/a que pode consumir nos shoppings e nos salões de beleza.

Considerações finais

A educação escolar outrora se iniciava no ato de vestir o uniforme. A manipulação dos uniformes escolares do ponto de vista do consumo para a distinção social e de gênero provenientes dos e das adolescentes reflete também uma subordinação da escola aos alunos. A identidade de cada aluno não permite mais ser ofuscada por um ensino que “uniformiza” a todos.

O vestuário, sendo uma das formas mais visíveis de consumo, desempenha um papel da maior importância na construção social da identidade. A escolha do vestuário propicia um excelente campo para estudar como as pessoas interpretam determinada forma de cultura para seu próprio uso, forma essa que inclui normas rigorosas sobre a aparência que se considera apropriada num determinado período (o que é conhecido como moda), bem como uma variedade de alternativas extraordinariamente rica. Sendo uma das mais evidentes marcas de status social e de gênero – útil, portanto, para manter ou subverter barreiras simbólicas -, o vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, vêem sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de status”.³⁵

Desta maneira é possível entender os motivos que guiaram as concepções dos uniformes escolares desde o seu nascimento, pois as tendências de moda ditam os modos de se vestir ainda que interpretados de maneira a contemplar as individualidades de cada pessoa. Mesmo sendo um artigo para promover certo nivelamento e impor regras e valores, não deixa de ser um vestuário que, como qualquer outro, serve para identificar o indivíduo que o usa muito mais que a instituição carregada por ele.

A moda tem ganhado cada vez mais visibilidade em todos os meios de comunicação e isso reflete no olhar das pessoas sobre a moda. Sua importância é tal que até mesmo uma instituição conhecida pelo conservadorismo e o ensino religioso sofreu mudanças para adequar seus alunos ao que mais tem sido valorizado no momento.

O poder de distinção referente ao gênero é potencializado dentro das escolas. Além do fator de demarcação de *status* já vir embutido na moda, é na escola que se aprende como devem se comportar as meninas e como devem se comportar os meninos; o que as meninas podem jogar na educação física e o que os meninos podem jogar; como as meninas devem zelar pelo seu caderno e como os meninos devem zelar pelo seu caderno. Isso é trazido também com os uniformes, pois no momento em que o Colégio Marista decidiu incluir saia

35 CRANE, D. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Senac, 2006, pp.21.

para as meninas em sua nova coleção de uniformes, de alguma maneira esta saia está dizendo que a menina deve se comportar e não ficar de pernas abertas, por exemplo.

Até mesmo a apresentação da nova coleção de uniformes do colégio mostra este fator comportamental. Em algumas imagens veiculadas no site do colégio é possível observar os meninos em posições “radicais” segurando uma bola na mão, e as meninas com modos delicados e com a mão na cintura.

Na cidade de Maringá pudemos observar com clareza como os artefatos de consumo se atrelaram as vestes dos alunos e alunas do Colégio Marista e como as visualidades masculinas e femininas se constituem de forma a propagar o padrão religioso e comercial que se espera da figura do homem e da figura da mulher.

Referências bibliográficas

- ANDRADE, S. “Mídia impressa e educação dos corpos femininos”. In: LOURO, G. L.; NECKEL, J. F.; GOELLNER, S. V. (Org.). *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Petrópolis, Rio de Janeiro, 2003, pp.108-123.
- AREND, S. F. “Trabalho, Escola e Lazer”. In.: PINSKY, C. B.; PEDRO, J. M. *Nova história das mulheres*. São Paulo: Contexto, 2012.
- CASTILHO, K. *Moda e linguagem*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.
- COLÉGIO MARISTA MARINGÁ. História. Disponível em: «<http://www.marista.org.br/maringa>». Acesso em: 27 mar. 2013.
- COLÉGIOS MARISTAS. Alinhamento dos uniformes escolares. Disponível em «<http://colegiomarista.org.br/uniformes>». Acesso em 27 mar. 2013
- COLÉGIOS MARISTAS. Modelos. Disponível em «<http://colegiomarista.org.br/uniformes/modelos>». Acesso em 27 mar. 2013
- CRAIK, J. A política cultural do uniforme. In: *Fashion Theory*, v.2, n.2, p.5-26, 2003.
- CRANE, D. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Senac, 2006.
- DO seu jeito. *Capricho*, São Paulo, ed. III5, jan. 2011.

- LEVI, G.; SCHIMITT, J. C.; MOULIN, N. *História dos jovens*. São Paulo: Cia das letras, 1996.
- LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- LOOK BRASIL. Qualidade. Disponível em: «<http://www.lookbr.com.br/qualidade>». Acesso em: 20 maio 2015.
- LOURO, G. L. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. *Pro-Posições*, Campinas, v.19, n.2, maio/ago. 2008. Disponível em: «http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73072008000200003&lng=en&nrm=iso». Acesso em: 21 maio 2015.
- LUCA, T. R. de. Imprensa feminina. Mulher em revista. In: PINSKY, C. B.; PEDRO, J. M. (Org.) *Nova História das mulheres no Brasil*. São Paulo. Contexto, 2012.
- LURIE, A. *A linguagem das roupas*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- MEC. *ENEM* 2010. Disponível em: «<http://sistemasenem2.inep.gov.br/enemMediasEscola/>». Acesso em: 27 mar. 2013.
- PEREIRA, L. F. “Publicidade, moda e consumo na infância”. In: MESQUITA, C.; CASTILHO, K. *Corpo, moda e ética: pistas para uma reflexão de valores*. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2012.
- PEROSA, G. S. “A aprendizagem das diferenças sociais: classe, gênero e corpo em uma escola para meninas”. In: *Cadernos Pagu* (26), pp.87-III, jan.-jun, 2006.
- SCHAFFRATH, M. dos A. S. *A escola normal em Maringá-Pr: o ensino público como projeto político*. Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 2000.
- SCHEMES, C. e THÖN, I. A moda europeia e o uniforme escolar no Brasil. Disponível em: «<http://modafeevale.files.wordpress.com/2010/09/68730-a-moda-europeia-e-o-uniforme-escolar-no-brasil.pdf>» Acesso em: 27 de mar 2013.
- SILVA, K. N. da. “*Criança calçada, criança sadia!*”: sobre os uniformes escolares no período de expansão da escola pública paulista (1950/1970). Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.
- SILVA, W. A.; GATTIO Jr. D. A formação de “bons cristãos e virtuosos cidadãos” na princesa do sertão: o colégio Marista Diocesano de Uberaba (1903-1916). In: *Cadernos de História da Educação*, v.2, 2003. Disponível em: «<http://www.seer.ufu.br/index.php/che/article/view/343/328>». Acesso em: 29 maio 2013.

MORGADO, D. P. & SIMILI, I. G (...) USP – Ano V, n. 8, pp. 231-252, 2014

TERRA. Moda chega aos uniformes escolares. Disponível em: «<http://noticias.terra.com.br/educacao/noticias/0,,OI4950045-EI8266,00Moda+chega+aos+uniformes+escolares.html>». Acesso em: 27 mar. 2012.

TERRA. Nada de moda, educadores defendem o tradicional uniforme. Disponível em: «<http://noticias.terra.com.br/educacao/noticias/0,,OI4757008EI8266,00-Nada+de+moda+educadores+defendem+o+tradicional+uniforme.html>». Acesso em: 27 mar. 2012.

VOGUE PORTUGAL. *Livro de História*: Diane Von Fürstenberg. 2014. Disponível em: «http://www.vogue.pt/moda/especiais/detalhe/livro_de_historia_diane_von_frstenberg.html». Acesso em: 21 de maio de 2015.

