

A MODA COMO RESISTÊNCIA DAS INDIVIDUALIDADES EM CONTEXTO PÓS-ISOLAMENTO SOCIAL

Fashion as resistance of individualities in a post-social isolation context

Freitas, Clara Barbosa de; Graduanda; Universidade Anhembi Morumbi,
clarabarbosa.frts@gmail.com ¹

Santos, Alissa Carolina dos; Graduanda; Universidade Anhembi Morumbi,
liss.carolsantos@gmail.com ²

Azevedo, Amanda L.M. Ferraz de; Graduanda; Universidade Anhembi Morumbi,
amandalancellote@gmail.com ³

Lima Júnior, Geraldo Coelho; Doutor; Universidade Anhembi Morumbi,
gelimadesign58@gmail.com ⁴

Resumo: O presente trabalho tem por objetivo desenvolver uma pesquisa teórica a respeito da formação das individualidades dos sujeitos e de como elas podem ser percebidas nas relações em grupo usando como contexto o pós-isolamento social vivido durante a fase de flexibilização da pandemia da COVID-19. Ademais, foram realizadas pesquisas de campo diretamente com um público de idade a partir de 25 anos para entender os impactos da pandemia nos desejos e formas de consumo para eventual construção de coleção.

Palavras-chave: Design de Moda; Identidade; Diferenciação; Pandemia.

Abstract: The present work aims to develop a theoretical research about the formation of subjects' individualities and how they can be perceived in group relationships using as a context the post-social isolation experienced during the easing phase of the COVID-19 pandemic. Furthermore, a field research was carried out directly with an audience aged over 25 years to understand the impacts of the pandemic on their desires and forms of consumption for an eventual collection construction.

Keywords: Fashion Design; Identity; Differentiation; Pandemic.

Introdução

¹ Graduanda em Design de Moda. Atuou como estagiária de imagem, comunicação e projetos no grupo de extensão Labmodar da Universidade Anhembi Morumbi (2021). Atualmente, atua como estagiária e assistente de mídias sociais para a Agência MO.b. Interessa-se por pesquisas no campo das relações entre história da arte, design, filosofia e literatura, discussões sobre corpo, gênero e moda, design afetivo e sustentável.

² Graduanda em Design de Moda na Universidade Anhembi Morumbi, Desde 2020 desenvolveu diversos projetos de moda pra recitais e formaturas. Interessa-se por ilustração, projetos de moda 3D, criação e confecção, contando com as técnicas de modelagem e moulage

³ Graduanda em Design de Moda. Atuou como estagiária de imagem, comunicação e projetos no grupo de extensão Labmodar da Universidade Anhembi Morumbi (2021). Interessa-se por projetos de design e de moda que envolvam filosofia e arte, assim como produções no campo da fotografia, direção de arte, criação gráfica e ilustração digital.

⁴ Doutor e Mestre em Design, pela Universidade Anhembi Morumbi, com Pós-Graduação Lato Sensu em Neurociência aplicada à Educação (2016) e em Moda, Arte e Cultura. Professor Colaborador no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, no Programa de Pós-Graduação em Design e nos cursos de Moda e Negócios da Moda da Universidade Anhembi Morumbi. Atua principalmente nos seguintes temas: design, moda, inclusão, acessibilidade, cultura, arte.

Considerando os questionamentos e movimentações sociais durante a pandemia da COVID-19 e sua flexibilização, este presente Trabalho de Conclusão de Curso tem por objetivo investigar quais foram os impactos do isolamento social na maneira como os sujeitos expressam suas individualidades por meio da moda e como esse processo se dará nesse momento pós-isolamento.

Para o desenvolvimento teórico da pesquisa, foi necessário o entendimento do significado de cultura, sua repercussão nos grupos sociais e a busca por pesquisas no campo da psicologia e neurociência a respeito da formação das individualidades e das necessidades sociais de pertencimento e diferenciação das pessoas. A partir desse levantamento teórico, pesquisas de campo foram realizadas, via questionários online, para entender melhor as necessidades de um público-alvo a partir de 25 anos. Assim sendo, com base nos dados e informações recolhidas pretende-se estabelecer elementos para projeção de uma coleção com 10 looks completos.

Sociedade e formação das individualidades

Cultura é todo o conhecimento e tradição humana organizados em valores, crenças e hábitos relacionados com o ambiente, transmitidos por gerações e em constante mutação (MANEVY, 2011). Não se pode, portanto, falar em uma cultura única, mas sim, em múltiplas, cada uma delas apresentando manifestações variadas que carregam as identidades e individualidades da sociedade a que pertencem (COELHO, 2008). Sendo fruto das relações sociais, os símbolos e instituições culturais, então, sofrem influência dos indivíduos assim como exercem influência sobre eles, seja em hábitos e costumes ou nas concepções próprias de si. É por meio dessa padronização e organização dos hábitos que se pode perceber o senso de pertencimento e coletividade que existe entre os indivíduos, por exemplo, em uma nação e nas suas divisões em classes e grupos sociais (GONÇALVES, 2014).

A virada do século XIV para o século XV trouxe, como uma de suas premissas, o entendimento de como seres isolados relacionam-se e fragmentam-se em sociedade (CHAUÍ *apud* GONÇALVES, 2014, p.59). Para falar de identidade e individualidade, faz-se então necessário partir do princípio de que cada sujeito carrega em si as experiências vividas e absorvidas a partir de

interações com o mundo (KLEMT; MANGAN, 2017). Com isso, tem-se uma sociedade formada por indivíduos únicos e singulares que, por sua vez, são formados por fragmentos absorvidos em suas relações sociais, desde o nascimento até a vida adulta. Sobre isso, Gonçalves (2014) afirma que ‘cada fragmento desse indivíduo se relaciona com vários outros fragmentos de outro indivíduo, num processo contínuo de construção, desconstrução e reconstrução de suas particularidades através das atividades sociais’ (GONÇALVES, 2014, p.55).

O sociólogo Georg Simmel (2006) defende que o indivíduo é um ser transitório e que, portanto, sua permanência nesses grupos está associada, especialmente, à ideia de pertencimento e legitimidade. Simultaneamente, o sujeito precisa do conforto psicológico da aceitação por parte de um grupo para se validar enquanto membro da sociedade e também faz questão de se diferenciar de outros grupos aos quais não quer fazer parte. Nessa relação dual entre diferenciação e pertencimento, o indivíduo pode acabar por apagar sua subjetividade e ceder aos costumes de um grupo para, assim, sentir que tem participação plena no espaço social que julga ser o mais adequado e aceito pelo coletivo (SANTOS, 2019).

Assim sendo, as interações sociais, apesar de serem um mecanismo de autoafirmação, são também a fonte inicial de um conflito no indivíduo: a modificação constante em seu jeito de ser como uma tentativa de “parecer” algo para se colocar em equilíbrio com o ambiente (CARVALHO, 2020). Esse processo acaba por interferir de forma direta na visão que o sujeito tem de si, de sua personalidade e de suas particularidades. Nesse sentido, a autonomia e a liberdade do indivíduo não se dão completamente já que, ao se projetar de determinada forma, o sujeito manipula seus próprios desejos como um mecanismo de defesa frente à rejeição da sociedade (GONÇALVES, 2014).

É por meio de uma análise de si e da própria história que se faz possível entender, por exemplo, padrões de comportamentos e pensamentos, o que permite uma reação a mesmice e uma mudança que emancipe o indivíduo das imposições sociais (RODRIGUES; SANTOS; LIMA, 2021). De acordo com Rodrigues *et al* (2021):

Identidade é expressão de um aspecto real, material, sujeita a transformação e a ela deve ser atribuída ao exercício de uma ação, que diz do passado, presente e futuro do sujeito, e que não limita as possibilidades de resignificar o que já foi, está sendo e pretende ser (RODRIGUES; SANTOS; LIMA, 2021, p. 3-4)


Dessa forma, a partir desse processo de metamorfose individual, existe a possibilidade constante de analisar e reverter, por exemplo, relações sociais mantidas por hábitos (GONÇALVES, 2014).

Pandemia e Introspecção

Em fevereiro de 2020, uma variação de um vírus foi nomeado de “Novo Coronavírus” na China: o responsável por causar a doença COVID-19. Em 11 de março desse mesmo ano, a OMS (Organização Mundial da Saúde) declarou que o surto da COVID-19 era caracterizado como uma pandemia, ou seja, ocorreu em diversos países e regiões do mundo (Organização Pan-Americana da Saúde). Como forma de lidar com essa nova situação global, foram estabelecidas medidas protetivas universais como o distanciamento social (BRASIL, 2020). Com os desdobramentos desse acontecimento mundial, de 2020 até o momento em que a presente pesquisa é redigida, as mudanças sociais ficaram constantes e incertas, exigindo das pessoas grande flexibilidade em relação aos seus hábitos e padrões comportamentais, em especial a respeito do convívio social. (CARVALHO, 2020).

Dos aspectos sociais levantados pela ocorrência dessa pandemia, um dos mais relevantes para destacar nesta pesquisa é o despertar do sujeito para seu inconsciente e subjetividade. De acordo com o Ministério da Saúde, ‘o confinamento, o medo do adoecimento e da perda de pessoas próximas, a incerteza sobre o futuro, o desemprego e a diminuição da renda, são efeitos colaterais da pandemia’ (BRASIL, 2020). No entanto, é inevitável que o espanto diante desse cenário, a falta de controle em relação ao que é externo e, especialmente, o distanciamento social, criaram para o sujeito a oportunidade da introspecção e do entendimento de si até mesmo como forma de sobreviver às situações desagradáveis sem se perder de sua essência (GRUPILLO; FREITAS, 2020).

Com essa obrigatoriedade de um distanciamento físico global, houve uma quebra repentina da rotina somada ao contato humano restrito, fator responsável por agravar a inquietação, a ansiedade e a preocupação já características da sociedade moderna (BEZERRA; SAINTRAIN; BRAGA et al., 2020). É válido ressaltar que com o ritmo acelerado com que a história contemporânea é construída, acaba-se por anular o tempo de refletir sobre o que foi, está sendo e



será (MOLOCHENCO, 2021). No entanto, com mais tempo livre, sem precisar se transportar de um lugar ao outro e cumprindo suas obrigações de forma remota, as pessoas puderam estar imersas em suas tecnologias e em comunicação constante umas com as outras. Nesse contexto de isolamento, há a possibilidade de que o sujeito pare e reflita, tome consciência da vida e entre em um processo introspectivo de contactar a própria mente, separando-se das situações exclusivamente físicas com o mundo (GRUPILLO; FREITAS, 2020). Diante das adversidades e da inconstância do mundo, é necessário que, para continuar vivo, o indivíduo passe pelo processo de reorganização, especialmente diante de situações inesperadas e confusas (CARVALHO, 2020).

O conhecimento dos padrões individuais e de suas origens é a única forma para modificar o padrão coletivo, é preciso que haja tal reflexão sobre si para que a dialética entre o eu e a sociedade gere mudanças positivas (GONÇALVES, 2014). Acrescenta-se que as distrações sociais são inúmeras e por isso esse processo pode se dar de maneira lenta ou nunca acontecer, é dessa forma que se reconhece a necessidade da reclusão e da pessoa viver consigo mesma sem a companhia de outros diante de situações adversas (CARVALHO, 2020). Cita-se, a exemplo disso, as lagartas e borboletas: para que a mudança aconteça e a lagarta possa ser sua melhor versão, é preciso que ela fique em reclusão, em seu casulo, até que esteja pronta para voltar ao mundo. Em Molochenco (2021, p.5), temos que ‘é preciso mudar como ser humano para continuar sendo humano e essa alegoria nos ajuda a compreender a necessidade de nos abirmos para mudanças a fim de que possamos continuar sendo’.

Essa reflexão do indivíduo sobre a sua origem e propósito no mundo é engatilhada pelo espanto perante uma crise e é sucedido pela introspecção, a qual, para além de satisfazer necessidades presentes e individuais, serve para questionar ‘a origem e o fim de tudo isso’ (GRUPILLO; FREITAS, 2020, p.3). É por meio dela que se pode entender, por exemplo, até que ponto o medo e a insegurança influenciam na necessidade de aprovação alheia e na repetição de comportamentos e, especialmente, qual o nível de satisfação do indivíduo nessa situação. Sobre isso, Gonçalves (2014, p.96) discorre que ‘sendo a felicidade e satisfação um estado de SER da nossa essência mais pura, que só pode ser acessada com a consciência do EU em MIM - e jamais do outro em mim, ou do eu no outro em processo de projeção’.

Dessa forma, a introspecção, se bem elaborada, pode vir a alimentar a verdadeira essência do eu, pois retira as amarras sociais em virtude de almejar uma vivência autêntica com as necessidades do indivíduo: uma vida que vale a pena ser vivida (GRUPILLO; FREITAS, 2020).

Moda como diferenciação e resistência do “EU”


A moda é um sistema de significados culturais que engloba questões sociais, econômicas e culturais, o que a torna responsável pela produção de símbolos criativos e estéticos que representam culturas e grupos sociais, agindo também como um espelho da sociedade. Ela acompanha, portanto, as movimentações e transformações sociais e atua decisivamente na construção, expressão, comunicação, pertencimento e reconhecimento da identidade própria do sujeito (BORGES, 2015). Sendo assim, ela acaba por revelar uma memória coletiva e parte significativa do contexto cultural (KLEMT; MANGAN, 2017).

No contexto da Modernidade, em que o rompimento com a tradição e a mudança são os princípios básicos, é inevitável que as formas de vestir se alterem simultaneamente à sociedade (SVENDSEN, 2010). Dessa forma, é fato que a efemeridade da moda faz com que o indivíduo, sob pressão para pertencer, a persiga em um ritmo de consumo desenfreado.

Ademais, nesse processo de busca por um externo que reflita o interno, é preciso reconhecer que a moda, em nível psicológico, é importante para a autorrealização do ser. Dessa forma, além de proteger o corpo, as roupas transmitem questões simbólicas e comunicam individualidades e coletividades. A partir disso, a liberdade individual faz-se pauta uma vez que é por ela que o indivíduo, quando consciente de si, efetiva a diferenciação social e a autenticidade (SANTOS, 2019).

Tendo a moda como a corporificação das individualidades e das facetas dos sujeitos, pode-se dizer que para essa manifestação ser autêntica, é necessário que o vestir esteja em consonância com o ser. O dito estilo pessoal é resultado da absorção das tendências que fazem sentido a um indivíduo específico e a transformação delas para que correspondam ao seu comportamento, seus hábitos e seus desejos de imagem pessoal. (BREMBATTI; TAKETANI, 2016).

No contexto em que moda e sociedade caminham juntas, é interessante perceber como a subjetividade se dá a partir do movimento entre as tendências de moda — rápidas e impessoais — e



a expressão da individualidade. A necessidade de ter a subjetividade expressa e, portanto, ser único e diferente é uma consequência da libertação do sujeito, o qual, após conhecer a si e permitir se desprender das exigências sociais, acaba por ter uma visão crítica a tudo o que lhe é externo. Pode-se dizer então que a tensão entre o ser autêntico e fiel a si e o ser para o pertencer só é aliviada quando há o desencanto pelas novidades transitórias e o autoconhecimento advindo da introspecção.

Inevitavelmente, aquele que se desprende estará livre para encontrar outros como ele. Isso porque, na medida em que a moda é diferenciação, ela também é imitação. O padrão que se segue é que, ao ser honesto consigo mesmo, o indivíduo consegue se libertar daquelas relações e comportamentos que o aprisionam e passa a ter espaço para fazer novas conexões com aqueles que correspondem às suas necessidades e questões individuais. Dessa forma, a diferenciação acontece não só entre indivíduos, mas entre grupos que se formam e se opõem em seus hábitos e vestimentas (SANTOS, 2019).

Com base nisso, é papel do designer permitir que a expressão de si aconteça por meio das roupas e, especialmente, que o vestir cause comoção já que é no esvaziamento de sentido das peças e tendências que mora a padronização dos indivíduos. É necessário, portanto, que as peças sejam um convite a autorreflexão e a expressão genuína das particularidades e forneçam a ideia da liberdade do indivíduo externalizar suas múltiplas facetas (BREMBATTI; TAKETANI, 2016).

Investigações práticas

Com base na análise das gerações nascidas entre o final da década de 1980 até o ano de 1995 é possível identificar tendências no consumo relativas à preocupação com a ética e sustentabilidade, tanto no referente à transparência das empresas como ao impacto dos produtos e serviços no ambiente (CELIS e OTERO, 2016). A partir disso, aplicou-se um questionário via *Google Forms*⁵ com 40 perguntas em 29 pessoas com idade a partir de 25 anos. Para a divulgação desse questionário, durante 19 dias, o *link* foi postado nas redes sociais das integrantes do grupo, especialmente no *Instagram*, e divulgado em grupos do *Facebook* os quais têm como assunto principal trabalhos universitários, moda, design e sustentabilidade.

⁵ *Link* para acesso ao formulário: <https://forms.gle/C6zeETaJ7WnritEC7>.

Obteve-se como resultado que 69% das pessoas mantiveram suas atividades de forma *online* em contato apenas com as pessoas com as quais estavam isoladas. Sobre consumo de conteúdos relacionados à moda na fase de isolamento, 55,2% das pessoas afirmam que não houve aumento, contudo, 11 respondentes deixaram como observação que o consumo aumentou via *Instagram*, *Tik Tok* e *Pinterest*. É interessante observar que muitas vezes são essas as redes sociais que fomentam a criação de micro tendências rápidas que alimentam o ciclo do vestir sem reflexão. No entanto, mesmo com as influências do mundo digital, 75,9% das pessoas afirmaram que sentiram mais autonomia ao se vestir justamente pela falta de pressões sociais ocasionadas pelo convívio físico em sociedade. Foi possível observar também que 69% das pessoas sentem que houve um processo de introspecção que gerou um entendimento melhor de seus próprios desejos e necessidades.

Em relação aos sentimentos e sensações do retorno à vida sem o isolamento, os respondentes evidenciaram a dualidade da qual trata-se este presente trabalho. Ao mesmo tempo em que muitos sentem o alívio e a sensação de poder usufruir da liberdade e do convívio social – que é natural do ser humano – a tensão, a ansiedade e o medo de enfrentar um mundo que já não é mais o mesmo acompanham essa trajetória. É válido ressaltar que foi unânime o uso da moda como ferramenta de expressão e autoafirmação, o que demonstra a abertura desse público para a comunicação por meio da vestimenta, possibilitando, portanto, que a coleção em questão seja desenvolvida para auxiliar e fortalecer essa conexão indivíduo-mundo.

Figura 1: Quadro de resultados do formulário.

PÚBLICO USUÁRIO

PESQUISA REALIZADA VIA GOOGLE FORMS EM 29 PESSOAS



Fonte: Acervo do grupo, 2022.

Figura 2: Quadro de resultados qualitativos do formulário.



Fonte: Acervo do grupo, 2022.

Considerações Finais

Com base nas informações recolhidas e analisadas, fica evidente que é papel fundamental do designer a valorização da liberdade e autonomia dos indivíduos, trazendo como elemento de suas criações a possibilidade da expressão da subjetividade e do "ser". É relevante que, em um contexto de flexibilização da pandemia e consequências físicas e psicológicas do pós-isolamento, sejam preservadas a ideia da reclusão e da crítica às exigências sociais como forma de resistência do sujeito.

Entende-se que a introspecção e o amadurecimento, independente de terem acontecido durante o isolamento social ou antes dele, geram uma necessidade de refletir o interior pelas roupas e se identificar com aquilo que se compra. Destaca-se, portanto, como necessidade do pensamento projetual em moda que as roupas causem conexão emocional com o usuário por meio da versatilidade, atemporalidade e posicionamento de marca. Dessa forma, incentiva-se a desconstrução do consumo em massa de tendências efêmeras e reduz-se o descarte excessivo de peças prontas. Identifica-se também que o conforto, apesar de sempre ter sido uma questão importante, tornou-se uma prioridade depois do advento da pandemia. Nesse sentido, peças que trazem tecidos com toques agradáveis e modelagens amplas trazem vantagens comerciais.

Outro ponto a ser notado é que o período de reclusão evidenciou que o corpo passa por mudanças que acabam por afetar as vestimentas, nem sempre positivamente. Dessa forma, as vestimentas adaptáveis, que estejam aptas para acompanhar essas mudanças, mostraram-se importantes de serem consideradas, bem como uma grade de tamanhos variada, que atenda diversos corpos.

Tendo em vista tais mudanças nos contextos socioculturais e mercadológicos já é possível notar as alterações nos desejos e necessidades dos usuários bem como estar atento às novas transformações para projetar um futuro da moda com mais liberdade, expressão e sustentabilidade.

Referências

BEZERRA, C.B.; SAINTRAIN, M.V.L.; BRAGA, D.R.A.; *et al.* **Impacto psicossocial do isolamento durante pandemia de covid-19 na população brasileira: análise transversal**

preliminar. *Saúde e Sociedade*, v. 29, n. 4, 2020. Disponível em: <<https://www.scielo.org/article/sausoc/2020.v29n4/e200412/>>. Acesso em: 19 mar. 2022.

BORGES, L. O. **A produção da identidade através dos uniformes escolares** – Significação e conceituação. *Revista do Lhiste*, n.3, v.2, jul/dez, 2015, Porto Alegre – RS. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/revistadolhiste/article/download/59777/36915>. Acesso em: 04 out. 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. Gabinete do Ministro. PORTARIA Nº 1.565, de 18 de junho de 2020. 19 de junho de 2020. Disponível em <<https://www.in.gov.br/web/dou/-/portaria-n-1.565-de-18-de-junho-de-2020-262408151>> Acesso em: 11 abr. 2022.

BREMBATTI, K.; TAKETANI, Y. **Moda e Identidade**. Comunicação - Reflexões, Experiências, Ensino, Curitiba, v. 11, n, 11, p. 009-016, 2016. Disponível em:<https://issuu.com/revista_comunicacao/docs/revista_de_comunica___o_1___semest_dae3614b875242/9> Acesso em: 28 mar. 2022.

CARVALHO, F. A. H. **Isolamento social, autorreorganização e estilos emocionais de cada um em tempos de pandemia COVID-19**. 1º Reflete IFRS, Instituto Federal Rio Grande do Sul, Bento Gonçalves, RS, 2020. p.35 a 40. Disponível em <<https://ifrs.edu.br/wp-content/uploads/2020/03/Livro-Reflete-IFRS.pdf>> Acesso em: 20 de mar. 2022.

CELIS, D. M. L.; OTERO, M. E. P. **La generación de los millennials frente al consumo socialmente responsable**. Cuadernos Latinoamericanos de Administración [Internet]. 2016; XII (23): 73-81. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/4096/409650120008.pdf>>. Acesso em: 11 mai. de 2022.

COELHO, T. **A cultura e seu contrário** - Cultura, arte e política pós-2001. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008. disponível em:http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau_pdf/001054.pdf. Acesso em: 14 set. 2020.

GONÇALVES, C. M. **Universos, identidades múltiplas e autoconhecimento**. Relatório de Pesquisa, Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MT, 2014. Disponível em <https://www.academia.edu/11488978/UNIVERSOS_IDENTIDADES_E_AUTOCONHECIMENTO> Acesso em: 20 mar. 2022.

GRUPILLO, A.; FREITAS, M. **Necessidade metafísica e distanciamento social por pandemia: uma perspectiva schopenhaueriana**. *Aoristo - International Journal of Phenomenology, Hermeneutics and Metaphysics*, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 27–40, 2020. DOI: 10.48075/aoristo.v3i2.26492. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/aoristo/article/view/26492>. Acesso em: 23 mar. 2022.

KLEMT, A. L. F.; MANGAN, P. K. V.. **A busca pela individualidade na linguagem do vestuário.** SEFIC, outubro de 2017, Unilasalle, Canoas/RS. Disponível em <<https://anais.unilasalle.edu.br/index.php/sefic2017/article/view/773>> Acesso em: 03 abr. 2022.

KRIZEK, J. P. O.; MULLER, M. V. D. V.; SANTOS, L. C. M. **Uma compreensão sociobiológica do comportamento humano durante a pandemia de Covid-19.** Revista Científica REGRASP, v.6, n. 2, jun.2021, p.138-161, Instituto Federal de São Paulo, SP. Disponível em <<https://ifrs.edu.br/wp-content/uploads/2020/03/Livro-Reflète-IFRS.pdf>> Acesso em: 20 mar. 2022.

MANEVY, A. **VIVA! CULTURA VIVA:** 1- O que é cultura?, 28 de novembro de 2011. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Lho_2OjFITk> Acesso em: 14 set. 2020.

MOLOCHENCO, M. **Mudanças e tempo de pandemia:** É preciso mudar para continuar sendo. FAESP - Faculdade Evangélica de São Paulo, v. 1 n. 01 (2021): Teologia em Revista, 26 de março de 2021. Disponível em <<https://teologiaemrevista.emnuvens.com.br/teologia/issue/view/1>> Acesso em 16 mai. 2022.

RODRIGUES, J.; SANTOS, L.; LIMA, A. **Mudar, pensar em mudar, continuar mudando:** narrativas das metamorfoses de uma adolescência em abrigamento. Psicologia & Sociedade, v. 33, 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/psoc/a/wsWdbzXcDgzfFVb4JNvSrFH/?lang=pt#>>. Acesso em: 20 mar. 2022.

SANTOS, W. B. **A relação paradigmática entre individualidade e socialização:** o entrelaçamento entre os conceitos de moda, modernidade e liberdade no pensamento de Georg Simmel. Caderno Eletrônico de Ciências Sociais, v.7, n.1, p.107-124, Vitória - ES, 2019. Disponível em <<https://periodicos.ufes.br/cadecs/article/view/27695>> Acesso em: 03 abr. 2022.