

MASCARADA FEMININA: A CONSULTORIA DE IMAGEM E ESTILO NA PERSPECTIVA PSICANALÍTICA

Female Masquerad: Image And Style Consultancy From a Psychoanalytic Perspective

Freire, Renata Santiago; Universidade de Fortaleza, renatasantiago@unifor.br¹


Resumo: A pesquisa a-borda o feminino pela moda discutindo sobre como a consultoria de imagem e estilo pode atuar como ferramenta de construção estética, local de captura subjetiva e vivência do desejo de cada sujeito trazendo o conceito psicanalítico sobre a mascarada como resultado deste entrecruzamento conceitual. Fricciona-se ações desenvolvidas na consultoria de imagem e estilo sob a perspectiva da leitura psicanalítica, ainda e sempre em inacabamento, em processo.

Palavras chave: Consultoria de imagem; Psicanálise; Mascarada.

Abstract: The research addresses the feminine through fashion, discussing how image and style consultancy can act as an aesthetic construction tool, a place for subjective capture and experience of each subject's desire, bringing the psychoanalytic concept of masquerade as a result of this conceptual crossover. Actions developed in image and style consultancy are friction from the perspective of psychoanalytic reading, still and always unfinished, in process.

Keywords: Image consultancy; Psychoanalysis; Masquerade.

¹ Artista, designer e personal stylist. Pesquisadora e professora universitária do Curso de Design de Moda da Unifor. É graduada em Design de Moda pela Universidade Federal do Ceará (UFC) e possui mestrado em Artes. É diretora criativa do Modaparamim, empresa de criação de moda autoral e consultoria de imagem e estilo onde tece relações entre arte, moda e psicanálise.



Introdução

A pesquisa se apoia na hipótese, tanto teórica quanto prática, de que o vestir age como uma das maneiras que uma mulher pode dispor para criar e expressar sua feminilidade de forma ativa, por meio da vivência do processo de consultoria de imagem e estilo. A pesquisa propõe ferramentas metodológicas onde a consultoria de imagem e estilo pode atuar como um local de captura subjetiva e vivência do desejo de cada sujeito trazendo também o conceito psicanalítico sobre a mascarada como uma originalidade deste entrecruzamento conceitual. Indo, sobretudo além, do culto excessivo de aparências padronizadas ou de estilos prêt-à-porter singularizados e massacrantes. Seja parecendo igual, ou seja, indiscutivelmente diferente, entre um lado e outro, busco as frestas e os espaços entre.

A cartografia é utilizada como método de pesquisa buscando transversalidades e novos processos de criação de imagem e territórios de existência pela moda. Percorrendo os conceitos psicanalíticos do que é ser, ou melhor, tornar-se mulher, chegamos a duas questões importantes: a noção de feminilidade como um conjunto de práticas e discursos elaborados ao longo da história para se definir “a mulher” e, principalmente, a definição de falta.

Moda se escreve como texto de letras organizadas em sílabas, palavras e frases de conteúdos semânticos como as que agora escrevo, mas, principalmente, se escreve como texto visual: repleto de organização de sentidos, percepção e leitura visual. Observamos, dia após dia em nossos corpos, o poder que a moda possui de articular significados sociais, valores culturais e desejos subjetivos para o sujeito, relacionando propostas de vínculos, arranjos, criações. Mesmo que de forma não verbal, em toda língua das roupas existem dialetos e sotaques, da mesma forma como no discurso falado. Cada indivíduo esculpe em seu corpo o próprio dialeto de palavras, por meio de linhas, cores, texturas e adornos. Nenhum alinhavo, bordado ou costura é em vão.

Quando Freud chamou as mulheres, os poetas e os artistas para cavalgarem com ele nessa difícil missão de desbravar os caminhos do feminino, ele bem sabia que somente na carne e na ação seria possível falar sobre tal território. Marcado pela falta de significante, território onde sempre se escapa algo para além do simbólico, mulher: não toda fálica. Algo escapa do gozo fálico, gozo Outro, lugar de alteridade pura. A mulher não acredita no semblante. E agora?

A roupa recobre os furos do corpo

ela@grandesite.com.br

Já nascemos vestidos, vestidos por linguagem. A roupa, essa “segunda pele”, pertence ao mesmo tempo ao dentro e ao fora de nós, é interface entre o íntimo e o social, espaço de prisão e liberdade. A moda, quando entrecruzada com conceitos psicanalíticos como a mascarada, pode ser encarada como forma de se tecer o longo e lacunar caminho para a feminilidade, tendo a prática da consultoria de imagem e estilo como ferramenta de criação. Aqui, moda e psicanálise caminham por veredas também distintas, na medida em que a psicanálise não visa preencher a falta, mas inseri-la para lidar com ela, mantendo-a aberta, elevando-a à dignidade da coisa. Com esse raciocínio, a cada “nova moda”, vislumbramos a falta, Tateando maneiras de poder lidar com ela. Há sempre um resto que não pode ser abrangido pela palavra, há sempre algo que fica fora do processo de simbolização.

A roupa, objeto visível de estudo da moda e, mais ainda, a maneira de vestir essa roupa, representam uma manifestação de escolha, uma espécie de ligação entre o sujeito e o mundo, revelando e mascarando esse sujeito. Para mim, todo trabalho em consultoria de imagem e estilo é um momento de verdade, uma manifestação artística, uma insurgência poética. Penso como o fotógrafo gaúcho Carlos Vergara (2007): ‘Tornar o olhar poético é a função do artista’. Ainda sobre o olhar, as traduções e os nossos primeiros traços de memória inscritos no corpo:

Em nossa vida cotidiana, as trocas de olhares que buscamos carregam os traços daqueles que nós interiorizamos desde que nascemos. Um olhar “novo” sobre si, como a moda propõe, e talvez a busca do desejo de reencontrar aquele olhar que pousou sobre nós desde o nascimento até os primeiros anos de infância quando éramos, então, a “criação” mais nova da existência de nossos pais e abríamos nossos olhos para o mundo. (NAVARRI, 2010, p.35)

A roupa recobre os furos do corpo e, como imagem diante do outro, contorna as bordas de um corpo pulsional, agindo como um envelope que se transveste de unicidade, fazendo emergir uma mulher ao dar corpo ao seu desejo. Na mascarada, trata-se de parecer o falo para encarná-lo, para mostrar o que não tem, realizando uma espécie de encenação imaginária do não-todo. (MIRANDA, 2017) A moda, portanto, atua de forma estruturante (no corpo simbólico), em um eterno jogo de sedução (no corpo imaginário), onde será sempre mantida a ativa esperança de encontrar aquilo que falta (no corpo real), por meio das mudanças e novidades difundidas pelo sistema.

Esforços metodológicos: a consultoria de imagem e estilo na perspectiva psicanalítica

ela@grandesite.com.br

Podemos dizer, neste sentido, que esta é uma pesquisa exploratória de cunho qualitativo por se tratar da compreensão de fenômenos sociais situados no tempo/espaço da experiência estética (subjetiva) e prática (coletiva). Tem em conta procedimentos técnicos com base na pesquisa bibliográfica dialogando com as noções conceituais sobre moda e psicanálise, aproximando disciplinas e campos de pensamentos distintos. A pesquisa bibliográfica se faz necessária para o aprofundamento de questões que embasem experimentações e construções de caminhos que interessaram durante o percurso da construção deste trabalho. Imaginemos o processo da pesquisa como um mosaico:

Ao conceber o processo de pesquisa como um mosaico que descreve um fenômeno complexo a ser compreendido é fácil entender que as peças individuais representem um espectro de métodos e técnicas, que precisam estar abertas a novas ideias, perguntas e dados. Ao mesmo tempo, a diversidade nas peças deste mosaico inclui perguntas fechadas e abertas, implica em passos predeterminados e abertos, utiliza procedimentos qualitativos e quantitativos. (GUNTHER, 2006, p.202)

É, por outro aspecto, uma pesquisa da ordem da intimidade, ao olhar para o objeto que é o próprio processo de criação e a experiência na consultoria de imagem e estilo como forma de estar e construir no mundo e as coisas, subjetividades, a cidade, a memória, as ideias e ações que são ‘tecidas junto’, seus processos, linguagens e modos de fazer, que, do ponto de vista bibliográfico, ‘coloca frente a frente os desejos do pesquisador e os autores envolvidos em seu horizonte de interesse’. (CRUZ, 1994, p.53)

Também é uma pesquisa documental que, somada à bibliográfica, dá-se no decorrer da pesquisa, sem um filtro analítico conceitual puro, e, por conseguinte, sujeito a reelaborações de acordo com a necessidade das experimentações. Além disso, pode-se dizer que traz elementos caracterizadores da pesquisa de campo já que não se restringiu somente à utilização de documentos (imagens) que esclarecessem as questões propostas, mas também se utilizou de sujeitos humanos (APPOLINÁRIO, 2009) ao coletar dados e informações diretamente da realidade explorada, seja naquilo que favoreceu a produção conceitual e estética/poética das imagens re-construídas.

A mascarada e o tornar-se mulher pela moda

ela@grandesite.com.br

O que significaria ser mulher? Ou melhor, tornar-se mulher? Ao interseccionar a moda com o feminino, muitas problemáticas se fazem presentes: será que podemos pensar a moda como um “caminho ativo” na construção do percurso da feminilidade, na medida em que dá a essa mulher, faltosa e carente de significantes que a definam, um espaço ou lugar de expressão que a retrate enquanto sujeito de seu desejo? A cada “nova moda”, a mulher pode encontrar o seu algo perdido, aliviando de certa forma a sua angústia, uma verdadeira ilusão de completude que preencha o não lugar feminino (COELHO, 1996, p.34). Já segundo Elizabeth da Rocha Miranda ‘o lugar ocupado pelo falo no desejo feminino é o lugar do inapreensível, do desejo enquanto falta [...] para desejar, é preciso que haja aceitação da falta’ (MIRANDA, 2017, p. 79-80). O império do vestuário, constituído como meio para o exercício da moda, atua sempre no corpo, no campo do imaginário, dos significantes.

No Seminário 2, Lacan (1964) conceitua significante como aquilo que representa um sujeito, não para outro, mas sim para outros significantes, organizando e modelando de forma inaugural as relações humanas, conferindo estrutura.

A moda, enquanto significante, expressão visual e geradora de símbolos, pode ser pensada como uma expressão de artes visuais. Nela, diversos materiais e interesses são implicados com o propósito de comunicar, acolher e provocar a teia dos sentidos, funcionando também como estrutura.

Para investigar esta travessia pela moda em uma consultoria de imagem e estilo, acredito ser de extrema importância a descoberta das identificações parentais que enlaçam o sujeito, na medida em que as formações de linguagem precedem os indivíduos, os fixando na ordem simbólica. Sobre a pulsão escópica e sua relação com o desejo, questiona-se que o sistema da moda só encontra subsídios através do olhar que é mirado pelo objeto de seu fascínio, olhar este que é capturado na rede de um desejo sem nome e sem lugar (SANTAELLA, 2004, p.82).

A verdade da mulher é como a verdade do inconsciente: não pode ser toda conhecida. Há sempre um resto que não pode ser abrangido pela palavra, há sempre algo que fica fora do processo de simbolização. Nem tudo sobre a mulher pode ser dito. A feminilidade, por conseguinte, se constrói para uma mulher em um movimento de inventividade, cabendo a cada uma forjar para si tal movimento de criação. O que significa ser mulher diante de algo que não totaliza, que não é

apreensível, nem estático? A feminilidade é tornar-se. Se não há significante que nomeie o feminino, este surge pelo viés de um semblante, respondendo a uma modalidade de gozo diversa da fálica, ‘o semblante, a mascarada feminina (a moda), pode ser utilizada como uma proteção contra a castração’. (MIRANDA, 2017, p.77)

Lacan utilizou o termo mascarada para circunscrever a relação da mulher com o falo. O psicanalista francês fez referência ao texto de Joan Rivière: "a feminilidade como máscara". Para Rivière, não há diferenciação entre a "feminilidade verdadeira" e a mascarada, 'De fato, não sustento que tal diferença exista. Que a feminilidade seja fundamental ou superficial, ela é sempre a mesma coisa' (RIVIÈRE, 1994, p.202). Saibamos que o falo está diretamente ligado à atividade e ao masculino, fazendo, por exemplo, com que seja muitas vezes procurado pelas mulheres no amor, e também na moda, representados como formas narcísicas de sexualidade, colocando a mulher no centro do olhar do Outro.

Dentro dessa lógica, os adornos e peças de roupa representam o falo potente que possibilita um desvencilhamento da potência/submissão materna. Malvine Zalcberg (2003), no livro *A relação mãe e filha*, aponta que, para uma menina, a figura da mãe desdobra-se em uma função materna e em uma função feminina, já que a mãe é também uma mulher. Nesse sentido, a mulher é uma metáfora (“uma coisa pela outra”) do inconsciente. Ao falar do processo necessário de separação (o que significa uma saída da posição de submissão/alienação) com a mãe, como parte do processo de tornar-se mulher, a autora diz que tal tarefa não se mostrará fácil. A operação da separação resulta no processo de constituição da subjetividade do sujeito, de engendrar, pôr-se no mundo.

Na mascarada, trata-se de parecer o falo para encarná-lo, para mostrar o que não tem, realizando uma espécie de encenação imaginária do não-todo. A mulher é não-toda inscrita na ordem fálica, o que pressupõe uma divisão, parte está inscrita na função fálica enquanto outra parte está fora da ordem fálica, fora do simbólico, o que é da ordem do impossível de se dizer, do buraco, da falta. Por ser não-toda castrada, a mulher tem mais liberdade com o semblante, em sê-lo. Fazer semblante de mulher, revestir-se de suas aparências, seria então uma maneira tortuosa de poder dizer?

Atrás de uma máscara/tendência/novidade outra máscara e mais outra máscara sempre se impõem, no vetor infinito do feminino inalcançável por qualquer semblante. Pois, não dá para 'ser' mulher sem máscaras, senão as mulheres residiriam no inefável de si mesmas (GUIMARÃES,

2012). Assim a 'mascarada' feminina é um recurso inevitável e essencial para constituir um laço com o Outro, como um modo de se fazer 'ser' para o Outro.

Ter o falo, não ter o falo, ser o falo para o Outro, assumir a posição masculina, assumir a posição feminina como máscara: dilemas colocados à mulher não-toda submetida à ordem fálica. Lembremos que o Outro, para Lacan, é o lugar de onde o sujeito busca uma resposta para a sua existência. A feminilidade é da ordem do uso de uma máscara — uma máscara de aparência feminina. Tal máscara é agenciada pelo discurso da moda (por meio do objeto-roupa) sustentando o desejo feminino por um véu que dê conta de algumas de suas questões.

O falo como significante, todavia, não apenas marca, mas também recobre a falta. Assim, o corpo da mulher marcado pela falta é erigido pelos adornos ostentados por ela: sua voz, seu perfume, suas joias, suas roupas, sua graça etc. Os adornos de que as mulheres se valem são maneiras de, perversamente, denegar a falta, elevando o corpo feminino a símbolo do desejo e constituindo, assim, o mito da Mulher que não existe'. (MIRANDA, 2017, p.84)

Concluindo, a moda como a mascarada atua como um “parecer ser”, uma maneira de “ser o falo”, fazendo semblante de ser. Em função da falta fálica, a mulher joga com a possibilidade de fazer semblante de ter ou ser o falo.

Consultoria de imagem e estilo: ‘eu queria retirar minhas máscaras e ser eu mesma’

Aspectos como a cultura e a sexualidade são essenciais para entendermos os fundamentos psicanalíticos. Utilizando a fala como meio, principal recurso também usado na consultoria de imagem, a psicanálise se propõe a verificar os discursos do sujeito através das manifestações do inconsciente, visto como a instância que contém aspectos ocultos ao consciente, mas influenciadores de todo o resto, manifestados em sonhos, chistes, esquecimentos e atos falhos. Esta prática/pesquisa levanta a perspectiva da presença da manifestação de conteúdo do inconsciente também no ato de vestir. Afinal, somos movidos pelo nosso desejo e é a isso que a ética da psicanálise busca referenciar.

Muitas são as escutas e traduções vivenciadas em treze anos de atendimentos em consultoria de imagem e estilo tendo a psicanálise como ética norteadora de trabalho. Entre queixas, demandas e desejos de imagem, algo se repete na costura do feminino pela moda: a

vontade de chegar a uma definição que apazigue a falta de não saber o que de fato sou. Para fazer dançar livremente um processo de escuta e transferência na consultoria de imagem e estilo trarei um relato de estudo de caso de uma cliente que atendi em 2021 presencial na cidade de Fortaleza-CE. Chamarei ela ficticiamente de Micaella, pois o significado do nome (‘quem é como Deus?’) remete às suas questões motivadoras para se procurar o serviço.

Micaella, 29 anos, diz precisar de ajuda para entender mais seu estilo pois acredita ser muito básica e nada interessante. Fala que muitas vezes prefere esconder seu corpo pois quando evidencia seus traços considerados por ela como mais bonitos acaba chamando muita atenção e isso a incomoda profundamente: ‘Eu queria retirar minhas máscaras e ser eu mesma, pois a maior parte do meu tempo eu uso minhas máscaras. É difícil retirá-las’.

Micaella, filha do meio, fala ter sido preterida pelos seus pais: ‘eu acho que eles queriam ter tido um filho homem mas aí eu nasci’. A cliente relatou várias situações em que se sentia ‘menos mulher’ do que suas outras irmãs: ‘teve uma época que eu me vestia como um menino mesmo, usava só azul e preto, short e calça jeans, blusa bem básica. Mas daí percebi que não adiantava nada para apaziguar a angústia que eu sentia. Decidi então me vestir bem mulherzinha: comecei a usar batom vermelho, salto e saia jeans bem curta. Foi aí que as minhas primas começaram a ter raiva de mim’.

Observa-se que suas relações sempre foram pautadas por suas vestes e adornos, suas máscaras do feminino? Na busca por algum significante que desse conta de contornar a sua falta, Micaella foi construindo aparências que de alguma forma apaziguassem as tensões internas e sociais do vivido: ‘decidi então não mais me importar ou meu relacionar com as minhas primas, mas daí vieram os namorados. Tive três e noto que sempre fui mudando de acordo com as preferências deles. O primeiro adorava quando eu usava tomara que caia. O segundo dizia que eu não podia usar decote pois todo mundo ficava olhando. O meu último namorado não gostava que eu usasse salto pois ficava maior do que ele. Quando eu usava batom vermelho ele dizia que eu queria me amostrar, igual às minhas primas. Eu tinha raiva daquilo’.

O motivo principal para iniciar o processo teve a ver com sua separação recente e chegada aos 30 anos: ‘basta, não quero usar mais nada que seja de outra pessoa. Me ajuda a descobrir o que de fato eu gosto’?

A cliente contratou um pacote de 12h que contemplava: entrevistas semi-estruturadas e imagéticas, exercícios de consciência, análise de silhueta e visagismo, análise de coloração pessoal, planejamento e organização do guarda-roupa, montagem e coordenação de looks (*styling*) com recebimento de dossiê onde todas as etapas foram documentadas por textos, imagens e referências diversas.

Ao final do atendimento ela diz que agora consegue articular questões que nunca tinha parado para pensar: lidar com a sensação 'estranha' de que algo sempre vai ficar de fora; filtrar referências que não se relacionam com a sua maneira de ser; ter mais conhecimento sobre seu estilo e personalidade; catalogar peças do seu guarda-roupa atribuindo sentimentos e funções para as roupas; perceber o que se repete como um traço particular seu; entender o que ela ainda usa mas quer se desfazer; compreender que são as exceções e memórias de vida que vão tornar o visual mais atraente e autêntico; criar mais looks com autonomia e alegria.

Quando questionada sobre o sentimento pós consultoria de imagem e estilo, ela afirma que agora se sente finalmente mais livre para deixar ir embora máscaras ruins e dolorosas que foram herdadas desde a sua infância. Acredita que através do conhecimento e uso de cores, formas, linhas e silhuetas consegue finalmente se ver no espelho 'com mais clareza e verdade': 'não quero mais esconder meu corpo feminino. Embora eu queira, é difícil para mim usar roupas que favoreçam as formas curvas do meu corpo. Sabendo direitinho que esse tom de vermelho ou que aquela linha diagonal tem a ver com o que eu sinto e quero comunicar, me deixa mais segura e em paz, sabe? Sinto que agora tenho intenção para tudo'. Micaella finaliza: 'não sinto mais raiva daquelas primas que me maltratavam por eu estar bonita ou arrumada demais. Elas achavam que eu possuía algo que elas não tinham, o curioso é que eu também pensava o mesmo. Acho que essa inveja faz parte da brincadeira de toda menina, né'?

A feminilidade pode ser encarada como uma trama que, na área da tecelagem, refere-se ao espaçamento entre os fios que constituem o tecido (SANTIAGO, 2022). O hábito de tecer coloca-se como resposta ao vazio deixado pela falta. Segundo a psicanalista francesa Eugénie Lemoine Luccioni (1995), 'as mulheres tecem porque tecer não tem fim'. Na mitologia, Aracne e Penélope evidenciam que a tecelagem surge como uma linguagem que diz do trauma, da ausência, do tempo em fazimento e da falta constitutiva de significante que representa a mulher.

Considerações Finais

ola@grandesite.com.br

A roupa recobre os furos do corpo e, como imagem diante do outro, contorna as bordas de um corpo pulsional, agindo como um envelope que se transveste de unicidade, fazendo emergir uma mulher ao dar corpo ao seu desejo. Existem vários estilos, assim como existem várias mulheres. O vestir é um desdobramento de si mesmo, e essa é a maior beleza da incompletude. Nesse sentido, é possível pensar que a moda atua como uma bússola para o feminino, na medida em que, como metáfora, o feminino está fora do sentido produzido pela linguagem.

O traje escolhido pela via do desejo é um objeto poético, articulando motivações internas e externas. O processo de uma consultoria de imagem e estilo pautado na escuta, no respeito e na valorização da diferença pode ser uma aposta ética em prol da invenção e da criação de si.

A roupa age como interface/fronteira entre o dentro e o fora de nós, aquilo que deixa marcas e aquilo que se recria a todo instante, campo de potencialidade e expressão. O inconsciente da moda travestido em suas cores, texturas, linhas e silhuetas é território ativo de construção e investimento. Vestir, conforme nossa perspectiva, é des(cobrir)-se sujeito, inscrição no campo da linguagem, (des)velo contra o esquecimento, manifesto criativo das realidades, anseios, angústias e projeções. Toda mulher deverá criar-se.

Referências

APPOLINÁRIO, F. Dicionário de metodologia científica: um guia para a produção do conhecimento científico. São Paulo, Atlas, 2009.

COELHO, Maria José. Moda um enfoque psicanalítico. Rio de Janeiro: Diadorim Editora Ltda, 1996.

CRUZ, O. O trabalho de campo como descoberta e criação. In: Minayo, Maria Cecília de Souza. (Org). Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1994. P. 51-66.

FREUD, S. Sobre a sexualidade feminina (1931) e A feminilidade (1933). In: Amor, sexualidade, feminilidade – Obras Incompletas de Sigmund Freud. Belo Horizonte: Autêntica. 2018.

GUIMARÃES, Leda. Diálogo em psicanálise. A “mascarada” feminina. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: < <http://dialogoempicanalise.blogspot.com/2012/11/a-mascarada-feminina-leda-guimaraes.html>>. Acesso em: 10 set.2023

GUNTHER, Hartmut. Psicologia: Teoria e Pesquisa. Brasília, Mai- Ago 2006, Vol. 22 n.2, pp. 201-210.

ola@grandesite.com.br

LACAN, J. (1958) A significação do falo. Escritos. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Editor. 1998.

LACAN, J. (1964) Seminário, livro 2. O Eu na teoria de Freud e na técnica da psicanálise. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

LACAN, J. (1972-73) O Seminário, livro 20 : mais, ainda. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Editor. 1985.

LEMOINE-LUCCIONI, Eugénie. A mulher ... não-toda. Tradução de André Praga. Rio de Janeiro: Revinter, 1995.

MIRANDA, E. R. Desarrazoadas: devastação e êxtase. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2017.

RIVIERE, J. (1929) La féminité en tant que mascarade. In : Féminité mascarade. Hamon, M-C. Paris : Seuil. 1994.

SANTAELLA, L. Corpo e comunicação. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTIAGO, Renata. Des-vestir: tessituras entre consultoria de imagem, o feminino e psicanálise / Renata Santiago — Fortaleza: Expressão Gráfica Editora, 2022.

VERGARA, C. Carlos Vergara: fotografias. Rio de Janeiro: Silvia Roesler Edições de Arte, 2007.

ZALCBERG, M. A relação mãe e filha. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

