# ARIANE DE OLIVEIRA SILVA

BLOGS DE MODA DE RUA: DIÁLOGO ENTRE A CULTURA REGIONAL E GLOBAL NO MÉXICO

CELACC/ECA-USP

# ARIANE DE OLIVEIRA SILVA

# BLOGS DE MODA DE RUA: DIÁLOGO ENTRE A CULTURA REGIONAL E GLOBAL NO MÉXICO

Trabalho de conclusão do curso de pós-graduação em Mídia, Informação e Cultura produzido sob a orientação do Prof. Moisés dos Santos

CELACC/ECA-USP

2010

Agradeço à minha família e amigos que sempre me apoiaram e incentivaram a realização desse trabalho.

# Sumário

Introdução	7
1 - Moda e Comportamento	8
2 - Cultura no México	11
3 - O fenômeno da Blogosfera	16
Considerações Finais	18
Referências Bibliográficas	22
Anexos	

4

Resumo

As indústrias da comunicação e do transporte aceleraram o processo de globalização e

as influências européias sempre predominaram na indústria da moda, principalmente nos

países colonizados da América Latina.

Essa pesquisa tem o objetivo de identificar como os blogs de moda de rua estabelecem

um diálogo entre a cultura regional e o padrão estabelecido pelos grandes centros de moda da

Europa.

Com a análise das imagens dos blogs e registros da cultura popular do México, foi

possível analisar quais características regionais foram preservadas na maneira de se vestir da

população das grandes cidades do país.

O embasamento teórico serviu para definir a relação entre moda e comportamento, o

papel da internet na sociedade contemporânea e contexto histórico cultural do México.

Palavras chave: blog, moda de rua, cultura, méxico

**Abstract** 

The industries of communication and transportation have accelerated the process of

globalization and European influences has always prevailed in the fashion industry, especially

in the colonized countries of Latin America.

This research aims to identify how the street fashion blogs establish a dialogue

between regional culture and the standard established by the major fashion centers of Europe.

By analyzing the images of blogs and records of popular culture in Mexico, it was possible to

examine which regional characteristics have been preserved in the manner of dress of the

population of large cities.

The theoretical framework used to define the relationship between fashion and

behavior, the Internet's role in contemporary society and historical cultural context of Mexico.

**Key words:** blog, fashion, culture, mexico

# Introdução

"Blogs de moda de rua: diálogo entre a cultura regional e global no México" é o tema que será tratado neste trabalho, que se propõe a analisar a globalização da moda sugerida pelos blogs de moda de rua, assim como, o diálogo que se estabelece entre as culturas regional e global diante da velocidade com que as informações circulam pela internet.

Dentro desse contexto, tracei uma breve descrição sobre qual moda estamos falando com base nas obras de Gilles Lipovetsky e Ruth Joffily. A partir disso, ressaltei os principais conceitos que englobam o sistema de moda. Entre eles a efemeridade, pelo fato de que a moda é marcada pela curta duração das coleções, está ligada ao transitório, ao efeito passageiro, e o individualismo, enfatizado pela necessidade do indivíduo de ter itens que estão na moda para se sentir parte de um grupo, mas também agregar elementos de gosto pessoal para não perder ou omitir seu estilo ou identidade.

A seguir, narrei como se deu o surgimento dos blogs, apresentei suas principais características, como o fato de que todos podem se tornar "formadores de opinião", e sua função na sociedade contemporânea. Os blogs de moda de rua mostram como a internet inverteu os papéis, já que a imagem de anônimos ganha destaque frente aos tradicionais editorias de moda das revistas. Além dos aspectos relacionados ao crescimento e poder de expansão do conteúdo gerado através dessa ferramenta, uma vez que é possível visualizar como a população se veste em diversos países. Ao mesmo tempo que pode-se divulgar peculiaridades regionais, também recebe-se influências muito mais rápido do que antigamente, quando se demorava uma estação, cerca de 6 meses, para as tendências da Europa chegarem à América Latina.

Após esses embasamentos, foram pesquisados nove blogs que retratam a vestimenta da população que circula pelas ruas de grandes cidades do México, como Monterrey e Guadalajara. Para contextualizar as imagens retratadas nas páginas, tracei um breve histórico do país e as principais características e influências que compõem a cultura mexicana, como a forte tradição indígena herdada dos povos Maias e Astecas.

Através de uma pesquisa qualitativa, são apresentadas as principais características dos blogs e, com uma análise dos conteúdos, tomados pela interatividade e troca de informações, foi possível estabelecer contrapontos e avaliar se o fluxo de informações é tão democrático quanto poderia ser.

### 1 - Moda e comportamento

O conceito de moda que será analisado neste estudo é baseado nas idéias de Kawamura (2005), apresentadas em "Fashion-ology – an introduction to fashion studie", que entende que moda não é apenas uma peça de roupa, mas trata-se de elementos invisíveis por ela representados e que os seres humanos agregam naquele pedaço de tecido ou material específico. Consequentemente, o sistema da moda, que é composto por engrenagens complexas que interligam lógicas sociais, antropológicas, sociológicas, históricas e econômicas, passa longe de ser um campo de estudo fútil, superficial, ou leviano. Segundo James Laver explica na obra "A Concise History of Costume":

"Funciona como o espelho das mudanças sociais e culturais vividas pela civilização. Acompanha, simboliza e retrata as transformações vividas pelo homem e pela sociedade ao longo dos séculos" (LAVER, 1988: pg. 35)

A origem da palavra latina é modus e quer dizer "modo", "maneira". Em inglês, é fashion - uma adequação da palavra francesa façon, que tem o mesmo significado. Na obra "Moda e Comunicação", Barnard complementa:

"só o contexto permite a identificação de uma peça de roupa como moda ou não-moda, assim como é somente o contexto que permite identificar o significado correto dessas palavras" (BARNARD, 2003).

O termo moda em seu real significado surgiu somente a partir do século XIV, período em que foram criadas roupas inovadoras e bastante diferenciadas entre os sexos, como relata Lipovetsky no livro "O Império do Efêmero":

"A partir desse momento as mudanças vão precipitar-se; as variações do parecer serão mais frequentes, mais extravagantes, mais arbitrárias; um ritmo desconhecido até então e formas ostensivamente fantasistas e gratuitas decorativas fizeram sua aparição, definindo o processo da moda. A mudança não é mais um fenômeno acidental, raro, fortuito, tornou-se uma regra permanente dos prazeres da alta sociedade; o fugidio vai funcionar como uma das estruturas constitutivas da vida mundana" (LIPOVETSKY, 1989: pg. 29)

A moda a ser analisada neste trabalho passa pelos conceitos de efemeridade e individualismo. Efemeridade pelo fato de que a moda é marcada pela curta duração das coleções, ao transitório, ao efeito passageiro. Mas nem sempre foi assim. Lipovetsky apresenta como se iniciou esse processo:

"A alta sociedade foi tomada pela febre das novidades, inflamou-se por todos os últimos achados, imitou alternadamente as modas em vigor na Itália, na Espanha, na França. Houve um verdadeiro esnobismo por tudo o que é diferente e estrangeiro. Com a moda, aparece uma primeira manifestação de uma relação social que encarna um novo tempo legítimo e uma nova paixão própria ao Ocidente" (LIPOVETSKY, 1989: pg. 30)

Segundo Ruth Joffily nos ensina em "O jornalismo e Produção de Moda" (1991), uma das principais características da moda atual é a amplitude de um fenômeno entranhado na vida social, a estética do dia-a-dia, a criatividade em cada um de nós, possibilitando ao indivíduo expressar o que é ou o que sonha ser no simples ato de vestir. Lipovetsky complementa:

"A novidade tornou-se fonte de valor mundano, marca de excelência social; é preciso seguir 'o que se faz' de novo e adotar as últimas mudanças do momento: o presente se impôs como o eixo temporal que rege uma face superficial, mas prestigiosa da vida das elites" (LIPOVETSKY, 1989: pg. 33)

A tecnologia permitiu acompanhar essas mudanças "de perto" e, com isso, somos afetados por essas recorrentes novidades. A internet nos possibilita, através de fotos, entrevistas, cobertura dos principais eventos de moda e desfiles dos principais estilistas, acompanhar todas as tendências de moda do mundo. A multiplicidade da moda está no nosso dia-a-dia, presente em "tudo ao mesmo tempo", com revistas, jornais, anúncios na TV, vitrines de lojas. Mais do que isso, hoje vemos uma migração muito forte. A moda sai das páginas das revistas, jornais, televisão e invade a rede, chegando até os blogs, objeto de estudo desse trabalho.

Além da efemeridade, se faz necessário entender como as imagens da moda estimulam o consumidor a se transformar, a criar uma identidade própria e a copiar imagens prontas que foram criadas por outras pessoas. No sistema da moda essas ações são constantes e estimuladas pela mídia. Lipovetsky confirma que a moda possui efeitos ambíguos:

"É preciso ser como os outros e não inteiramente como eles, é preciso seguir a corrente e significar um gosto particular" (LIPOVETSKY, 1989)

O indivíduo pode ter alguns itens que estão na moda, será participativo do sistema da moda, mas não necessariamente perderá ou omitirá seu gosto, estilo ou identidade. Ainda segundo Lipovetsky:

"o individualismo na moda é a possibilidade reconhecida à unidade individual... de ter poder de iniciativa e de transformação, de mudar a ordem existente, de apropriar-se em pessoa do mérito das novidades ou, mais modestamente, de introduzir elementos de detalhe do seu gosto próprio" (LIPOVETSKY, 1989: pg. 44)

Sendo assim, a moda é ambígua e tem o seu lado dominador e manipulador que atinge o coletivo. De acordo com Carol Garcia e Ana Paula Miranda na obra "Moda é Comunicação", há três modelos psicológicos:

"Modelos centrados no individualismo: nos anos 80 a moda começa a se configurar como uma busca da individualidade, e a importância de ser "especial" é enfatizada pela comunicação de moda. Modelo centrado na conformidade: influenciar consumidores para adotar ou rejeitar produtos de moda. Modelo de motivação única: pessoas comparam a si próprias com outras procurando por similaridades e diferenças para formar a sua auto-identidade" (GARCIA e MIRANDA, 2005: pg 108)

Os modelos psicológicos descritos por Garcia e Miranda (2005) confirmam a ambigüidade citada por Lipovetsky, as pessoas têm necessidades de se sentirem únicas, especiais, querem ser diferentes, mas nem tanto, para não perderam a sua identidade social, dentro do grupo ou da classe social da qual fazem parte. Para isso, o indivíduo acaba imitando e/ ou copiando o que considera belo ou que tem interesse em parecer como tal. Para Garcia e Miranda, essa busca de identidade em um contexto social que acarreta no consumo da moda, não é de todo mal.

"A moda cumpre o papel de compreensão do próprio eu, e é instrumento de prazer, culto da fantasia e da novidade" (GARCIA e MIRANDA, 2005).

#### 2 - Cultura no México

A análise desse trabalho é focada em blogs de moda de rua do México por ser um país portador de uma das mais ricas e milenares culturas do planeta, conforme nos ensina Maria Nazareth Ferreira em "A Comunicação Desintegradora na América Latina" (1995). Com cerca de 112 milhões de habitantes, de acordo com dados do Instituto Nacional de Estatística e Geografia do México, o país possui registros de tradição indígena, principalmente das civilizações Maias e Astecas, surgidos entre 1.800 e 300 a.C. e que floresceram durante quase 4.000 anos antes do primeiro contato com europeus. A invasão espanhola se deu no início do século XVI e, com ela, todos os aspectos da cultura do país colonizador.

Apesar da dominação, percebe-se uma resistência em alguns estados com população predominante indígena, como Chiapas, por exemplo. De acordo com a "Enciclopédia dos Municípios do México", Chiapas é um estado mexicano localizado ao sul do território nacional com um terço de sua população descendente dos Maias e muitos desses não falam espanhol. O florescimento das cidades Maias na selva Lacandona, durante o período clássico (300-900 d.C.), é considerado uma das maiores realizações culturais na história da humanidade. Atualmente, os habitantes indígenas de Chiapas protagonizam um levante armado desde 1994 e reivindicam a defesa de direitos coletivos e individuais negados aos povos indígenas mexicanos.

As principais heranças indígenas são os trabalhos artesanais, bordados e estamparia étnica.





Roupas e estampas indígenas – Imagens extraídas do livro "Taller Flora" (lado esquerdo), pg 31, e "México" (lado direito), pág 23.

No período pré-colonial, os índios produziam peças artesanais de subsistência, como aponta Nestor Garcia Canclini em "As culturas Populares" (1983) ao afirmar que a função tradicional do artesanato era proporcionar objetos de consumo nas comunidades indígenas. Opinião compartilhada por Maria Nazareth Ferreira na obra "Globalização e Identidade Cultural" (1995), que vincula a produção artesanal muito mais à cultura popular, que a simples busca pela personificação estética.

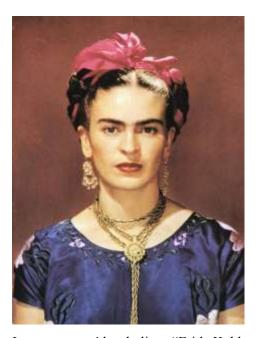
Outra importante manifestação cultural do México é a comemoração do Dia dos Mortos. Trata-se de uma celebração de origem indígena, que honra os defuntos no dia 2 de novembro. Além do México, também é celebrada em outros países da América Central e em algumas regiões dos Estados Unidos, onde a população mexicana é grande. A UNESCO declarou-a como Patrimônio da Humanidade. As origens da celebração no México são anteriores à chegada dos espanhóis. Há relatos que os Astecas, Maias, Purépechas, Náuatles e Totonacas praticavam este culto.



Caveira Asteca – Imagem extraída no livro "Hablan Los Aztecas", pg. 257

Analisando o período contemporâneo, nota-se que um aspecto marcante na cultura mexicana são as obras da pintora Frida Kahlo, com suas cores vibrantes, tradição indígena, florais e autorretratos com temas nacionais.





Pintura e fotografia da artista mexicana Frida Kahlo – Imagens extraídas do livro "Frida Kahlo, 1907 - 1954 - Dor e paixão", pgs 96 e 2

Omar Aguilar, criador do blog <a href="http://messthisdress.blogspot.com">http://messthisdress.blogspot.com</a>, um dos objetos de estudo dessea artigo, explica que os mexicanos gostam de exagero "si hablamos de color, lo mezclamos al máximo y con unas combinaciones cálidas, como lo hacen los indígenas con sus prendas artesanales" (Entrevista concedida à autora em 21/06/2010).

A moda contemporânea do México é disseminada através de três semanas de moda: Fashion Week México e Mercedes- Benz Fashion Week, com estilistas já conhecidos, e a DF, que abre espaço para jovens talentos.

Para Omar Aguilar, apesar da população seguir um estilo americanizado, "poco a poco hay más cultura de consumir marcas mexicanas de diseñadores emergentes y que ya están un poco posicionados internacionalmente".

Alguns estilistas contemporâneos, que inclusive são conhecidos internacionalmente, como citou Omar, buscam inserir elementos da cultura popular mexicana em suas coleções. Alejandra Quesada, por exemplo, é uma jovem estilista mexicana que cria coleções cheias de bordados, recurso bastante pelos indígenas.



Bordados na coleção de Alejandra Quesada – Imagens extraídas do site www.alejandraquesada.com

Já Carla Fernandez, outra jovem estilista do México, utiliza técnicas de tecidos artesanais de comunidades indígenas e sua marca, a Taller Flora, funciona como uma cooperativa com artesãs de comunidades rurais do México e conta com apoio do Fundo Nacional para o Fomento do Artesanato.



Estamparia indígena e trabalho artesanal de Carla Hernandez – Imagens extraídas do livro "Taller Flora", de Carla Hernandéz. Pgs. 24, 25 e 144

Por conta de sua rica cultura, o México já foi tema de coleções de renomados estilistas internacionais, como Jean Paul Gaultier em sua coleção primavera/verão 2010.



Fotos dos desfile de Jean Paul Gaultier publicadas no site www.globo.com

# 3 – A blogosfera e a moda

Segundo Rebeca Blood no estudo "We've got blog: how webblogs are changing our culture" (2002), o termo "weblog" foi usado pela primeira vez por Jorn Barger, em 1997, para referisse a um conjunto de sites que "colecionavam" e divulgavam links interessantes na web. Naquela época, os weblogs eram poucos e quase nada diferenciados de um site comum na web. Dois anos mais tarde, com o surgimento das ferramentas de publicação, os weblogs ficaram mais populares. Em 1999, a Pitas lançou a primeira ferramenta de manutenção de sites via web, seguida, no mesmo ano, pela Pyra, que lançou o Blogger, como narram Adriana Amaral, Raquel Recuero e Sandra Portella Montardo em "Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação":

"Esses sistemas proporcionaram uma maior facilidade na publicação e manutenção dos sites, que não mais exigiam o conhecimento da linguagem HTML e, por isso, passaram a ser rapidamente adotados e apropriados para os mais diversos usos. Além disso, a posterior agregação da ferramenta de comentários aos blogs também foi fundamental para a popularização do sistema" (AMARAL, RECUERO e MONTARDO, 2009: pg. 28)

Dessa forma, os blogs tornaram-se formas de publicação na internet em que qualquer pessoa pode facilmente redigir e divulgar as informações que deseja. Em geral, os blogs possuem uma estrutura e um layout padrão. A informação mais recente fica sempre em cima das anteriores, como num bloco de textos organizados pela data de postagem, nome do autor e número de comentários. Apesar de ser padronizado, cada blog é individual e pode ser personalizado.

O alcance do conteúdo dos blogs vai muito além da página na internet, já que são comentados pelos jornais, atualizados via celular, discutidos em redes sociais e até mesmo em trabalhos acadêmicos como esse, portanto sua sobrevida ultrapassa as fronteiras da web e atinge cada vez mais a um maior número de pessoas.

Cada vez mais usados pelos usuários de internet, os blogs abordam os mais diversos assuntos como política, informática, meio ambiente, economia, arte, moda, entre tantos outros. Um blog é criado a cada segundo, de acordo com estudos do Google. Apesar disso, no México, apenas 30% da população tem acesso a internet. De acordo Octavio Islas, pesquisador de Tecnologia de Monterrey e Coordenador do estudo sobre hábitos e percepções dos mexicanos sobre Internet, "aún depende del nivel socioeconómico, pues la población más

pobre es la que menos posibilidades tiene de entrar a la red" (Entrevista extraída da matéria "Acceso a Internet en México depende de nivel socioeconómico", publicada no jornal mexicano "Jornada").

As novas tecnologias, através da internet, permitiram que os internautas criassem suas próprias notícias, com seu olhar e sem intermediários. Castells confirma:

"Como dizem os analistas econômicos John Browning e Spencer Reiss, 'a mídia velha divide o mundo entre produtores e consumidores: nós somos autores ou leitores, emissoras ou telespectadores, animadores ou audiência; como se diz tecnicamente, essa é a comunicação um-todos. A nova mídia, pelo contrário, dá a todos a oportunidade de falar assim como de escutar. Muitos falam com muitos – e muitos respondem de volta'." (CASTELLS, 1999, pg. 23)

Com o surgimento da blogsfera, cada vez mais a moda que emerge das ruas e é divulgada pela rede inspira pesquisadores, criadores e até mesmo os próprios consumidores. Com uma pesquisa rápida é possível encontrar diversos blogs de moda de rua, que trazem fotos do vestuário de anônimos e, dessa forma, é possível saber o que está sendo usado nas ruas de qualquer país.

Esse contato com diferentes culturas, percebidas através da maneira de se vestir, é característico da globalização, como nos ensina Moacir do Anjos na obra "Local/ Global: arte em trânsito" (2005): "São esses contatos constantes com o que é diferente que produzem, por fim, o caráter multicultural das sociedades contemporâneas".

Todos esses tipos de blogs trazem espaço para comentários, os visitantes interagem e, muitas vezes, discutem a produção de moda exibida na imagem em questão e trocam informações sobre características próprias de cada região. No livro "Cibercultura", Lévy (1999) explica que o fato de o ciberespaço mundializar o consumo (de produtos e de informação) não é sinônimo de dominação. Pelo contrário, a característica principal desse novo meio de comunicação é que quanto mais universal, menos "totalizante" (ou totalitário) será.

# **Considerações Finais**

Ao analisarmos os nove blogs de moda de rua do México, nota-se que o fluxo de informações não é tão democrático quanto parece. Os autores dos blogs realizam os registros fotográficos apenas em grandes cidades, como Guadalajara e Cidade do México, onde a globalização se faz mais presente, e quase não apresentam registros de moda regional. De acordo com a pesquisadora de moda Maria Carolina Garcia (entrevista concedida à autora em 15/08/2010), a cultura regional está mais presente em cidades do interior e ao Norte do país, além de estados como Chiapas.

Os autores dos blogs não adotam um critério definido para a escolha das fotos, grande parte dos registros são feitos por peculiaridades estéticas e comportamentais, e não há uma preocupação exclusiva em retratar a cultura regional expressa pelas roupas. Apesar disso, Omar Aguilar considera que:

"el blog representa una probadita del standard global aunque no es la finalidad del blog, al final sigue teniendo la esencia mexicana, con la gente, el background, el contexto, porque siempre la moda va cambiando y se va globalizando al mismo tiempo filtrando a lo que el clima, cultura se adapte" (Entrevista concedida à autora em 21/06/2010).

Foram identificados ícones da cultura americana, como o famoso personagem da Disney, o Mickey, que estão presentes nas roupas e na maneira de se vestir da população. Fenômeno também notado no Brasil, já que grandes magazines do país, como a Renner, já desenvolveram coleções inspiradas em personagens da Disney.





Personagem da Disney, Mickey, inserido nas estampas - Imagens extraídas no blog www.messthisdress.blogspot.com

Percebe-se grande influência da cultura americana. A proximidade com os Estados Unidos faz com que as informações de moda cheguem mais cedo, até por conta da transição de mexicanos para o país vizinho. Além disso, é importante ressaltar que em grandes cidades, como a Cidade do México, há muitos imigrantes, logo, nem todos os fotografados necessariamente são mexicanos.

Muitas vezes os blogs apenas replicam a cultura globalizada manifestada na vestimenta da população local. Percebe-se que não existe muita diferença entre a roupa utilizada nas ruas dos mais diversos países. Ou seja, a globalização faz com que a roupa, por si só, não seja capaz de determinar o país de origem da fotografia.

O que se vê são alguns elementos regionais misturados com a tendência da moda vigente, ditada pelos grandes centros de moda, como Paris, Inglaterra e Itália.

Esse hibridismo cultural é descrito pelo antropólogo Néstor García Canclini, na obra "Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade" (1997). O autor explica que o processo de hibridação cultural da América Latina se dá por conta da falta de uma política reguladora apoiada nos princípios da modernidade. Segundo Canclini, trata-se de um processo sócio-cultural em que estruturas ou práticas, que antes davam-se separadamente, misturam-se para gerar novas estruturas, objetos e práticas. Esse hibridismo, que acarreta em composições

imprevistas, possibilitou desdobramentos, produtividade e poder criativo distintos das mesclas interculturais já existentes na América latina.

Verifica-se apenas as seguintes características da cultura regional mexicana na vestimenta da população retratada: estampas com motivos indígenas e florais, acabamentos em bordados, mistura de cores vibrantes e caveiras em estampas e acessórios, que podem ser relacionadas ao Dia dos Mortos.









Referências da cultura mexicana – Imagens extraídas dos blogs <u>www.messthidress.blogspot.com</u> e www.peperazzi.net

Moacir dos Anjos explica como se dá esse fluxo de informações:

"Esse fluxo faz com que as formas culturais criadas nas regiões que possuem a hegemonia do processo de globalização sejam melhor difundidas e afirmadas mundialmente do que as ressignificações que delas são feitas a partir de culturas locais e, evidentemente, do que criações somente nestas assentadas" (ANJOS, 2005: pg. 29)

Na verdade, nota-se que a internet apenas acelerou o processo de globalização da moda presente nas culturas regionais. Se antes demorava-se uma estação (cerca de 6 meses) para saber o que foi apresentado nos desfiles do exterior, hoje pode-se acompanhar simultaneamente pela rede. De acordo com Moacir dos Anjos, essa absorção não é completa e não anula a cultura regional:

"Limitadas pelo que Sarat Mahraj definiu como a 'intradubilidade do outro', as ressignificações locais da cultura global sempre engredram recriações originais de produtos alheios, adicionando ao repertório simbólico do mundo algo que não existia ainda" (ANJOS, 2005: pg. 30)

Por fim, a presente pesquisa mostrou o quanto a globalização pode tirar as referências das culturas regionais. A internet mostra-se como uma "lente de aumento" do comportamento humano. Por isso, para que haja alguma mudança no sentido de preservar a cultura popular, é necessário conscientizar e educar as pessoas e, a partir daí, as ferramentas de comunicação, sejam elas quais forem, poderão ser utilizadas com outro intuito, como o de valorizar e disseminar as tradições de um país, por exemplo.

### Referências Bibliográficas

AMARAL, Adriana, RECUERO, Raquel e MONTARDO, Sandra. **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

ANJOS, Moacir dos. Local/ Global: arte em trânsito. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

BLOOD, Rebeca. **We've got blog: how weblogs are changing our culture**. Cambridge; Estados Unidos: Perseus, 2002.

CANCLINI, Néstor García. Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 1997.

CARRASCO, Pedro. *La Sociedad mexicana antes de la conquista en* Historia General de Mexico 1. Cidade do México: El Colégio de México, 1987.

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FERREIRA, Maria Nazareth. A Comunicação Desintegradora na América Latina. São Paulo: Edicon, 1995.

FERREIRA, Maria Nazareth. Globalização e Identidade Cultural. São Paulo: Cebela, 1995.

GARCIA, Carol e MIRANDA, Ana Paula. **Moda é Comunicação**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

KAWAMURA, Yukie. **Fashion-ology – an introduction to fashion studie**. Oxford; Estados Unidos: Berg, 2005.

KETTENMANN, Andréa. Frida Kahlo, 1907 - 1954 - Dor e paixão. Alemanha: Benedikt Taschen. 1994.

LAVER, James. A Concise History of Costume. Oxford; Estados Unidos: Oxford University press, 1998.

LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. Império do Efêmero. A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

SAHAGÚN, Fray Bernardino de. Hablan Los Aztecas. Barcelona: Tusquets Editores, 1985.

#### **Sites:**

- Instituto Nacional de Estatística e Geografia

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/integracion/inegi324.asp?s=est&c=11722#tres – acessado em 21/06/2010

- Enciclopédia dos Municípios do México

http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM\_chiapas - acessado em 18/06/2010

- Jornada

http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2010/07/28/acceso-a-internet-en-mexico-depende-denivel-socioeconomico-investigador - acessado em 28/07/2010

#### **Blogs:**

http://messthisdress.blogspot.com

www.deepcitydive.blogspot.com

http://dflavor.blogspot.com/

http://www.talentosemergentes.org.mx/home/?cat=15

http://lookatmxcty.blogspot.com

http://nestmx.blogspot.com/

http://www.coolhuntermx.com/

http://peperazzi.net

http://www.streetpeeper.com/cities/mexico-city?type=street\_peep

#### Anexos



Vista delantera / Front view

37

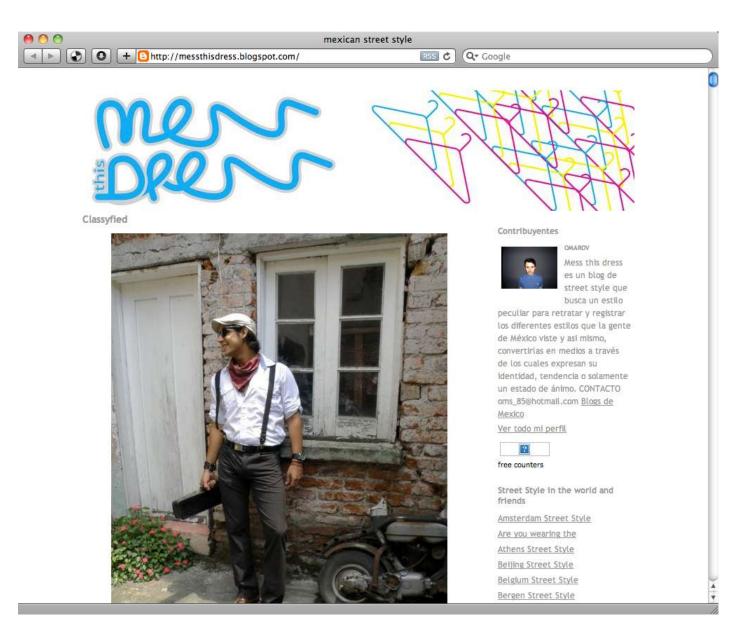


Estampas indígenas – Imagens extraídas do livro "Taller Flora", pgs 37 e 146

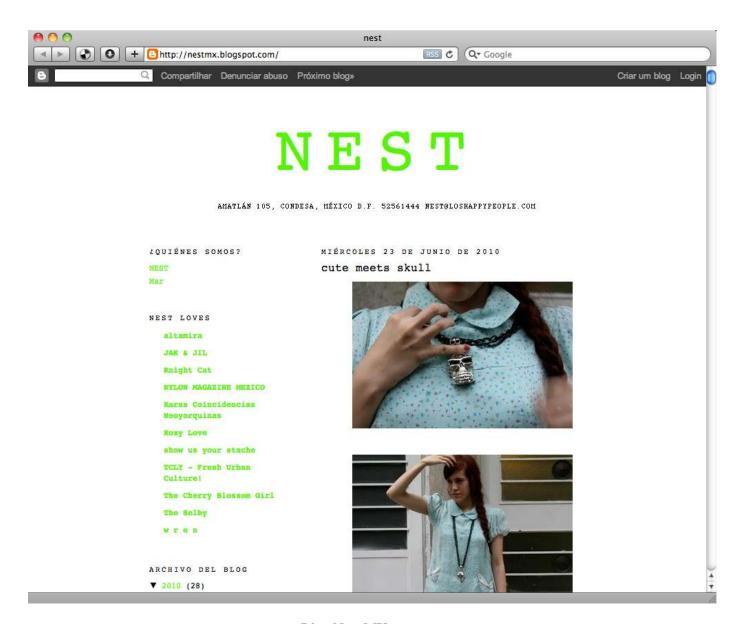




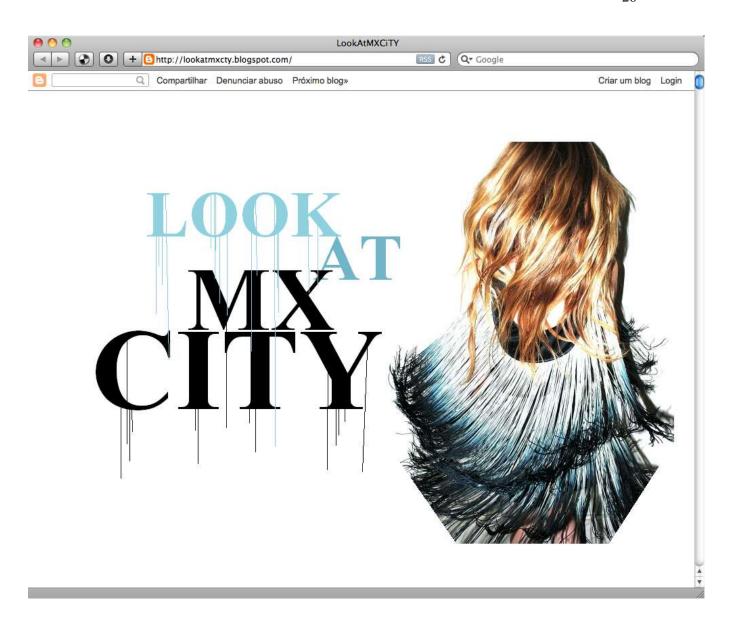
Artesãs mexicanas – Imagens extraídas do livro "México", pgs. 22 e 24



Blog Mess this Dress



Blog Nest MX



Blog Look At MX City



Estampa de caveira – Imagem extraída do blog <a href="http://www.coolhuntermx.com/">http://www.coolhuntermx.com/</a>



 $Poncho\ com\ estampa\ indígena-Imagem\ extraída\ do\ blog\ \underline{www.messthisdressblogspot.com}$