

Moda e Cultura Impressa: Fragmentos e Tessituras na História

Márlon Uliana Calza

(Professor da Faculdade de Design/
Centro Universitário Ritter dos Reis/UniRitter)

(Doutorando em Comunicação/PPGCOM/
Universidade Federal do Rio Grande do Sul/UFRGS)

Resumo: Neste artigo estabelecemos uma relação entre a Moda e a Cultura Impressa, mediada pela História, pelo Design Gráfico e pela Comunicação Visual. A relação é estabelecida em diferentes níveis de articulação, que compreendem a realização de tensionamentos de ordem conceitual, considerando a necessária reconstrução de linhas e dados histórico/sociais dos objetos aqui interessados. A abordagem é ancorada nas pesquisas bibliográfica e iconográfica, que contribui como argumento visual.

Palavras-Chave: Moda, Cultura Impressa, História

Abstract: *In this article we establish a relation between Fashion and Press Culture, mediated by Graphic Design and Visual Communication. The relation is established on different levels of articulation, comprehending the accomplishment of conceptual tensioning approach, considering the necessary historical/social reconstruction of streams and data concerning the objects at stake. The approach is anchored on bibliographical and iconographical research, which contributes as visual argument.*

Key-Words: *Fashion; Print-Culture; History*

Ao partirmos da premissa que o advento da moda se relaciona ao surgimento da cultura impressa, empreendemos uma discussão conceitual sobre a moda, reconhecendo que esta não pertence a todas as épocas, nem a todas as civilizações, sendo também inseparável do nascimento e do desenvolvimento do mundo moderno ocidental (LIPOVETSKY, 2009). Para Lipovetsky (2009) é a partir do final da Idade Média e do início da Era Moderna que podemos reconhecer a ordem própria da moda como um sistema helicoidal de mudanças, marcado pela lógica *temporal* e *efêmera*, que regula a mutabilidade de seus objetos, instituídos por processos de cópia e desgaste, pautados pela *novidade*; e, pela lógica da fantasia estética, materializada na constituição da aparência dos sujeitos e no modo como estes constroem sua individualidade e se posicionam na sociedade, engajando-se e conformando determinados processos de diferenciação e pertencimento social, mediados pelos processos e objetos comunicacionais.

Contudo, mesmo que em sua concepção histórica a moda evidencie as práticas do vestir associadas à esfera do parecer, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos, suas extravagâncias e frivolidades, fazendo “parte estruturalmente do mundo moderno em devir” (LIPOVETSKY, 2004, p. 34), a moda não necessariamente permaneceu “acantonada” no

campo do vestuário. Lipovetsky (2009, p.25) sugere que a “moda, desde que está instalada no Ocidente, não tem conteúdo próprio; forma específica da mudança social, ela não está ligada a um objeto determinado”, definindo-a como “um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva” (LIPOVETSKY, 2009, p.25). Assim, ao longo do tempo e, em velocidades e graus diversos, diferentes setores foram atingidos pelo processo da moda, com suas “paixonites” e suas rápidas oscilações, tais como o mobiliário, a decoração, a linguagem, as maneiras, os gostos, as ideias, os artistas e as obras culturais. Embora o termo seja frequentemente associado ao vestuário – cuja variabilidade temporal chega ao extremo nas mudanças sazonais das coleções – o conceito pode ser, então, relacionado às questões relativas ao uso, hábito, gosto ou estilo dos mais variados objetos¹, como reforça Cidreira (2005).

Parece-nos válido reconhecer que os meios impressos, produtos também representativos da cultura material, teriam papel decisivo no desenvolvimento e na expressão da moda, na definição de seus objetos, sendo igualmente afetados por suas lógicas. Se o domínio da aparência ocupou um lugar preponderante na história da moda, sendo o *parecer* objeto central de investigação, como sugere Lipovetsky (2009), isso se deve à visibilidade adquirida por tais objetos relativos ao vestir – ao menos se considerarmos que tais exercícios estéticos pessoais materializados no vestuário eram expressos pelo contato interpessoal entre sujeitos e, sobretudo, pelos meios de comunicação, também definidos como elementos de registro e documentação (para a moda) (MALFITANO, 2008; NOVELLI, 2011) – juntamente com a pintura, os afrescos e outras expressões artísticas (MOURA, 2008). Procuramos, então, valorizar a importância dos meios de comunicação e da cultura impressa para o desenvolvimento da moda, como sugere DeJean (2011, p.77), quando afirma que “sem publicidade, *la mode* não existe” – observando-se, por um lado, a aspiração e o desejo dos sujeitos de estar na moda e, por outro, a visibilidade e o consumo de seus objetos, divulgados pela mídia.

...

Em sua origem e trajetória, é também através da imprensa que a moda é legitimada e se torna pública, tendo sua existência e funcionamento reconhecidos a partir de diferentes processos e regimes de visibilidade. É a partir de tal premissa que estabelecemos aqui uma relação recíproca entre a moda, a cultura impressa e seu desenvolvimento no Ocidente, entre os séculos XIV e XV, observando que é justamente nesse período de transição e quebra de paradigmas, no qual se instauram novos processos econômicos, culturais e sociais, que revolucionaram a cultura material e as práticas de vestir, que se estabelece o processo de impressão tipográfico, a partir dos feitos de Johannes Gutenberg. Fato que nos permite inferir que o advento da moda pode se

¹ Para Tarde (*apud* RAINHO, 2002) todas as condutas e instituições seriam suscetíveis à moda: as transformações no vestuário, as alterações na língua, na legislação, na moral, no governo, na religião e nos usos estariam sujeitas aos ritmos da moda, às “eras da moda”, entendidas enquanto uma “fase transitória” e “revolucionária” entre duas “eras de costume”, marcadas pelo prestígio da antiguidade e da tradição.

relacionar, então, ao surgimento da cultura impressa, em função das origens e possíveis influências históricas semelhantes, aqui evidenciadas.

Nessa reflexão destacamos um primeiro aspecto relacionado à expansão econômica e à ampliação do comércio focado na classe burguesa, observando-se aí o seu crescente desejo de obtenção de reconhecimento social junto à nobreza que, por sua vez, modificava vestimentas e hábitos aleatoriamente e com maior frequência a fim de manter-se diferenciada – reconhecendo-se a importância da lógica social, para além da lógica econômica (LIPOVETSKY, 2009). Observamos, ainda, o paulatino rompimento com as leis suntuárias, que restringiam o consumo de determinados bens pelas classes inferiores e eram divulgadas e debatidas pelos periódicos de moda; além do desenvolvimento das ruas e cidades, espaços nos quais se dava o progresso econômico das camadas inferiores (o que facilitava o seu acesso aos bens), além de promover a movimentação dos sujeitos em círculos sociais mais vastos, dando visibilidade às aparências (MESQUITA, 2004, p. 24).

Um segundo aspecto considerado diz respeito aos progressos científicos e, sobretudo, tecnológicos, tanto no setor têxtil quanto nas artes gráficas. Os avanços no setor têxtil compreenderam a ampliação da circulação da matéria-prima, além dos avanços na especialização intensiva de ofícios, como alfaiataria, costura, bordado e sapataria. Já nas artes gráficas, tem-se o advento da tipografia, com o desenvolvimento dos tipos móveis, cuja origem remonta às matrizes de madeira utilizadas pelos chineses, de onde resultou a especialização dos “homens tipográficos” (MCLUHAN, 1977), que a seu modo reinventavam a escrita e a comunicação, além de seu ofício relativo à produção livresca – registrado nas ilustrações xilográficas produzidas por Jost Amman para o “*Ständbuch*” ou Livro de Ofícios (MEGGS, PURVIS, 2009), publicado em 1568, que também se dedica ao registro da prática da alfaiataria. Tais sujeitos produtores são retratados de forma lúdica pelo francês Nicolas de Larmessin II (1638-1694), nas obras “As Roupas de um Impressor de Letras”, “As Roupas de um Sapateiro” e “As Roupas de um Costureiro” (Figura 1), que constituem parte de um conjunto de xilogravuras intitulado “*Les costumes grotesques et les metiers*”, onde os instrumentos e aparatos são incorporados às vestimentas como uma representação da extensão do corpo e de suas funções.

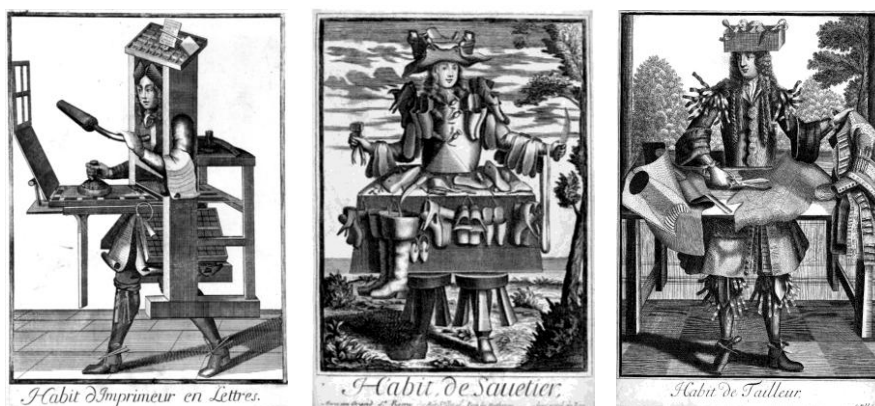


Figura 1: “*Les costumes grotesques et les metiers*”

Disponível em <http://blogs.princeton.edu/graphicarts/2008/08/les_costumes_grotesques.html>
<<http://www.odisea2008.com/2010/08/vestimentas-grotescas-de-oficios-y.html>>. Acesso 12 abr. 2011

Um terceiro aspecto diz respeito à valorização do presente e do novo², princípio motor da moda, que acarretaria em mudanças contínuas tanto no vestuário como no desenvolvimento da escrita/tipografia, vide a renovação dos estilos dos caracteres tipográficos ao longo da história (manuscritos, góticos, serifados, não serifados, egípcios e decorativos, experimentais, digitais etc), o que evidenciaria e “espelharia a evolução contínua das originalidades discursivas humanas”, como sugere Paiva (2010, p.53). Isto se considerarmos, entretanto, que as influências de ordem artística, estética e/ou cultural de determinados contextos históricos orientariam a construção deste novo, além do próprio desenho das letras.

Para Barthes (2009, p. 68), a escrita e a tipografia seriam “*sobre-determinadas*: parecem submissas ao mesmo tempo a causas materiais e a motivações espirituais, unindo-se ao estilo de uma determinada época”. Bodoni (*apud* HEITLINGER, 2009), em “As quatro fontes da beleza de um caractere”, do Prefácio do *Manuale Tipográfico* (1818), já fazia referência à moda como vetor determinante na produção dos caracteres tipográficos: para o tipógrafo italiano, o espírito da nação, do tempo (*Zeitgeist*) e o bom gosto seriam considerados um dos quatro fatores que pautariam a escolha e a criação dos tipos, sendo que “a moda reina na escrita como em todas as coisas, impondo-lhe regras, razoáveis ou não”, e que, “se não houver nenhum motivo melhor e a se a moda nos deixar livres, o bom gosto irá orientado pela simplicidade” (BODONI *apud* HEITLINGER, 2009, p. 107).

Nessa discussão destacamos também as relações essenciais entre a noção de individualidade e a moda, representadas pelo surgimento de uma cultura hedonista e individualista, com a forte valorização do *eu* e de uma “estética autônoma” (LIPOVETSKY, 2009, p.30) – que determinariam as práticas do *vestir* e a preocupação com a constituição da aparência, além das práticas relativas à *escrita*, ao consumo e ao acesso individual à produção livresca/tipográfica, observando-se aí os processos de leitura. Leitura que, para Chartier (1998, p.26), constitui-se como o “signo de uma identidade”, ao ser encarnada em gestos, com o engajamento do corpo, inscrita em determinados espaços e hábitos, pressupondo a presença de diferentes competências, normas e convenções, de suportes que materializam e constroem seus conteúdos, além das práticas subjetivas, individuais ou coletivas dos leitores.

Dentre tais práticas, destacamos aquela expressa por Maquiavel que, em uma carta de 10 de dezembro de 1513 destinada a Francesco Vettori, sugere o uso de vestimentas distintas de acordo com o tipo de obra e o ambiente no qual é lida:

Saindo do bosque, vou a uma fonte e de lá a um viveiro de pássaros. Levo comigo um livro embaixo do braço, de Dante ou Petrarca, ou de um desses poetas menores [...]. Em seguida, ganho a longa estrada: entretenho-me com os que passam, peço notícias de seu país, imagino tantas coisas, observo a variedade de gosto e a diversidade de caprichos dos homens [...]. A noite cai, retorno aos meus aposentos. Entro em meu quarto e, já na soleira, despojo-me do hábito de todo dia, coberto de lodo e lama, para vestir os mantos da realeza e do pontificado; assim, adornado com todo o respeito, entro

Para Svendsen (2010) a tradicional *lógica de substituição* da moda, na qual algo novo é rapidamente substituído por algo ainda mais novo, foi substituída, desde 1960, por uma *lógica de suplementação*, na qual todas as tendências são recicláveis e coexistem.

nas cortes antigas dos homens da Antiguidade [...]”(MAQUIAVEL apud GRAFTON in CHARTIER e CAVALLO, 1999, p.5).

Ademais, destacamos outros objetos e práticas que evidenciam a tomada de consciência da identidade, como o aparecimento da *autobiografia* e do (*auto*)*retrato*; das Crônicas e Memórias “cuja preocupação de marcar a identidade daquele que fala aparece numa fórmula canônica: Eu, seguido de nome, sobrenome e qualidade daquele que fala” (RÉGNIER-BOHLER apud LIPOVETSKY, 2009, p.67)³; e das obras poéticas, nas quais “intensificaram-se as confidências íntimas, a expressão dos impulsos do eu, instantes vividos, lembranças pessoais” (LIPOVETSKY, 2009, p.67) – marcas da autoria e do resgate da figura do autor.

Resgatamos, ainda, os *girdlebooks* ou livros-cinto (Figura 2), objetos presos à cintura dos monges, clérigos e nobres, através de tiras de couro ou correntes, que também constituíam suas capas e encadernação, ricamente produzidas. Utilizados entre os séculos XIII e XVI como forma de declaração da riqueza, posição social e alfabetização, tais livros, elementos sagrados, com valor material e simbólico, eram ocultados e protegidos sob as vestes dos sujeitos.



Figura 2: *Girdlebooks*

Disponível em <http://www.allaboutgemstones.com/jewelry_history_renaissance.html>. Acesso 15 abr. 2011

Ao considerarmos tal perspectiva relativa à expressão da subjetividade, ressaltamos que, embora os profissionais da moda tenham permanecido no anonimato, ao longo dos séculos, muitos *personagens* destacaram e multiplicaram-se: nobres e soberanos, “árbitros e ministros da elegância [...]”, grandes senhores capazes de lançar modas, às quais por vezes estavam ligadas a seus nomes próprios: sapatos à Pompignan, esporas à Guise, penteado à Sevigné” (LIPOVETSKY, 2009, p.51). Além disso, destacamos a prática das mulheres inglesas que, durante o século XVII, escreviam com a agulha sobre os tecidos “as letras do alfabeto, os números, uma oração e, às

³ Dentre tais obras, Lipovetsky destaca as crônicas sobre o vestir, a memória (infância) e o afeto, de Zimmern, Konrad Pellikan de Ruffach e, no século XVI, de Matthäus Schwarz – considerado o primeiro “historiador do vestuário” (LIPOVETSKY, 2009, p.32-33). A partir do mesmo século, tem-se também a publicação dos *livros de costume* (MACKRELL, 1997) que discorriam sobre os trajes e seus usos – como observado na obra de Cesare Vecellio, “*De Gli Habiti Antichi et Moderni di Diuerse Parti del Mondo*”, impressa em Veneza em 1590.

vezes, um texto curto”, produzindo os “*samplers*”⁴ – que, em geral, “indicavam o nome daquele que o bordou, a data do trabalho e, eventualmente, o nome daquela a quem a peça foi dedicada: mãe, tia, amiga” (CHARTIER, 2009, p. 244). Por outro lado, se observarmos a cultura impressa, observamos que as obras dos tipógrafos/editores já compunham marcas identificadas pelo *sujeito-produtor* e por seus brasões/nomes familiares, conforme evidenciado por seus selos: Jenson, Manutius, Garamond, Bodoni, impressores do clã Elsevier e Didot, dentre outros. Ademais, outro elemento gráfico que dá a ver a identidade do sujeito se refere ao *ex-libris*, marca decorativa, impressa nos livros, que indica o proprietário da obra/leitor.

...

Apropriando-se das palavras de Lipovetsky (2009), Baldini (2006, p.34-35) também sugere que “a moda é fruto do amadurecimento da afirmação do eu, da valorização social do indivíduo, da sua personalidade”, relacionando, contudo, sua origem ao nascimento da cultura escrita e não da impressa, necessariamente, e, sua manifestação inicial nos penteados femininos, ao invés das roupas. Para Baldini (2006, p.34), o nascimento do eu seria o resultado da interiorização da escrita, na antiguidade, uma vez que “as reflexões modernas sobre o eu e sobre a autoconsciência são ignoradas pelas culturais orais”. Para o autor, os analfabetos seriam incapazes de fazer uma autoanálise articulada, de sair do pensamento concreto, de isolar o seu eu das experiências vividas, sendo que o conceito do eu só nasceria a partir do momento em que a “linguagem passou a ser separada visualmente pela pessoa que a pronunciava”, obtendo maior “relevo” – fato originado no período grego/socrático e desenvolvido a partir da invenção gutenberguiana, quando “a leitura de cariz público tornou-se essencialmente privada e o caráter portátil do livro aumentou visivelmente o novo culto do individualismo, fornecendo alguns dos instrumentos essenciais para sua completa realização” (BALDINI, 2006, p.35). Para o pesquisador italiano, “a moda não só seria filha da sociedade aberta, mas também do alfabeto grego e da imprensa de Gutenberg” (BALDINI, 2006, p.35), sendo que a moda não poderia nascer nas culturas que desconhecem a escrita, pois essas seriam conservadoras e tradicionalistas, tribais, avançando “lenta e insensivelmente como os glaciares”, não sendo favoráveis às novidades; pelo contrário, “estas são vistas com desconfiança e, muitas vezes, hostilizadas”, em contraponto às sociedades letradas, que tendem a “avançar como torrentes na planície” (BALDINI, 2006, p.35).

Nesta discussão observamos ainda que, como a moda, o conceito de estilo também é relacionado ao ato e às materialidades da escrita, para além do ato de subjetivação do indivíduo. Para Cidreira (2005, p.117) o termo estilo origina-se da palavra latina *stilus*, relativa à haste de ferro, osso ou madeira, pontiaguda de um lado e espatulada de outro, empregada durante a Antiguidade e a Idade Média para traçar caracteres sobre as superfícies das tabuletas de cera. Ao longo do tempo, explica a autora, o termo passou a

⁴ O *sampler*, afirma Chartier (2007, p.244), permite “a afirmação de uma identidade feminina que não tem ainda o espaço para se fazer reconhecer e fundamenta as cumplicidades entre as moças que bordam juntas”. Tal prática é também conhecida como “voz da naveta” ou “linguagem da agulha” (JONES; STALLYBRASS *apud* CHARTIER, 2007, p. 243).

representar o modo como cada sujeito se expressa e singulariza (evidenciando traços identitários que resultam em uma assinatura); além de expressar uma qualidade, de alguém ou de algo, que apresenta característica estética original: “[e]stilizar, portanto, pode ser interpretado como um ato de afirmação; uma maneira de singularizar um indivíduo, uma obra ou uma época, laborando a sua forma de apresentação, a sua aparência” (CIDREIRA, 2005, p. 118).

Considerando-se a materialidade da escrita, relativa a tais instrumentos (*stilus* e tabuletas), convém ressaltar a efemeridade desses escritos produzidos, que “não são feitos para durar” (CHARTIER, 2007, p.18), já que “destinados a ser apagados”, assim que fossem transcritos para outros suportes, como o pergaminho, ou se tornassem inúteis. Chartier (2007, p.19) ressalta que tanto Baudri de Bourgueil quanto Cervantes, seja em suas obras ou nos processos de escrita e edição, associaram intimamente “a escrita à memória e ao esquecimento, como se toda a inscrição pudesse ou devesse ser apagada, como se a escrita se esforçasse sempre para conjurar a própria fragilidade” (CHARTIER, 2007, p.19)⁵ – aspecto que poderia ser associado à efemeridade da moda.

...

Propomos aqui uma reflexão sobre algumas relações recíprocas que podem ser construídas em torno da moda e da cultura do impresso, em sua origem, procurando evidenciar que a trajetória da moda acompanha a trajetória do impresso – senão da escrita, como sugere Baldini (2006). Parece-nos apropriado propor que as roupas e as vestimentas estão para a moda assim como os sistemas da escrita e as letras estão para a tipografia: ambas (moda e tipografia) podem ser localizadas em contextos semelhantes na história, sendo que falar sobre roupas não implica necessariamente em falar sobre moda; bem como falar sobre letras e sobre os sistemas da escrita não necessariamente implica em falar sobre a tipografia. Todavia, o inverso não é verdadeiro, pois falar sobre moda implica em falar sobre roupas, vestimentas e outros objetos quaisquer, bem como falar sobre tipografia implica falar sobre letras e escritas, mas também sobre o processo de impressão. Fato é que, na definição de seus objetos, a moda atualiza e resgata as roupas de outrora, do passado mais remoto, bem como a tipografia resgata as letras (além dos símbolos e sinais), anteriormente produzidos, dando nova roupagem a tais elementos gráficos, constituintes da cultura visual.

Pandoras, *costume plates* ou *fashion plates*, livros de costume, jornais e revistas: na história, poderíamos observar, ainda, a circulação concomitante de diferentes objetos comunicacionais e midiáticos⁶ apropriados pelos sujeitos para a difusão da moda, reconhecendo que “desde o final do século XIV, as

⁵ Ao resgatar diferentes metáforas que designam a escrita, Chartier (2007) evidencia aquela relativa à produção do texto (sua composição e publicação) associada ao desenho, à produção e à venda de tecidos, escrita por Goldoni em sua última comédia veneziana, *Une dele ultime sere di Carnovale*, na qual o autor propõe “uma figura original e melancólica, masculina e manufatureira, das proximidades metafóricas ou materiais que desde os antigos associam texto e têxtil” (JONES; STALLYBRASS apud CHARTIER, 2007, p.20).

⁶ Sobre a evolução dos meios de comunicação relacionados à moda ver: CALZA, Márton. Mídia e Moda: Trajetória em Revista. Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), realizado em Recife – PE, de 02 a 06 de setembro de 2011.

fantasias, as reviravoltas, as novidades multiplicaram-se muito rapidamente e em seguida jamais cessaram de ser livre curso nos círculos mundanos” (LIPOVETSKY, 2009, p.32). Frutos da cultura impressa, tais objetos impregnaram-se da febre do novo que, de certo modo, passou a influenciar a publicação de seus conteúdos (*periodização*), sendo condicionados à lógica marcadamente efêmera da moda – instigante questão que, juntamente com a reflexão acima proposta, configura nossos interesses de pesquisa, considerando-se que não tivemos aqui pretensões de esgotamento dessa proposta.

Referências

- BALDINI, Massimo. *A Invenção da moda: as teorias, os estilistas, a história*. Lisboa: Ed.70, 2006.
- BARTHES, Roland. *O prazer do texto precedido de variações sobre a escrita*. Lisboa: Ed.70, 2009.
- CHARTIER, Roger. *História Cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: Difel, 1990.
- _____. *Inscrever e Apagar: cultura escrita e literatura, séculos XI-XVIII*. São Paulo: Editora UNESP, 2007.
- _____. *A Ordem dos Livros. Leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. Brasília: Ed.UNB, 1998.
- CHARTIER, Roger; CAVALLLO, Guglielmo. *História da leitura no mundo ocidental 2*. São Paulo: Ática, 1999.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. *Os Sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura*. São Paulo: Annablume, 2005.
- CUMMING, Valerie. *Understanding Fashion History*. Batsford: London, 2004.
- DEJEAN, Joan. *A Essência do Estilo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.
- HEITLINGER, Paulo. *Tipografia: Origens, Formas e Uso das Letras*. Lisboa: Dinalivro, 2006.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.
- MALFITANO, Alberto. O jornalismo de moda: aplicações no campo histórico. In: SORCINELLI, Paolo. *Estudar a Moda*. Corpos, vestuários, estratégias. São Paulo: SENAC, 2008.
- MCLUHAN, Marshall. *A galáxia de Gutenberg*. São Paulo: Ed.Nacional, 1977.
- MACKRELL, Alice. *An Illustrated History of Fashion: 500 Years of Fashion Illustration*. Nova York: Costume & Fashion Press, 1997
- MEGGS, Philip; PURVIS, Alston. *História do design gráfico*. São Paulo: CosacNaify, 2009.
- MESQUITA, Cristiane. *Moda Contemporânea: quatro ou cinco reflexões possíveis*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
- MOURA, Mônica. A moda entre a arte e o design. In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). *Design de moda: olhares diversos*. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008.

NOVELLI, Daniela. O Periódico de Moda como fonte e objeto da pesquisa histórica. In: BONADIO, Maria Cláudia; MATTOS, Maria de Fátima. *História e Cultura de Moda*. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2011.

PAIVA, Ana Paula Matias de. *A Aventura do Livro Experimental*. Belo Horizonte: Autêntica; São Paulo: Edusp, 2010.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. *A cidade e a Moda: novas pretensões, novas distinções*. Brasília: UnB, 2002.

ROCHE, Daniel. *A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)*. São Paulo: SENAC São Paulo, 2007.

SVENDSEN, Lars. *Moda uma Filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.