

Objetos de moda: uma proposta de expansão de suas memórias.

Fashion objects: a proposal to expand its memories.

Rafaela Norogrando¹

www.rafaela.norogrando.wordpress.com

ID+ Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura | Universidade de Aveiro – Portugal

Resumo

Este artigo propõe soluções para o registro patrimonial de objetos de moda e design. Adota como base de análise as informações disponibilizadas por museus em suas plataformas na web, sendo que centra-se nas análises feitas a 33 websites institucionais, indicações de casos referenciais pelo Prêmio *Museum and Web* e critérios levantados pela especificação do tema: Moda. Como resultado é fornecido um guião estrutural para o registro dos objetos da cultura material indumentária, o qual também impõem uma reflexão sobre as narrativas que são feitas da História da Moda e do Design como um todo.

Palavras-chave: catálogo de coleção, informação patrimonial, websites de museus, construção cultural.

Abstract

This paper proposes solutions for the registration of fashion and design objects as a cultural heritage.

Adopts the analysis based on the information provided by museums in their platforms on the web, and focuses on the analysis made 33 institutional websites, indications of reference cases by the Museum and Web Awards and other questions focused on the theme: Fashion.

As a result is provided a structural script for the registration of the clothing material culture objects, which also impose a reflection on the narratives that are made of the History of Fashion and Design as a whole.

Key words: collection catalogue, heritage information, museums websites, cultural construction.

INTRODUÇÃO e METODOLOGIA

Este artigo trata das informações prestadas em websites de museus de moda/traje² sobre os seus acervos patrimoniais. Centra-se na resolução dos

¹ Doutora em Design (U. de Aveiro), Mestre em Antropologia Social e Cultural (U. de Coimbra), Tecnóloga em Moda e Estilo (U. de Caxias do Sul). Durante 9 anos atuou exclusivamente como designer da Grendene.

² Moda/Traje – Faz-se uso das duas palavras não para induzir que sejam sinônimos, mas pela necessidade de contemplar no discurso as suas diferenças. Além disso, o uso de ambos os

dados disponibilizados em Catálogos de Coleções a fim de ampliar a estrutura de conhecimento que é feita sobre os objetos de moda.

Para a estruturação do conteúdo que aqui é desenvolvido adotou-se como base as informações e análises já publicados em Norogrande e Mota (2014), as quais foram feitas por uma metodologia específica ao problema levantado e conforme diretrizes traçadas por Pedro (2009), Goldman e Wadman (2002) e de Blas et al. (2002), além de dados reconhecidos pelo prêmio anual promovido pelo *Museum and the Web: The Best of the Web*. Os autores fizeram a coleta de dados a 33 museus dedicados ao tema entre 20 e 25 de Agosto de 2013 e atualizaram as informações em 22 e 26 de Junho de 2014 – conforme consta a totalidade de museus investigados foi a máxima possível de análise na época. É pertinente considerar que no meio web as informações estão em constante mudança, no entanto, o recorte feito ainda é relevante para o desenvolvimento de novas análises e mesmo significativo como uma base para a verificação do desenvolvimento das informações prestadas, já que o trabalho de Norogrande e Mota (2014) é inédito.

Com o intuito de solucionar algumas das problemáticas levantadas pelos autores este artigo centra-se na exposição de uma proposta de registro patrimonial de objetos de moda como uma das resoluções desenvolvidas para o alargamento da informação sobre a área e na revisão da construção cultural sobre a História da Moda e do Design.

É pertinente considerar que a validação de questões e resoluções foram feitas principalmente pelo olhar do designer como antropólogo no estudo desses objetos e o que aqui se apresenta é um recorte dos muitos resultados obtidos na formulação da tese de doutorado da autora.

WEBSITES de MUSEUS

Ao comparar os websites institucionais, pode-se classificar o acesso às coleções patrimoniais por dois conceitos de vinculação online: Catálogo de

termos, conjugados em alguns momentos, é relevante em consideração aos nomes institucionais dos museus, pois alguns posicionam-se exclusivamente por Museu de Moda (*Fashion*), outros por Museu de Traje (*Costume*), e ainda, há aqueles que fazem uso dos dois termos. No título optou-se por moda em detrimento do traje devido ao foco do trabalho que contempla questões relacionadas ao universo da moda (como fenômeno socioeconômico) e ao apelo do conceito aos estudos e teorias da história do design por uma visão contemporânea.

Coleção e Exposição Narrativa – a qual pode variar em três abordagens: Exposição Permanente, Temporária e Atividades on-line.

Este artigo aborda somente as informações fornecidas em Catálogos de Coleção de moda/traje dos websites de museus.

Catálogo de Coleção

Ao rastrear as atividades dos museus em suas próprias plataformas constata-se que alguns destacam-se na utilização deste meio de comunicação para com os públicos, tal como Metropolitan Museum of Art (USA) e Victoria and Albert Museum (UK) que já foram destaque no “The Best of the Web” do Museum and Web (2010, 2012, 2013). No entanto, outros museus, menores e até menos representativos, também proporcionam significativos exemplos de exploração do recurso virtual.

Com relação exclusivamente às informações prestadas pelo acesso ao Catálogo de Coleções dos museus investigados, Norogrande e Mota (2014) discriminaram uma base de dados padrão e uma base de dados complementar utilizada somente por alguns dos museus:

Tabela 1:
Dados de informação em Catálogos de Coleções de Museus na Web.

PADRÃO ESTRUTURAL:	PARTICULARIDADES:
nº de inventário	dimensões
nome	tipo de produção
categoria/ tipologia	localização/ situação expositiva
datação	exposições
técnica/ material	informações relacionadas
produção/ origem	copyright
autor/ marca	login - <i>bookmarking</i> e coleções digitais
incorporação/ doação/ crédito	partilha
descrição	
imagens	

Com base nas informações de Norogrande e Mota (2014) e por um esquema reflexivo – no qual profissionais, usuários, processos e emoções vinculados aos objetos de moda são considerados no registro das memórias dos objetos de design – foi realizada uma verificação do que vem sendo

apresentado e do que mais poderia ser considerado a corroborar para uma expansão das narrativas sobre a história da cultura material de moda. Para tanto, também são tomados como referência os questionamentos e reflexões assumidos nas últimas décadas pela nova museologia³ (Vergo 1989) e as novas diretrizes adotadas para a valorização do patrimônio cultural imaterial/intangível. Além disso, o ponto de vista utilizado corresponde ao do designer para com o objeto, a contribuir para a concordância entre as informações sobre tal objeto e a disciplina que o concebe e produz e não somente por uma visão posterior a esse processo ou a vida útil do objeto.

A Tabela 2 foi construída com base em alterações na base de dados da Tabela 1 no sentido de fornecer um guião estrutural com maior especificidade e direcionado a objetos da cultura material de moda.

Tabela 2: Base de dados para fichas de cadastro: catálogo de Coleções.

DADOS BÁSICOS	DADOS ESPECÍFICOS	DADOS ALARGADOS	DADOS DE PARTILHA
nº de inventário	tipo de produção *	motivo de inventário	copyright
nome	técnica/ material *	declarações pessoais declarações profissionais	login - <i>bookmarking</i> e coleções digitais
categoria/ tipologia	descrição	inf. relacionadas	partilha direta
datação	dimensões/peso	exposições	
produção/ origem	Cp C B Ct Q M C P C L C AS AC	nome sinopse objetos data imagens	
autor/ marca *	imagens	localização/ situação expositiva	
	F C L 45° S/I D R DT M LO		

**estas categorias de informação podem ter links de acesso a um repositório de termos específicos ou links externos.*

Dimensões: Cp: comprimento; C: cintura; B: busto; Ct: costas;
 Q: quadril; M: manga; C: circunferência (saia); P: peso
 C: comprimento; L: largura; C: circunferência;
 AS: altura de salto; AC: altura de cano;

Imagens: F: Frente, C: costas, L: laterais, 45°: ângulo, S: superior,
 I: Inferior (quando isso faz sentido, como no caso de acessórios) D: detalhes,
 R: reverso do objeto, DT: desenho técnico, M: modelagem, LO: Lay-out

³ “Nova museologia”: segundo definição de Peter Vergo (1989) seria a nova abordagem de estudo a instituições museológicas como instituição social com propósitos políticos, econômicos e sociais e não somente de coleta, estudo e conservação de objetos.

Entendeu-se por “dados básicos”: *nome do objeto, número de inventário, categoria/tipologia, datação, produção/origem e autor/marca*. Estas informações estão denominadas conforme as fichas cadastrais – detalhadas por Norogrande e Mota (2014).

Como “dados específicos” foram relacionadas particularidades do objeto, tais como: *tipo de produção, técnica/material, descrição, dimensões/peso e imagens* – com atenção especial a estes dois últimos itens.

O primeiro item – “dimensões/peso” – diz respeito não somente a dimensão do objeto, mas busca detalhá-lo de maneira profissional, por meio de informações sobre as suas proporções técnicas. O “peso” é acrescido como uma componente de registro, já que em muitos casos este pode ser revelador de dados pertinentes para algumas investigações e para o percurso histórico dos objetos. Segundo Norogrande e Mota (2014) esses dados são pouco explorados (ou não explorados), entretanto, são relevantes para o estudo desses objetos por suas proporções e relações, tais como as características físicas das pessoas que os vestiam.

Com relação ao segundo item – “imagens” – é pertinente salientar a importância sobre o tipo de imagem requerida pelos os objetos tridimensionais. Neste âmbito, entende-se que os objetos de moda não são visíveis somente por dois ou três ângulos, o que significa que, por vezes, o olhar por entre telas ou pelo avesso das roupas pode revelar mais do que a sua materialidade intacta e imóvel. Neste sentido, as estruturas de um espartilho ou a engenharia têxtil aplicada a estrutura de um blazer são inegavelmente o grande diferencial destas peças de roupa em comparação com outras. Como exemplo relacionado à história da moda, a eliminação do forro dos casacos masculinos por Giorgio Armani consistiu na alteração que fez destas peças um produto diferenciado e não seu aspecto exterior. Esta alteração na estrutura interna da roupa proporcionou o surgimento de novas perspectivas e conceitos no universo da moda masculina, ou seja, é o avesso destes objetos que tem relevância histórica e não a sua superfície externa.

Outra imagem bastante relevante para a compreensão de alguns objetos indumentários, (bem como para o entendimento de algumas características do trabalho de renomados designers de moda) consiste na

planificação do mesmo através do reconhecimento da sua modelagem. Alguns exemplos sobre este aspecto podem ser representados por alguns trabalhos de Rei Kawakubo para a Comme des Garçons, a premiada coleção 132.5 de Issey Miyake (Design Museum 2012), os vestidos de Madeleine Vionnet, entre outros. Este tipo de abordagem também evidencia a fase projetual. Neste sentido, tem-se o exemplo de projetos que partem diretamente do tecido para a sua tridimensionalidade e outros consistem em uma evolução de layouts – principalmente os que requerem alguma engenharia específica ou detalhamentos para sua produção. O registro desse processo construtivo também faz parte da história dos objetos e do Design.

Grande parte dos museus avaliados apresentam uma coleção documental desse trabalho. No entanto, é raro encontrar esse tipo de especificação nas fichas de catálogo, até mesmo porque nem sempre o objeto que se tem em acervo corresponde aos layouts do mesmo autor. Um exemplo evidente sobre a importância do processo no desenvolvimento de um produto é representado pela aquisição feita em 2014 pelo MoMA: um vestido concebido através de impressão 3D. O museu inventariou a roupa e o vídeo conceitual do processo de desenvolvimento desse produto e além disso, juntou ao inventário um aplicativo (para tablets e smartphones) que foi concebido para a produção de novos padrões e modelagens do respectivo vestido (Howarth 2014). É somente pela visualização do vídeo que é possível perceber a inovação e os desafios superados para a materialização do conceito 3D em um objeto necessariamente maleável, entre outras particularidades. Desta forma, fica claro que o objeto tem o seu valor como produto não somente por sua materialidade, mas também pelo design como processo de criação e desenvolvimento projetual. Há outros exemplos que confirmam a importância desta relação entre o objeto e seus contextos, desde sua concepção à sua divulgação. Nesta linha, por uma abordagem mais alargada da atuação do designer na compreensão de que design de moda vai além de um croqui, o MoMu tem o cuidado de inventariar o objeto e toda a documentação que o envolve: layouts, material de divulgação, convites, vídeos de desfiles, etc. (Pecorari 2014).

Os “dados alargados” da Tabela 2 referem-se a informações sobre o

objeto que ultrapassam o que é captado em sua materialidade. Desta maneira foram indicados os seguintes itens como forma de complementar a visão sobre o objeto: *motivo de inventário, declarações pessoais, declarações de profissionais, outras informações relacionadas, exposições em que esteve presente e a sua situação expositiva/localização.*

As políticas de inventário têm grande importância neste contexto já que constituem o guia estrutural da formação da coleção patrimonial. Ao definir o que inventariar, uma série de informações e conceitos são ou não validados pelo museu. Isto ganha notoriedade e perenidade, o que inevitavelmente incide de maneira prática sobre as possibilidades narrativas vinculadas a exposições realizadas com o acervo do museu. Estas escolhas são importantes em relação à missão da instituição, mas isso não se traduz necessariamente em termos de abrangência sobre a história da moda, do traje, do design ou outra abordagem. Por isso, a definição de tópicos quanto ao motivo dado para o inventário de um objeto é relevante para a sua memória enquanto objeto patrimonial. Alguns objetos podem ser inventariados por motivos puramente imateriais, o que, em análise à maioria das fichas apresentadas nos catálogos de busca, seria completamente sublimado, pois não há espaço estrutural para a indexação deste tipo de informação. Como exemplo, o MT-CIPE possui coleções da Zara em seu acervo, não por suas características materiais, mas principalmente – conforme averiguado em entrevista com Juan Gutiérrez do Dep. De Difusão – por sua representatividade no mercado de moda, ou seja, esses objetos fazem parte do acervo patrimonial pelo contexto imaterial que representam: estratégias empresariais, táticas de logística, produção e varejo (retalho) de moda e o consumo no contexto contemporâneo.

Como estudar objetos? Como estudar objetos de moda? Isso parte da premissa de quem conta a história deste objeto e também para quem esta história é contada. Há diversas relações que podem ser feitas sobre um mesmo objeto, o que oferece perspectivas variadas de como apresentá-lo. Uma das relações existentes é entre o objeto e seu usuário, ou seja, a forte relação emocional que impulsiona boa parte dos ciclos da moda e que tem um forte apelo na vida das pessoas frente a sua imagem. Entretanto, isso tudo é completamente relegado a lembranças pessoais e privadas, pois não há

espaço para este tópico nas estruturas de registro patrimonial. Por vezes, fotografias ou outros documentos que fazem o registro conjugado da existência do objeto são vinculados ao mesmo, no entanto, é rara a referência a informações pessoais relacionadas.

É pertinente admitir que nem todos os objetos em uma coleção patrimonial tem o potencial de suscitar declarações pessoais significativas, pois, mesmo no armário de uma pessoa, nem todas as roupas instigam emoções e sentimentos para além de necessidades físicas e práticas do vestir. No entanto, por ser esta uma abordagem recente – impulsionada pelo movimento de salvaguarda da cultura imaterial – a voz das pessoas, suas lembranças e emoções devem ser respaldadas.

Quando as fichas também dispõem de espaços para a inserção de comentários dos usuários, favorecem a relação com o objeto em sua função⁴, e proporcionam relevância a uma vivência mais humanista (sentimentos e emoções) desta relação, tal como ocorre na questão autoral. Desta maneira, emerge como problemática a pertinência da inserção de um espaço para o registro deste tipo de narrativa com relação à cultura material de moda, o que também força uma abertura do conceito de preservação da história da moda para além da disseminação mercadológica e eurocentrista.

A inclusão de outras histórias sobre os objetos permite o alargamento da abrangência da história da cultura material de moda. No contexto brasileiro, por exemplo, dada a sua amplitude e diversidade socioeconômica e geocultural, existem particularidades e variações na forma com que as pessoas se representam visualmente (Norogrande 2010). Isso não significa fugir do mercado de moda e migrar a conceitos de indumentária étnica ou folclórica, mas sim incorporar outras leituras e codificações que jamais estariam representadas por peças de autores vinculados a “semanas de moda”. Ou mesmo, como referiu Philipsen (2014, 165) na concepção de uma exposição quando o mesmo objeto foi percebido simbolicamente de maneira distinta – uma camisa polo pode ser conservadora ou transgressora, conforme as

⁴ O termo *função* é aqui empregado em abrangência. Não trata somente de função prática, pela teoria de “forma-função”, mas pela função que tem para pessoas na abrangência desta relação. Ou seja, pode ser a função de vestir por razão termofísica, mas também cerimonial, emocional, etc.

referências do espectador.

Por outro lado, as fichas de catálogo de coleção também não dispõem de um espaço para as “declarações de profissionais” envolvidos com o objeto, o que, em se tratando de objetos de design, representa a perda de uma parcela de sua história. Esses objetos são valorizados por seus atributos simbólicos de valor autoral, mas não por seus atributos projetuais, o que por vezes consiste no diferencial de alguns objetos ou do trabalho de alguns designers - como é o caso de Alexander McQueen (Bolton 2011) entre outros.

Quando se fala em “desenvolvimento de produto” ou de “produto de moda”, invariavelmente considera-se a existência de um consumidor ou usuário, pois, como já afirmaram alguns estilistas, seus trabalhos não são de artistas⁵ já que entendem que a obra perde o sentido na ausência da pessoa a ser vestida. Isso confirma a importância da concepção do objeto centrada na interação com a pessoa a qual se destina, já que o mesmo faz sentido ou é melhor compreendido a considerar a sua narrativa de intervenção pós-fábrica. Por exemplo, o objeto “Bota Melissa + Gaetano Pesce” (já exibido no MUDE e no Design Museum em 2012) foi idealizado para ser customizado, ou seja, para ser alterado, o que significa que este produto como um objeto imaculado é incompleto em sua narrativa. Outro objeto descontextualizado se desconexo ao usuário é o “Casaco da Brompton”, não em uma relação de customização, mas pela relação com outros objetos da cultura material indumentária aos quais este faz a conexão em uma situação cultural e de estilo de vida urbano. Por esta abordagem as narrativas também se aproximam da vida útil dos objetos, e as declarações pessoais de usuários podem ser compreendidas como parte da história desses objetos, principalmente quando concebidos para situações específicas, tais como ritos de passagem (exemplo: vestido de noiva).

Com esta compreensão e para além dos objetos, as próprias exposições passam também a ser produtos de criação humana e, assim, o seu registro também é pertinente. Além disso, é com este histórico que grande parte dos

⁵ Há também aqueles que já afirmaram exatamente o contrário, como Paul Poiret que autodenominava-se artista (Baudot 1997) em uma clara valorização simbólica de seu trabalho. No entanto, os trabalhos daqueles que não reclamam esse estatuto de artista também podem ser valorizados por esse atributo, mas o que ocorre é que há uma preferência destes em dar destaque à relação com o cliente, em uma valorização centrada no sujeito e não no objeto (ou no mito).

trabalhos de investigação são ampliados e registrados. Desta maneira, a memória do objeto não é somente aquela de sua existência antes do processo patrimonial, mas também aquelas somadas a partir de investigações e narrativas feitas através dele pelo contexto patrimonial. Mesmo assim, apesar da importância da construção de conhecimento neste sentido, a documentação acerca deste tipo de trabalho, acaba por vezes a não ser realizada ou publicada – como também constatou Horsley (2014) no levantamento de dados que fez para a sua investigação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma das vantagens para o pesquisador/internauta na exploração dos catálogos de coleções consiste na sua livre escolha: ele passa a ser o curador na seleção dos objetos. Quando ocorre uma busca ampla por palavras-chaves e não só por autoria ou datação – ou seja, por dados específicos tais como cor, material, técnica – as possibilidades de uma coleta mais diversificada é expandida. Do contrário, somente quem conhece a coleção a fundo poderia fazer este rastreio.

Entretanto, a possibilidade de “curadoria” atribuída ao internauta é um tanto quanto ilusória sem a intermediação de um profissional do museu. Isso ocorre porque a busca a objetos patrimoniais sem as informações de uma pré-investigação cadastral ou a referência a relevantes conexões perde grande parte de seu potencial, já que fica destituída de um conjunto importante de informações – as quais um pesquisador normalmente não tem acesso ou demandaria imenso tempo no estudo e na correlação de dados. Também por este motivo faz-se transparecer a importância das informações correlacionadas aos objetos, como por exemplo relações socioculturais ou mesmo geográficas – conforme cada caso, pois é através desta expansão que os mecanismos de mediação online propiciam uma coleta de dados e estudos mais ricos para uma maior quantidade e diversidade de pessoas.

Acredita-se que a utilização do espaço virtual é um importante recurso para a acessibilidade patrimonial e a transposição de barreiras físicas e temporais. No entanto, este espaço ainda pode ser mais explorado conforme

foi comprovado com as propostas aqui apresentadas, ou ainda, outras que não foram aqui detalhadas.

É pertinente salientar que a resolução aqui proposta pode não ser possível de aplicação a todas as fichas de inventário existentes em um dado museu. No entanto, isto não invalida a relevância dos dados e as questões apresentadas, pois são pertinentes às novas aquisições, ao pensar a curadoria de uma exposição ou à estruturação conceitual e de registro patrimonial de novos museus de moda e design – uma tendência verificada nos últimos anos e que continua a ser objeto de diversos projetos para museus de design, conforme verificado na conferência do ICDHS-2014 (Barbosa e Calvera 2014) e outros contatos com investigadores.

Neste sentido, é importante sublinhar que principalmente no caso de objetos contemporâneos muitas vezes é o contexto imaterial o responsável pela atribuição de valores aos objetos. Além disso, uma visão pelo design e a comunhão de materiais que reflitam o sistema de moda pode contribuir de forma consistente para a construção da história da cultura material – como também defendem Toftegaard (2014), Pecorari (2014), entre outros.

Referências

BARBOSA, Helena; CALVERA, Anna (coord.). 2014. *9th International Committee [on] Design History and Design Studies – ICDHS 2014: Tradition, transition, trajectories: major or minor influentes?* – Aveiro: UA Editora, 2014. 70p. ISBN 978-972-789-422-2. [Disponível em: <http://www.proceedings.blucher.com.br/article-list/icdhs2014-238/list#event>].

BAUDOT, François. 1997. Poiret. London: Thames & Hudson.

BOLTON, Andrew. 2011. Alexander McQueen: Savage Beauty. New York: Metropolitan Museum of Art.

BLAS, (et al.). Evaluating the features of museum websites: (The Bologna Report). Museum and Web Proceedings, 2002.

DESIGN MUSEUM. 2012. Design of the Year. Londres: Design Museum.

GOLDMAN, Kate Haley; WADMAN, Melissa. 2002. There's something happening here, what it is ain't exactly clear. Museum and Web Proceedings, 2002.

HORSLEY, Jeffrey. 2014. "An Incomplete Inventory of Fashion Exhibition Since 1971." In *Exhibition Fashion: Before and After 1971*, editado por Judith Clark e Amy de la Haye, 169-245. Londres, New Haven: Yale.

HOWATH, Dan. 2014. "MoMA acquires '4D-printed' dress" *Dezeen Magazine*. Disponível em <<http://www.dezeen.com/2014/12/09/moma-acquires-first-4d-printed-dress-nervous-system-kinematics/>>, Acesso em 20/12/2014.

MW. Best of the Web Winners 2010. Disponível em <http://www.museumsandtheweb.com/best_web/nominees-2010>, Acesso em 20/07/2013.

- MW. Best of the Web Winners 2012. Disponível em
<http://www.museumsandtheweb.com/mw2012/best_of_the_web_winners>, Acesso em 20/07/2013.
- MW. Best of the Web Winners 2013. Disponível em
<<http://mw2013.museumsandtheweb.com/best-of-the-web-winners/>>, Acesso em 20/07/2013.
- NOROGRANDO, Rafaela; MOATA, João A. MUSEUS de MODA na WEB. Acesso e informações de catálogos online de acervo patrimonial. Revista ModaPalavra, v.7, nº15, Disponível em <<http://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/issue>>.
- NOROGRANDO, Rafaela. 2010. No princípio era a roupa. In Iara - Revista de Moda, Cultura e Arte, v.3, n.3. Disponível em
<<http://www.iararevista.sp.senac.br/index.php?varURL=conteudo.php?varId=143&varEdicao=7>>.
- PEDRO, Alexandra Raquel Fernandes. Os museus e a Web 2.0 : os sítios Web dos museus portugueses, Departamento de Sistemas de Informação, Universidade do Minho, Guimarães. 2009.
- PECORARI, Marco. 2014. "Contemporary fashion history in Museum". In Fashion and Museums: theory and practice, editado por M. R. Melchior, B. Svensson, 46-60. London, New York: Bloomsbury Academic.
- PHILIPSEN, Ingeborg. 2014. "Engaging the public in issues of dress and identity: a case study of Amagermuseet in Denmark". In Fashion and Museums: theory and practice, editado por M. R. Melchior, B. Svensson, 152-167. London, New York: Bloomsbury Academic.
- TOFTEGAARD, Kirsten. 2014. "Collecting practice: Designmuseum Danmark". In Fashion and Museums: theory and practice, editado por M. R. Melchior, B. Svensson, 139-151. London, New York: Bloomsbury Academic.
- VERGON, Peter. 1989. The New Museology. London: Reaktion Books.