

MODA, MEMÓRIA E AFETO: OS CASOS CHANEL E HUGO BOSS

Fashion, memory and affection: Cases Chanel and Hugo Boss

Renata Pitombo Cidreira (Universidade Federal do Recôncavo da Bahia)
pitomboc@yahoo.com.br

Resumo: Este texto procura reforçar a dimensão relativa à memória presente no universo da moda, em que os agentes produtivos se tornam temas de narrativas instigantes, revelando o intenso entrelaçamento entre a moda, a vida em sociedade, e seus aspectos políticos e econômicos. Através da análise de um dos aspectos da vida pessoal de Coco Chanel e Hugo Boss, evidencia-se a capacidade histórica, a potência comunicacional, a dimensão valorativa e os aspectos afetivos da moda.

Palavras-chave: Moda, memória, afeto.

Abstract: This text seeks to strengthen memory in fashion world, in which the productive agents become themes of compelling narratives, revealing the intense blending of fashion, life in society and their political and economic aspects. Through the analysis of one aspect of Coco Chanel's and Hugo Boss's personal lives, the text highlights the historical capacity, the communication power, the values dimension and the affective aspect of fashion.

Keywords: Fashion, memory, affection.

1. Introdução

A roupa assume na sociedade contemporânea uma dimensão ímpar, é um atributo que reintegra e relaciona práticas sociais, conformando formas de comunicabilidade. Expressa os valores de uma cultura, como também revela em essência os indivíduos que dela se apropriam e/ou são por ela acolhidos. Concebida como uma extensão do homem, a roupa, essa segunda pele (de acordo com as formulações de McLuhan, em obra de 1964), exterioriza formas sociais, mas também deflagra dinâmicas intimistas e valorativas dos indivíduos.

As roupas, bem como os personagens que conformam a cena da moda, carregam histórias, valores e memórias. Muitas vezes, os criadores, os estilistas e até mesmo alguns consumidores singulares tornam-se alvo de narrativas, e revelam instâncias de confronto da moda com momentos históricos contundentes. A ideia deste texto é reforçar essa dimensão relativa à memória presente no universo da moda, em que os agentes produtivos se tornam temas de narrativas instigantes, revelando o intenso entrelaçamento entre a moda, a

vida em sociedade, e seus aspectos políticos e econômicos.

Para tanto, será analisado um texto veiculado no Jornal Folha de São Paulo, escrito por Pedro Diniz¹, em dezembro de 2014, cujo tema se concentra na vida pessoal de dois grandes estilistas do mundo da moda: Coco Chanel e Hugo Boss, explorando a relação dos mesmos com o movimento nazista, num exercício de resgate histórico e cultural. Para compreender de que modo a narrativa do jornalista afeta seus leitores, supostamente integrantes de uma comunidade de receptores que conhecem o mundo da moda e suas vicissitudes, utilizaremos um aporte conceitual da estética da recepção, através dos trabalhos de três autores: Hans-Robert Jauss (1994, 2002), Wolfgang Iser (1996, 1999) e Paul Ricoeur (1997).

Jauss (1994, 2002) privilegiou o leitor nos estudos literários, introduzindo noções como *o princípio da história do efeito* e *o horizonte de expectativa*. Iser (1996, 1999) insistiu na dimensão eventiva do texto que desestabiliza o receptor, batizando esse processo de 'efeito estético'. Ricoeur (1997), por sua vez, desenvolveu uma crítica do sentido e da interpretação, focalizando as relações entre o tempo da narrativa e o da vida e da ação afetiva, elaborando noções como *repertório do familiar* e *estratégia de desfamiliarização*, *realidade do passado* e *irrealidade da ficção*.

2. A memória em perspectiva

Segundo as observações do historiador Jacques Le Goff (1990), psicanalistas e psicólogos insistem em afirmar que tanto na âmbito da recordação, quanto do esquecimento, é determinante o mecanismo das manipulações conscientes ou inconscientes que o interesse, a afetividade, o desejo, a inibição, ou mesmo a censura exercem sobre a memória individual (p. 368). Ao recordar, sobretudo, reorientamos sentidos, ressignificamos sentimentos e novas narrativas são, então, constituídas. Com efeito, ao ler sobre o passado de Coco Chanel e Hugo Boss, rememoramos aspectos do período histórico em questão, dimensões do próprio movimento político envolvido; reorientamos nossos saberes e sentimentos sobre esses personagens e sobre o próprio papel da moda na cultura e nas nossas vidas.

Essa capacidade que temos de retomar acontecimentos ou impressões registradas no passado, faz com que nesse movimento, revivamos de modo efetivo estados anteriores; é

¹ Vale destacar que o jornalista assumiu desde agosto de 2014 a responsabilidade pelo Blog Peça Única, associado ao jornal Folha de São Paulo, especializado no segmento moda, visando maior agilidade e espaço para a fotografia e audiovisuais, ferramentas imprescindíveis para a área.

uma vivência atual do próprio passado, posto que se realiza através do meu corpo, em movimento. Esse estado é batizado por Henri Bergson (1990) como memória involuntária, tendo a possibilidade de, ao reconstituir algo passado, ultrapassá-lo, reconfigurá-lo, pois “é do presente que parte o apelo ao qual a lembrança responde, e é dos elementos sensório-motores da ação presente que a lembrança retira o calor que lhe confere vida” (p. 125). É nesse sentido que Monclar Valverde observa que é inaceitável tratar sedimentos da memória como “depósitos, “posto que, em sua dinâmica global (...) o próprio processo de sedimentação é perspectivo e relacional, (...) possibilitando uma espécie de arqueologia do vivido, capaz de revelar (...) distinções de origem, idade e formação de cada imagem” (2007, p. 232). Ainda nas palavras do autor, as reminiscências individuais

[...] nos abrem, a cada instante atual, novas possibilidades de percepção, de imaginação, de fantasia e de expressão estética da existência; e se nos remetem a origens, não é por deterem a guarda dos verdadeiros princípios, mas por exibirem, em sua própria linguagem, o movimento originante de nossas representações (p. 233).

No que concerne mais especialmente a relação da memória com a história, vale destacar que, muitas vezes, o trabalho de “resgate” do historiador frustra a dimensão dinâmica e contextual das lembranças; além disso, numa tentativa de não deixar nada ser esquecido, o historiador tenta explorar o caráter de salvação da memória, pois ao reconstituir a história dos vencidos, de sua identidade, o historiador enquanto sujeito histórico, acaba adotando o papel de condutor dos sofrendores em direção a sua salvação ou libertação. Observamos, também aqui, que essa reconstituição da memória apagada supostamente pela narrativa histórica institucional, também ela, trará seleções e perspectivas interessadas, justificando, assim, seu posicionamento crítico e salvador. Como questiona Valverde, “Não será ela, enquanto registro das condições da derrota, uma reafirmação da vitória dos dominantes, uma ressonância do ato de poder que constitui o exercício de sua dominação?” (1998, p. 75). Levando em conta essa perspectiva, caberia ao historiador “crítico” não limitar-se aos mecanismos de recuperação e reconstituição da “memória dos vencidos”, como assinala o autor; mas deve “explorar a cadeia de significações e procedimentos que permitem supor e postular a existência dessa representação unitária da luta cristalizada na memória, situando a própria noção de ‘memória’ no horizonte de um campo de lutas e traçando-lhe a genealogia” (Idem, p. 76).

Nesta perspectiva, cabe ressaltar que desde que o homem criou significações, passou a

constituir um horizonte imaginário, esse horizonte da memória, em que eventos se conectam e o passado sempre atua como motivação para as ações do tempo presente. O nosso passado, a nossa história, nos situa no presente a partir de uma perspectiva, que acaba por excluir outras possíveis, nos direcionando sob a luz dos horizontes que nos foram abertos.

3. Entre o horizonte de expectativa e o prazer estético

Para Hans Robert Jauss (2002), existe um gozo na experiência da arte e este se articula em três momentos fundamentais: a *poiesis*, a *aisthesis* e a *katharsis*. Ao retomar esses conceitos clássicos da filosofia, Jauss defende que no âmbito da *Poiesis*, o prazer se manifesta na experiência produtiva que pode levar o indivíduo a outras dimensões como a do mundo interior ou permanecer no mundo real em busca da criação artística. Já na *Aisthesis* o prazer se produz através da “experiência estética receptiva”, quando em contato com uma obra de arte, o horizonte de expectativa do leitor se renova, ampliando suas possibilidades perceptivas. A *Katharsis*, por sua vez, revela-se na capacidade efetiva de transformação das concepções que o leitor tem do mundo e da vida diante da liberdade, legitimidade e autonomia da obra de arte.

Vale ressaltar que essas categorias tem uma autonomia, estabelecendo entre si relações. “Diante de sua obra o criador pode assumir o papel de observador ou de leitor; sentirá, então, a mudança de sua atitude ao passar da *poiesis* para a *aisthesis*” (JAUSS, 2002, p. 81). A própria atividade de *aisthesis* também pode se articular como *poiesis*, quando o espectador se passa a completar uma obra, que para ele está inacabada, colocando-se, assim, como co-criador da obra. A função comunicativa, por sua vez, à princípio presente na *katharsis*, pode se manifestar na *aisthesis*, quando o espectador, ao renovar sua percepção, compreende o percebido como um dado sobre do mundo do outro ou quando, a partir do juízo estético, se apropria de uma norma de ação.

Ao reabilitar o espectador na constituição mesma do sentido de uma obra, Jauss acaba retomando dois conceitos fundamentais da hermenêutica: a ideia de *círculo hermenêutico* e a de *horizonte de expectativa*. A ideia é que temos uma experiência sedimentada, a qual uma nova experiência será adicionada, estabelecendo, assim, não apenas um acréscimo, mas também uma reestruturação das experiências já acumuladas. Temos, portanto, uma circularidade que se sustenta por uma dinâmica desviante, que promove uma certa frustração da expectativa.

Numa das suas sete teses, Jauss (1994) mostra como uma obra que aparece num certo contexto histórico, supera, atende, contraria ou satisfaz as expectativas de seu público que confere um critério para a determinação do seu valor estético. Geralmente, grandes criadores inovam “primeiramente, graças a uma convenção do gênero, do estilo ou da forma, evocam, (...) um marcado horizonte de expectativas em seus leitores para, depois, destruí-lo, passo a passo” (JAUSS, 1994, p.28). A obra pode promover, assim, uma “mudança de horizonte”. Vale destacar que o que Jauss chama de horizonte de expectativa, Iser denomina repertório: esse conjunto de convenções que constituem a competência do leitor ou de uma classe de leitores.

Nesse sentido, temos uma ampliação do horizonte do receptor, na medida em que toda nova experiência, ainda que emergja de experiências sedimentadas, estas são reorganizadas e a partir daí uma experiência nova se plasma. Como observa Iser, o que acontece nesse processo só pode ser experimentado “se nossas sensações, padrões, concepções e valores do passado são evocados nesse processo, amalgamando-se com a nova experiência” (1999, p. 51). E o específico da experiência estética é que ela nos torna conscientes da aquisição de experiências; a sua dimensão transcendental advém justamente do estado de consciência das condições sob as quais ela se constitui.

Perceber-se a si mesmo no momento da própria participação constitui uma qualidade central da experiência estética; o leitor se encontra num peculiar estado intermediário: ele se envolve e se vê sendo envolvido (ISER, 1999, p. 53).

4. A interpretação do sentido

Também em Ricoeur o foco na mediação da leitura reforça a importância do leitor, na medida em que o autor defende que é através da leitura que a obra literária obtém sua significância plena. Em sua obra *Tempo e Narrativa, Tomo III* (1997), especialmente no capítulo sobre O mundo do texto e o mundo do leitor, o autor argumenta que “Só na leitura o dinamismo de configuração encerra o seu percurso” (p. 275). “E é para além da leitura, na ação efetiva, instruída pelas obras consagradas, que a configuração do texto se transforma em refiguração” (p. 276). Assim, há uma interseção entre o mundo do texto e mundo do leitor.

Ricoeur potencializa o lugar da estética na recepção das obras. A *aisthesis*, ou seja, o modo como uma obra afeta o leitor, ao agir sobre ele, é fundamental para a significação plena da mesma. “Esse ser afetado tem de notável o fato de combinar, numa experiência (...) particular, uma passividade e uma atividade que permitem designar como *recepção* do texto a

própria ação de lê-lo”. (p. 286). Um dos aspectos relevantes da teoria estética para uma interpretação da leitura é a compreensão do autor em deixar o campo o mais livre possível para o leitor:

Ele só atinge seu leitor se, por um lado, compartilhar com ele um *repertório do familiar*, quanto ao gênero literário, ao tema, ao contexto histórico ou até histórico; e se, por outro lado, pratica uma *estratégia de desfamiliarização* em relação a todas as normas que a leitura crê poder reconhecer e adotar facilmente (p. 290).

O autor observa que a inserção da dimensão estética traz duas consequências já assinaladas nas obras de Iser e Jauss: o efeito produzido sobre o leitor individual e sua resposta; e a resposta do público em termos de suas expectativas coletivas. A ‘estrutura de apelo’ de uma obra é revelada no ato individual da leitura, como bem observou Iser, mas é através da participação de expectativas já sedimentadas que o leitor se torna competente para o ato de leitura, como reforça Jauss. Assim, as duas concepções se complementam e apontam para uma fenomenologia do ato de ler, além de insinuarem a importância da interpretação na configuração de sentido da obra. Ricoeur reconhece, juntamente com Jauss e Iser, que a significação de uma obra se estabelece na interação entre ela e seu público em cada período histórico e o próprio leitor se modula a partir do contato que vai estabelecer ao longo da sua vida com várias gerações de obras, que falam de outras obras, num processo interativo.

Não é apenas o efeito atual, mas a ‘história dos efeitos’- para retomar uma expressão própria da hermenêutica filosófica de Gadamer – que deve ser levada em conta, o que exige que seja restituído o horizonte de expectativa da obra literária considerada, ou seja, o sistema de referências forjado pelas tradições anteriores, abrangendo igualmente o gênero, a temática, o grau de oposição existente entre os primeiros destinatários entre a linguagem poética e a linguagem prática cotidiana. [...] A partir daí, o fator decisivo para o estabelecimento de uma história literária é identificar os desvios estéticos sucessivos entre o horizonte de expectativa preexistente e a obra nova, que balizam a recepção da obra (RICOEUR, 1997, p. 293).

5. Experiência receptiva: moda e memória

A leitura recente do blog Peça Única, cuja escritura ora adota o tom efetivamente

jornalístico, ora aparece de forma mais descomprometida em relação às demandas noticiosas, serviu de estímulo para pensar na relação intrincada entre a produção textual, a moda, e o entrelaçamento entre o criador e o receptor na constituição dos sentidos possíveis de um texto e o efeito que o mesmo pode provocar na sua comunidade de receptors, ativando memórias, afetos e valores. O texto a ser analisado aparece sob o título de “O passado nazista de Chanel. E o de Hugo Boss também”, postado no dia 09 de dezembro de 2014, no Blog Peça Única, com autoria de Pedro Diniz. No ato de leitura do mesmo, fomos percebendo, pouco a pouco, que as significações iam ganhando seu sentido em função de significações já disponíveis: o conhecimento prévio dos dois estilistas, do alcance das suas criações para o universo feminino, no caso de Chanel e para o masculino, no caso de Hugo Boss; além do reconhecimento das consequências do nazismo para a história da humanidade; e do dispositivo textual empregado para narrar os novos fatos envolvendo os dois personagens. Percebemos, assim, um processo dinâmico em que se efetiva uma vivência atual do próprio passado, que se realiza através do nosso corpo, no ato de leitura. Na ação receptiva nosso horizonte de memória atualiza aspectos da vida dos estilistas e da própria dinâmica da moda enquanto fenômeno cultural, ressignificando-os.

Logo de início o título chama atenção por supostamente revelar aspectos desconhecidos da história de vida dos dois grandes nomes da moda. Gabrielli Chanel é um marco da moda, pois mudou a modelagem feminina; impôs pouco a pouco uma nova silhueta para as mulheres, em que o luxo do vestuário deixou de ser um imperativo e a verdadeira elegância passou a ser sinônimo de discrição, atendendo a demandas do universo feminino que se voltava para o mundo do trabalho e exigia mais praticidade na produção da aparência. Ainda hoje, a marca, comandada pela tesoura criativa de Karl Lagerfeld, é uma das mais respeitadas e cobiçadas no mundo da moda. A marca CHANEL, um grande império que inclui alta costura, roupas, bolsas, sapatos, joias, acessórios, cosméticos e perfumes, é controlada pela família Wertheimer e possui mais de 310 lojas próprias ao redor do mundo, além de ser dona da Eres, uma marca que vende linhas de moda praia e lingerie.

Hugo Boss começa a carreira como alfaiate e talvez jamais tenha pensado que sua marca se tornaria uma das referências no universo fashion, sobretudo no que diz respeito à modelagem, caimento das peças e acabamento das mesmas. Os produtos da marca alemã HUGO BOSS, como coleções de roupas, óculos, perfumes, sapatos e relógios são divididos em três submarcas principais e estão disponíveis em 124 países através de 1.500 lojas da grife (somadas as unidades próprias, franqueadas e parcerias) e em mais de 5 mil lojas de

departamento e multimarcas.

No presente texto observamos que um dos princípios da estética da recepção proposta por Jauss (1994) comparece: a quebra inicial do *horizonte de expectativa*. Considerada, por alguns, como algo fútil, descartável e desprezível, a moda não seria associada, à princípio, a temas de relevância social. Logo, a aproximação do universo da moda com um acontecimento de tamanha proporção política social como o nazismo surpreende o leitor, que é convocado, já pelo título, a ler o texto e compreender os detalhes dessa relação. Nesse caso, temos uma certa frustração de expectativas que faz com que tomemos contato efetivo com a 'realidade', e que tenhamos uma nova percepção das coisas: no caso específico, da moda e do próprio nazismo.

O horizonte de expectativa é novamente frustrado pelo fato do texto desmistificar grandes ícones do mundo da moda, estrelas, personagens de sucesso, grandes criadores, sinônimos de elegância, estilo e sofisticação; é um desvio estético que se descortina... No caso de Chanel, em particular, sabemos que a imagem da sua marca foi criada e concebida à luz da própria imagem da estilista. Como nos alerta Rita Andrade (2008), desde o surgimento das primeiras casas de *couture*, em Paris, já havia uma tendência em criar as peças associadas às imagens dos costureiros, imprimindo características pessoais nas roupas; aqui vida e obra se misturam e sedimentam a criação, pouco a pouco, de um grande mito. Coco Chanel é um desses exemplos que apostou nas suas preferências pessoais e soube imprimi-las no seu modo de vestir, expandindo a sua escolha para outros corpos femininos. O imaginário Chanel (que perpassa pelas narrativas da sua própria história de vida) passa a ser desejado por suas consumidoras.

Ao narrar aspectos da vida de Chanel e de Hugo Boss, podemos reconhecer, juntamente com Ricoeur, que o texto se pauta numa relação dialógica entre um *repertório do familiar*, quanto ao tipo de formato textual (jornalístico), ao tema (Chanel e Hugo Boss) e ao contexto histórico (o nazismo); e uma *estratégia de desfamiliarização* em relação a algumas normas que a leitura crê poder reconhecer e adotar facilmente, no que diz respeito a associação 1) do universo da moda ao campo político; 2) da identificação ou colaboração de personagens de reconhecido sucesso e respeitabilidade do mundo fashion com um acontecimento histórico questionável do ponto de vista humano; e 3) de um deslocamento no tipo de cobertura jornalística do tema moda que, geralmente, narra os desfiles e as tendências para cada temporada.

O texto esclarece que a suposta colaboração de Chanel com o nazismo passou a ser

alardeada a partir de 2011, quando do lançamento de uma biografia da estilista na qual mencionavam seu envolvimento, na época da guerra, com o barão e membro do alto escalão de espionagem nazista, Hans Günther von Dincklage. Dincklage teria influenciado a adesão da amante ao partido de Adolf Hitler. A novidade agora, trazida pelo documentário “A sombra de uma dúvida. Os artistas sob a Ocupação”, seria um documento que procura identificar o envolvimento de Chanel numa tentativa de acordo com o embaixador britânico na Espanha, Samuel Hoare, que, de algum modo beneficiaria os alemães. Outro indício do colaboracionismo da estilista, apontado pelo mesmo documentário foi sua relação com a família judia Wertheimer. A estilista teria vendido o direito de comercialização do perfume Chanel no5 para esta família e tenta reverter esse processo, nesse período, com apoio do partido nazista, mas sem sucesso. O texto traz um depoimento da marca Chanel em que se afirma que o documento não traz, efetivamente, nenhum fato novo, pois não deixa claro qual o envolvimento da estilista com o partido.

No caso da marca alemã Hugo Boss, também a partir de 2011, passa-se a reconhecer que o fundador da grife Hugo Ferdinand Boss usou trabalho forçado de judeus no período da Segunda Guerra, como também produzia os uniformes da Juventude Hitlerista e dos policiais SS, polícia nazista. Contrariamente a Chanel, a marca diz sempre ter feito questão de esclarecer os fatos e reconhecer esse passado da grife. Comenta até o fato de ter sido publicado um livro pelo grupo japonês de investidores, que comprou 60% das ações da Hugo Boss: *Hugo Boss, 1924-1945: A História de uma Fábrica de Roupas Durante a República de Weimar e do Terceiro Reich*, para contar a história sangrenta da marca. No texto também é reproduzida uma declaração da marca em que afirma: “Nós nunca escondemos nada e sempre buscamos trazer clareza ao que aconteceu no passado. É nossa responsabilidade com a empresa, com nossos funcionários, nossos clientes e com todos os interessados na história da Hugo Boss. [...]”.

O jornalista Pedro Diniz expressa sua opinião, sugerindo que a Chanel reproduza o ato da Hugo Boss e lance um livro esclarecendo definitivamente a relação da estilista com o nazismo, a fim de não manchar o legado da marca: “Além de prestar um serviço à literatura de moda, o livro poderia servir como um pedido de desculpas formal às famílias impactadas pela guerra e, por conseguinte, evitaria especulações infundadas — agora, inevitáveis — que podem macular o legado de Chanel”. Nesse momento, em especial, o autor revela sua reação frente ao fato que narra, além de sugerir uma ação ao outro e de, ainda que involuntariamente, induzir um certo tipo de resposta do leitor ao acontecimento narrado.

Considerações finais

Percebemos, assim, que o texto é um processo integral, que abrange desde a reação do autor ao mundo até sua experiência pelo leitor. Além desse aspecto, não podemos esquecer a força cultural que sedimenta a produção e a recepção de toda e qualquer narrativa. A composição de um texto é enformada e informada pelos modos de pensamento característicos de uma cultura. A partir dessa perspectiva, tentamos compreender o efeito estético do texto “O passado nazista de Chanel. E o de Hugo Boss também” nessa relação dialética entre o próprio texto, o leitor e sua interação. Como salienta Iser, “o efeito estético – apesar de ser motivado pelo texto – requer do leitor atividades imaginativas e perspectivas, a fim de obrigá-lo a diferenciar suas próprias atitudes” (1996, p. 13).

Nesse ato de leitura, em que a praxis interpretativa se efetiva e configura sentido, sentimos com nosso corpo a elaboração simbólica; e, ao mesmo tempo, a capacidade de transformar os sentidos já elaborados do corpo próprio, na dinâmica perceptiva com o mundo. Não só a percepção do mundo da moda, dos conhecimentos já sedimentados sobre Chanel e Hugo Boss e do próprio nazismo se alteram, bem como nossa própria percepção ganha novos contornos. A narrativa, e neste caso especial, o texto em questão, molda o modo como nós sentimos e percebemos os eventos mencionados, promovendo novas formas de interpretação dos fatos e novos modos de interpretação de nós mesmos. Nesse sentido, temos uma experiência, pois somos levados a reestruturar o que somos. Algo se passa em nós, algo acontece em nós, algo nos toca; enfim, nos transformamos.

Referências

Livros:

BERGSON, Henri. **Matéria e memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

ISER, Wolfgang. **O ato da leitura: uma teoria do efeito estético**. Vol 1. Tradução de Johannes Kretschmer. São Paulo: Ed. 34, 1996.

_____. **O ato da leitura: uma teoria do efeito estético**. Vol 2. Tradução de Johannes Kretschmer. São Paulo: Ed. 34, 1999.

JAUSS, Hans Robert. O prazer estético e as explicações fundamentais da *poiesis*, *aisthesis* e *Katharsis*. In: JAUSS, Hans Robert. Et. Al. **A literatura e o leitor**: textos de estética da recepção. 2. ed. Coordenação e tradução Luiz Costa Lima. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002. p. 63-82.

_____. **A história da literatura como provocação à teoria literária**. Tradução de Sérgio Tellaroli. São Paulo: Editora Ática, 1994.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Tradução de Bernardo Leitão... [et al.]. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, (Coleção Repertórios), 1990.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. Tradução de Carlos Alberto Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

RICOEUR, Paul. *Mundo do texto e mundo do leitor* In **Tempo e narrativa**. Tomo III. Tradução de Roberto Leal Ferreira. Campinas, SP: Papyrus, 1997.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória, dor**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

VALVERDE, Monclar. **Militância e poder**. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia, 1998.

VALVERDE, Monclar. **Estética da Comunicação**. Salvador: Editora Quarteto, 2007.

Tese:

ANDRADE, Rita de. **Boué Soeurs RG 7091: a biografia cultural de um vestido**. 2008. 224 f. Tese (Doutorado em História) – Departamento de História da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.