



Revista de História (São Paulo)

ISSN: 0034-8309

Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras
e Ciências Humanas, Departamento de História

Calanca, Daniela

MODA E PATRIMÔNIO CULTURAL ENTRE IMAGINÁRIOS
SOCIAIS E PRÁTICAS COLETIVAS NA COMPORANEIDADE*

Revista de História (São Paulo), núm. 178, a07617, 2019

Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia,
Letras e Ciências Humanas, Departamento de História

DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9141.rh.2019.139720>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=285061378040>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

UAEM redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto



ARTIGO

MODA E PATRIMÔNIO CULTURAL ENTRE IMAGINÁRIOS SOCIAIS E PRÁTICAS COLETIVAS NA COMPORANEIDADE*

Contato
Corso D'Augusto 237
47921 – Rimini – Itália
daniela.calanca@unibo.it

 Daniela Calanca**

Università di Bologna
Bologna – Bologna – Itália

Resumo

É propósito deste artigo refletir sobre a relação entre moda e patrimônio cultural, tema complexo à medida em que invoca, simultaneamente, questões relativas à pesquisa epistemológico-historiográfica, documental e político-pública, em âmbito geral e particular. Como premissa, tomamos o fato de que os estudos da moda, a partir da década de 1980, passaram a influenciar os estudos históricos, mantidos, todavia, distantes do *mainstream* da historiografia, o que se deu sobretudo na Itália – país em que focamos nossa análise. Avançaremos, ainda, em reflexões sobre a relação entre pesquisa histórica e historiografia da moda, apresentando dois estudos de caso: o do Archivio Istituto Luce *on line*, um exemplo de *public history*, e o caso das três exposições referentes à moda que o Estado italiano organizou, respectivamente, em 1911, no 50º aniversário da Unificação Italiana; em 1961, no centenário nacional; e em 2011, no 150º aniversário da Unificação Italiana.

Palavras-chave

Moda – história – patrimônio cultural – sociologia – memória.

** Tradução de Mariana de Paiva P. Olivieri, graduanda no Departamento de Letras da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.

* Professora assistente de História Contemporânea na Scuola di Lettere e Beni Culturali (Escola de Artes, Humanidades e Herança Cultural), Dipartimento di Scienze per la Qualità della Vita (Departamento para Estudos de Qualidade de Vida). Alma Mater Studiorum, Universidade de Bologna. Contatos: <http://www.unibo.it/sitoweb/daniela.calanca>; <http://centri.unibo.it/culturefashioncommunication/en/members/international-board>.



Fashion and History Dossier

ARTICLE

FASHION AND CULTURAL HERITAGE AMONG SOCIAL IMAGINARIES AND COLLECTIVE PRACTICES IN CONTEMPORANEITY

Contato
Corso D'Augusto 237
47921 – Rimini – Itália
daniela.calanca@unibo.it

 Daniela Calanca
Università di Bologna
Bologna – Bologna – Itália

Abstract

It is the goal of this article reflect about the relationship between fashion and cultural heritage, a complex theme as it calls, simultaneously, questions related to the epistemological-historiographic research, documental and political-public, in a general and in a particular level. As a premise, we take the fact that fashion studies, as of 1980, started influencing historical studies, kept away however from mainstream historiography, what happened specially in Italy, the country we focused on our analysis. We deepen, yet, in reflections about the relation between historical research and fashion historiography, presenting two case studies: the Archivio Istituto Luce on line, an exemple of public history, and the case of the three exhibitions concerning fashion that the Italian State organized, respectively, in 1911, on the 50th anniversary of the Italian Unification; in 1961, on the national centenary; and in 2011, on the 150th anniversary of the Italian Unification.

Keywords

Fashion – history – cultural heritage – sociology – memory.

Limitar-se a descrever uma ciência tal qual é feita é sempre traí-la um pouco. É mais importante dizer como ela espera ser capaz de progressivamente ser feita.
Marc Leopold Benjamin Bloch (BLOCH, 2012, p. 46)¹

Introdução

Moda e patrimônio cultural é um tema intrinsecamente complexo, à medida em que invoca, simultaneamente, uma série de questões relativas ao campo da pesquisa epistemológico–historiográfica, documental, político–pública, seja no âmbito geral, seja no particular. Especificamente, na dimensão social, concerne *in primis* à herança que se transmite de uma geração a outra. É o conjunto de princípios e de valores que dá sentido à vida cotidiana. É, sobretudo, uma chave fundamental da interpretação histórica, como afirma o filósofo Hans Georg Gadamer:

“Significa pensar expressamente no horizonte histórico, que é coextensivo à vida que vivemos e que já tenhamos vivido (...). Tudo o que se refere à tradição viva, de um lado, e às pesquisas históricas, de outro, forma, ao final, uma unidade efetiva que não poderá ser analisada, senão como trama de ações recíprocas” (GADAMER, 2004, p. 11–46).²

Sinteticamente, as principais questões que envolvem o tema podem ser organizadas da seguinte forma: a) Em primeiro lugar, no plano historiográfico nacional e internacional, é fato consolidado que, imprimindo uma reviravolta nos estudos da moda a partir da década de oitenta do século passado, os *fashion studies* tenham influenciado os estudos históricos, mantidos, todavia, como campo da pesquisa distante do *mainstream* da historiografia. E isso se deu, sobretudo, na Itália (SCARPELLINI, 2015, p. 12).³ No âmbito nacional italiano, em termos gerais, a historiografia da moda, em particular sobre o período contemporâneo, permaneceu (e permanece) à margem, não obstante a proliferação de notáveis ensaios monográficos.⁴ b) Em segundo lugar, a

¹ BLOCH, Marc Leopold Benjamin. *Apologia da história, ou o ofício de historiador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2012, p. 46.

² GADAMER, Georg Hans. *Il problema della coscienza storica*. Nápoles: Guida Editori, 2004, p. 11 a 46.

³ SCARPELLINI, Emanuela (org.). *Fashion studies. La moda nella storia. Memoria e Ricerca*, n. 50, set.–dez. 2015, p. 12.

⁴ Ver, por exemplo, CALANCA, Daniela. *História social da moda*. São Paulo: Editora Senac [2002] 2008. Idem. *Storia sociale della moda contemporanea*. Bologna: Bononia University Press, 2014. Idem. *Moda e immaginari sociali in età contemporanea*. Milão: Bruno Mondadori, 2016. BELFANTI, Carlo Marco & GIUSBERTI, Fabio (org.). *Annali 19. La moda*. Turim: Einaudi, 2003. GRANDI, Silvia &

partir do estudo do vestuário, entre as principais correntes historiográficas, assinalam-se abordagens tais como: moda e política, moda e gênero, moda e colonialismo, moda e globalização. E isso significa, sob essa perspectiva, estudar a moda na história. Paralelamente, uma relevante vertente de pensamento que está se desenvolvendo em nível internacional da disciplina histórica enquanto tal torna a moda objeto das próprias pesquisas, possibilitando modificar radicalmente a perspectiva analítica, indagando conceitos, significados e imaginários.⁵ Nesse sentido, os estudos das práticas políticas, econômicas e socioculturais – e não apenas dos objetos – constituem alguns dos principais motes temáticos em torno dos quais estão se desenvolvendo, entre *world history* e *global history*, diversas pesquisas sobre a época contemporânea (DI FIORE & MERIGGI, 2011).⁶ c) Em terceiro lugar, diversamente de outros países europeus como, por exemplo, a França e a Inglaterra, o reconhecimento público e político do patrimônio representado pela moda encontra-se em atraso na Itália.⁷ De fato, em Londres, em 1852, foi criado o Museum of Manufactures, que se tornaria o Victoria & Albert Museum logo depois da grande Exposição Universal; em Paris, o exemplo britânico foi seguido com a criação de um museu de arte decorativa em 1882, estimulado pela experiência legada pela Exposição Universal – museu que, no início do

VACCARI, Alessandra. *Vestire il Ventennio. Moda e cultura artistica in Italia tra le due guerre*. Bologna: Bononia University Press, 2004. GNOLI, Sofia. *Un secolo di moda italiana 1900-2000*. Roma: Meltemi, 2005. Idem. *Moda. Dalla nascita della haute couture a oggi*. Roma: Carocci, 2012. REINACH, Simona Segre. *La moda. Un'introduzione*. Roma-Bari: Laterza, 2005. BELFANTI, Carlo Marco. *Civiltà della moda*. Bologna: il Mulino, 2008. MORINI, Enrica. *Storia della moda XVIII-XXI secolo*. Milão: Skira, 2010. MUZZARELLI, Maria Giuseppina; RIELLO, Giorgio; TOSI, Elisa Brandi (org.). *Moda. Storia e storie*. Milão: Bruno Mondadori, 2010. MUZZARELLI, Maria Giuseppina. *Breve storia della moda in Italia*. Bologna: il Mulino, 2011. RIELLO, Giorgio. *La moda. Una storia dal Medioevo a oggi*. Bologna: il Mulino, 2012. CAPALBO, Cinzia. *Storia della moda a Roma. Sarti, culture e stili di una capitale dal 1871 a oggi*. Roma: Donzelli, 2012. MOTTA, Giovanna. *La moda si fa storia. Borghesi, rivoluzionari, ruoli e identità nazionali*. Florença: Passigli, 2016. SCARPELLINI, Emanuela. *La stoffa dell'Italia. Storia e cultura della moda dal 1945 a oggi*. Roma-Bari: Laterza, 2017.

⁵ BRAND, Jan & TEUNISSEN, José (org.). *Fashion and imagination: about clothes and art*. Arnheim: ArteZ Press, 2009. JONES, Geoffry. *Beauty imagined. A history to the global beauty industries*. Londres: Routledge, 2013. CALANCA, Daniela. *Moda e immaginari sociali in età contemporanea*, op. cit., 2016. REINACH, Simona Segre. *Jungle. L'immaginario animale nella moda*. Roma: Drago, 2017. MATHIEU, Patrick & MONNEYRON, Frédéric. *L'imaginaire du luxe*. Paris: Imago, 2015.

⁶ DI FIORE, Laura & MERIGGI, Marco. *World history. Le nuove rotte della storia*. Roma-Bari: Laterza, 2011.

⁷ SCARPELLINI, Emanuela. *Fashion studies. La moda nella storia*, op. cit., 2015, p. 11. Ver também CALANCA, Daniela. *Storia sociale della moda*, op. cit., 2002, p. 17-47. MARCHETTI, Luca & REINACH, Simona Segre. *Exhibit! La moda esposta: lo spazio della mostra e lo spazio della marca*. Milão: Bruno Mondadori, p. 51-68.

século XIX, foi transferido para o interior do Louvre, Musée de la Mode et du Textile.⁸

Nesse sentido, a proteção e a transmissão da moda em termos de patrimônio cultural encontra um canal operativo para a inclusão social na metodologia da *public history*, há tempos desenvolvida em âmbito americano e difundido na Europa.⁹ A *public history* é a história aplicada para acesso ao grande público: arquivos de museus, galerias, páginas da internet sobre a moda e a sua história são ótimos canais de divulgação, atraindo o público para a consciência de um grande patrimônio, restrito ao círculo de conhecimento quase exclusivo da comunidade acadêmica. Faltam na Itália instituições de grande relevo nesse segmento. A propósito, são numerosas as coleções privadas de manufaturados de tecidos, e coleções de indumentárias pertencentes a famílias reais que foram em parte espalhadas e em parte reunidas, por exemplo, na Galleria del Costume di Palazzo Pitti em Florença, inaugurada em 1983 – e hoje denominada Museo della Moda e del Costume.¹⁰ No entanto, o patrimônio da moda italiana é considerável, como evidencia pesquisa atualmente em curso.¹¹ Não apenas; o atraso se registra também no plano da relação entre a *public history* e a moda: em nível nacional, está se desenvolvendo uma reflexão sobre a história para o público, somente no âmbito da esfera política, e para a história da política, deixando-se à margem a história do costume e da moda. E, portanto, à luz de tais questões, sem qualquer pretensão de exaurimento nesse âmbito, se-

⁸ JAMES, Elizabeth. *The Victoria and Albert Museum. A bibliography and exhibition chronology, 1852-1996*. Londres-Chicago: Fitzroy Dearbon Publishers, 1998. MUSÉE DE LA MODE. *L'album du Musée de la Mode et du Textile*. Paris: Reunion des Musées Nationaux, 1997.

⁹ KEAN, Hilda & MARTIN, Paul (ed.). *The public history reader*. Londres: Routledge, 2013; SAYER, Faye. *Public history. A practical guide*. Londres: Bloomsbury, 2015. CAUVIN, Thomas. *Public history. A textbook of practice*. Nova York-Londres: Routledge, 2016. LYON, Cherstin M.; NIX, Elizabeth M.; SHRUM, Rebecca K. *Introduction to public history. Interpreting the past, engaging audiences*. Nova York-Londres: Rowman & Littlefield, 2017.

¹⁰ CHIARELLI, Caterina; SISI, Carlo; TENNIRELLI, Giovanna. *Galleria del Costume. Le collezioni. L'abito e il volto. Storie del costume dal XVII al XX secolo*. Livorno: Sillabe, 2003. Ver também BUTAZZI, Grazietta. *1922-1943. Vent'anni di moda italiana. Proposta per un museo della moda*. Florença: Centro D, 1980. CHIARELLI, Caterina. *Dietro le quinte di un museo di moda*. Florença: Sillabe, 2009. TENNIRELLI, Giovanna. *L'abito (non) fa il museo. Le linee guida internazionali per la conservazione e la fruizione delle collezioni di moda. Il modello anglosassone e l'esempio illustre del V&A. Exibart*, Pisa, fev. 2007. Disponível em: <http://www.exibart.com/ripostiglio/oggetti/pdf/50516.pdf>. Acesso em: 2 out. 2017. MELCHIOR, Marie Riegels & SVENSSON, Birgitta (ed.). *Fashion and museums. Theory and practice*. Londres-Nova York: Bloomsbury, 2014.

¹¹ CALANCA, Daniela. *Storia sociale della moda contemporanea*, op. cit., 2014, p. 19-22.

rão enfrentados os seguintes temas: em primeiro lugar, pesquisa histórica e historiografia da moda; em segundo, a análise sobre os estudos do imaginário; em terceiro, serão apresentados, a título exemplificativo, dois estudos de caso, quais sejam: imaginários da moda fascista – o caso do Archivio Istituto Luce *on line*, um ótimo exemplo de *public history* –,¹² e o caso das três exposições referentes à moda que o Estado italiano organizou, respectivamente, em 1911, por ocasião do 50º aniversário da Unificação Italiana; em 1961, por ocasião do centenário nacional; e em 2011, por ocasião do 150º aniversário da Unificação Italiana.

I. Ao propor uma definição de moda como lógica complexa que penetra na vida social, cultural e estética, surge a exigência de valorar, simultaneamente, uma multiplicidade de elementos basilares.¹³ De fato, a promoção da individualidade, o grande investimento no modo de apresentar-se, a estetização das formas e a modernização podem ser considerados, nos dias atuais, os traços principais do fenômeno moda.¹⁴ Aliás, moda é um termo que pode ser comparado metaforicamente a um caleidoscópio: assim como nesse é possível percorrer uma multiplicidade de trajetos visuais, também a palavra moda comporta diversos percursos semânticos que dão lugar a tantas outras imagens simétricas, ou seja, extensões de significado.¹⁵ Tanto é verdade que, como afirma Malcom Barnard:

Não há um conjunto de ideias ou um enquadramento conceitual singular pelo qual a moda possa ser definida, analisada e criticamente explicada. (...) Em verdade, há teorias sobre a moda ou, colocado de outra forma, há teorias da moda. O que se percebe é que as várias e diversas disciplinas acadêmicas aplicam-se ou são aplicadas às práticas, instituições, pessoal e objetos que constituem a moda. (...) Há muitas disciplinas acadêmicas, então, que se interessam pela história, análise e crítica explicação sobre a moda. Cada disciplina terá sua própria ideia, ou teoria, do que seja a moda e quais os tipos de atividade contam como análise e esclarecimento (BARNARD, 2007, p. 7-8).¹⁶

Nessa direção, parece epistemologicamente correto que cada disciplina tenha sua ideia ou teoria da moda, no momento em que, na ótica fenomenológica, a moda é um fenômeno proteiforme, heterogêneo, cujo estudo abarca

¹² Archivio Storico Istituto Luce – Cinecittà. Disponível em: www.archivioluce.com. Acesso em: 2 out. 2017.

¹³ CALANCA, Daniela. *História social da moda*, op. cit., 2008, p. 189.

¹⁴ Idem.

¹⁵ Idem.

¹⁶ BARNARD, Malcom (org.). *Fashion theory. A reader*. Londres–Nova York: Routledge, 2007, p. 7, 8.

seja a análise de conceitos abstratos, seja de objetos materiais. Sob esse perfil, duas são as abordagens que circunscrevem, de um certo modo, os campos da investigação; ou seja, de um lado, a teoria da moda, os *fashion studies*, e, de outro, o estudo do costume e do vestuário, *the study of dress and costume* – abordagens que, em última análise, podem ser comparadas a um caleidoscópio, exatamente como a própria moda.¹⁷

E isso depende, substancialmente, de como nós definimos a moda; significa dizer que o modo pelo qual definimos a moda é central, porque dele deriva a abordagem, o método que escolhemos, as fontes que iremos estudar. A análise de Barnard parece substancialmente fundamental, uma vez que tenta mostrar não apenas o valor, mas também os limites dos *fashion studies*, bem como os problemas teóricos analíticos que venham a *colidir* com os estudos relativos às *fashion theories*.¹⁸ Especificamente, o enfoque dos *fashion studies* contém tanto elementos de empirismo – ou seja, enfatiza-se o destaque da descrição e da observação –, como de positivismo – enfatiza-se a diferença entre fato e teoria. E, nesse sentido, o primeiro dentre os problemas colocados em evidência, considerado central, concerne exatamente àquilo que comporta a identificação, a observação e a descrição factual do objeto – o que deve ser desenvolvido sem influências culturais. Mas isso, afirma acertadamente Barnard seguindo o pensamento filosófico de Gadamer, é impossível.¹⁹

De fato, as palavras, as observações e as descrições são significativas só e exclusivamente no contexto cultural de valores dos quais derivam; e, portanto, não é possível uma descrição objetiva, uma vez que tais descrições são o produto de valores culturais. Em outros termos, se observo e descrevo um muro branco, na realidade, esta observação e descrição não dizem apenas qualquer coisa objetiva do muro, mas dizem de que modo o estou observando e descrevendo-o, e o porquê de observá-lo e descrevê-lo; isso, à medida em que há sempre uma relação entre objeto e sujeito e vice-

¹⁷ MATTEUCCI, Giovanni & MARINO, Stefano (org.). *Philosophical perspectives on fashion*. Londres–Oxford–Nova York–Nova Deli–Sydney: Bloomsbury, 2016. Ver também KAISER, Susan B. *Fashion and cultural studies*. Londres: Bloomsbury, 2012. BREWARD, Christopher & JENNS, Heike (org.). *Fashion studies: research, methods, sites and practices*. Londres–Nova York: Bloomsbury, 2016. TAYLOR, Lou. *The study of dress history*. Manchester: Manchester University Press, 2002.

¹⁸ BARNARD, Malcom. *Fashion theory. An introduction*. Londres–Nova York: Routledge, 2014, p. 8–40. Ver também CUMMING, Valerie. *Understanding fashion history*. Londres: Costume and Fashion Press, 2004. CAMPBELL, Timothy. *Historical style. Fashion and the new mode of history, 1740-1830*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2016.

¹⁹ BARNARD, Malcom (org.). *Fashion theory. A reader*, op. cit., 2007, p. 19. Ver GADAMER, Hans Georg, op. cit., 2004; Idem. *Verità e metodo*. Turim: Bompiani, 2000.

versa. Em particular, então, no que se refere à relação entre moda e história, Barnard evidencia a relação *fashion and/in history*, determinando cinco específicas posições relacionais:

A primeira das cinco possíveis relações entre moda e história é a de que a história é o pano de fundo da moda. Essa é a ideia de que a história, sob a aparência de eventos ou coisas que acontecem, está em segundo plano da moda ou atrás da moda. A moda é o evento principal, mas a história são séries de acontecimentos de fundo e as duas não são pensadas como sendo relacionadas de maneira significativa (...) (BARNARD, 2007, p. 58, 59).²⁰

A moda é o evento principal e a história é um conjunto de eventos subjacentes. Portanto, a história é o cenário. Quanto à segunda relação, a mais difundida também entre os estudantes ingleses, ele afirma:

Essa posição sustenta que a história é um contexto para a moda: é o cenário onde a moda se dá. História, nesse tipo de narrativa, pode ser algo que a moda reflete ou pode ser algo para o qual a moda aponta. Em qualquer caso, contudo, a moda deriva seu significado e a significância de sua configuração do contexto histórico ((BARNARD, 2007, p. 59, 60).²¹

Essa segunda posição é aquela segundo a qual a história constitui o contexto da moda: é uma ambientação na qual a moda tem lugar. A história seria um certo *quid* que a moda reflete. A moda, nesse sentido, faria derivar os seus significados do seu específico contexto histórico. Dessa forma, sustenta-se também que a moda, numa terceira vertente, seja capaz de transformar e de produzir história. Por isso:

A terceira posição defende que a moda é capaz de produzir e de transformar a história. Essa posição é significativamente diversa das posições discutidas até então porque enquanto a história preexiste à moda na primeira e segunda posições, ela é possível graças à moda na terceira posição. (...) Na segunda posição, poder-se-ia dizer (...) que a vestimenta “reflete a mudança social” (...). Também é possível ver a vestimenta não como refletindo mudanças sociais e de gênero. Ao invés disso, ela é esta mudança (BARNARD, 2007, p. 61).²²

Para a quarta posição, ao contrário, delinea-se entre história e moda uma relação de colisão, na qual a moda não influencia as mudanças sociais e, vice-versa, as mudanças sociais não influenciam a moda. Portanto:

²⁰ BARNARD, Malcom (org.). *Fashion theory. A reader*, op. cit., 2007, p. 58, 59.

²¹ Ibidem, p. 59, 60.

²² Ibidem, p. 61.

A primeira das referidas anteriormente, sendo as duas posições mais sofisticadas ou radicais, aceita a ideia da moda refletindo seu contexto a partir de uma das mencionadas posições e se transforma em argumento sobre uma moda que não tem papel no fazer histórico, sendo, portanto, historicamente ineficaz.²³

Quanto à subsequente quinta posição, Barnard sublinha:

A moda não possui relação com a história, o que significa dizer que ela não tem história. À primeira vista, esse argumento aparenta ser obviamente inválido: modas são situadas em sequência, e elas vêm antes e depois umas das outras; portanto, a moda tem uma história. Contudo, se a história é mais que uma simples sequência de acontecimentos sem sentido, então a relação entre moda e história não é mais tão óbvia e a teoria de que a moda possui uma história não é mais tão “garantida” como era. Colocando de outra forma, se a moda não é mais que algo seguido por outra coisa diferente, se é meramente uma sequência de coisas diferentes, e se a história é uma narrativa significativa de eventos, então não há necessidade de haver uma relação entre moda e história e pode-se mesmo dizer que a moda não possui uma história.²⁴

Dessa forma, a história não teria nenhum tipo de relação com a moda e vice-versa. Ao mesmo tempo, as análises de Giorgio Riello, por exemplo, parecem ser relevantes, partindo do pressuposto de que o estudo da moda envolve objetos materiais e conceitos abstratos, registra a preeminência dos *fashion studies*, das *fashion theories* e, também, dos estudos do vestuário e do costume.²⁵ A esses, todavia, Riello acrescenta um terceiro, que define a abordagem “de cultura material da moda”, cujas metodologias não foram ainda completamente delineadas, a despeito da influência da metodologia de Daniel Roche e do próprio Malcom Barnard.²⁶ De certo modo, Riello problematiza os *fashion studies* e a sua relação com a história, a partir do momento em que declara que, ao invés de se basearem na análise do objeto, aqueles que hoje se definem *fashion studies* – ele diz – formam um conjunto de enfoques no estudo da moda que, por sua vez, são multidisciplinares e dedutivos.

²³ Ibidem, p. 63.

²⁴ Ibidem, p. 65–66.

²⁵ RIELLO, Giorgio. Per una storia della moda. Concetti, oggetti e cultura materiale. *Venezia Arti*, vol. 25, dez. 2016, p. 71–80. Ver também RIELLO, Giorgio & McNEILL, Peter (org.). *The fashion history reader. Global perspectives*. Londres: Routledge, 2010; CRANE, Diana & BOVONE, Laura. Approaches to material culture: the sociology of fashion and clothing. *Poetics, Journal of empirical research on culture, the media and the arts*, vol. 34, 2 nov. 2006, p. 319–324. Disponível em: <https://www.journals.elsevier.com/poetics>. Acesso em: 3 out. 2017.

²⁶ RIELLO, Giorgio. Per una storia della moda, op. cit., 2016.

Nesse sentido, são colocados frente a teorias e aos *cultural studies* já elaborados, sobretudo, especificamente, a asserções abstratas que, depois, são aplicadas a casos históricos. Resulta que o objeto não é de todo ignorado, mas se encontra em posição subalterna, ao reificar a teoria no interior das ações e das decisões cotidianas. Ultimamente, entretanto – afirma Riello –, as abordagens estão se integrando e, no seu entender, é a cultura material que fornece uma plataforma de encontro entre as diversas metodologias.²⁷ Em todo caso, ele prossegue, comete-se com frequência o erro de considerar que os recentes *fashion studies* são mais avançados em relação às metodologias utilizadas pela história do costume, portanto, tradicionais. No que se refere ao objeto da moda, a história do costume, em sua opinião, permanece uma referência central. E isso, sobretudo, vale pelo estudo da cultura material que se interessa, na maior parte dos casos, pela modalidade e pelas dinâmicas através das quais os objetos assumem significado na vida das pessoas. O exemplo do biquíni e do burquíni mostra como a cultura material se coloca em um nível intermediário entre o material e o conceitual, não representando nem o método indutivo utilizado pela história do costume, nem o método dedutivo dos *fashion studies*.²⁸ Mas, a propósito, a pergunta que se impõe é: em termos epistemológicos, em que consiste esse nível intermediário? E ainda: de que modo se estabelece o significado ou os significados que assumem, no tempo e no espaço, os objetos e as práticas de moda? O que dá significado ao ato de vestir o biquíni ou o burquíni? É apenas um problema de contexto histórico-cultural? Em termos de história social, pode-se afirmar que é a “mentalidade” uma categoria historiográfica central, como já explicavam Jacques Le Goff e Pierre Nora, ao propor, na metade dos anos 1970, um “novo” modo de fazer história, que permite aprofundar o problema do significado, além das representações culturais.²⁹

II. Nessa direção, na edição original de 1974 – em 1981 na italiana – da coleção *Faire de l'histoire*, os editores Le Goff e Nora, afirmando quererem promover um novo tipo de história, identificavam essa “novidade” em relação a três processos: constatam, em primeiro lugar, que “novos problemas” colocam em questão a história por si mesma; em segundo lugar, “novas abordagens” modificam e abalam setores tradicionais da história; em terceiro lugar,

²⁷ Idem.

²⁸ Idem.

²⁹ LE GOFF, Jacques & NORA, Pierre. *Fare storia*. Turim: Einaudi, 1981, p. VII. Ver também CALANCA, Daniela. *Storia sociale della moda contemporanea*, op. cit., 2002.

“novos objetos” surgiam no campo epistemológico da história (LE GOFF & NORA, 1981, p. VII).⁵⁰ Especificamente, Le Goff afirmava que o estudo das mentalidades vinha “satisfazer a curiosidade dos historiadores decididos a ir mais longe”, uma vez que se situa além da história, cuja atração:

(...) nasce da possibilidade de evasão que oferece àqueles que são intoxicados pela história econômica e social e, sobretudo, por um marxismo vulgar. (...) Situa-se onde convergem o individual e o coletivo, o tempo longo e o cotidiano, o inconsciente e o intencional, o estrutural e o conjuntural, o marginal e o geral. O nível da história das mentalidades é aquele do cotidiano automatizado; é aquilo que escapa aos sujeitos, indivíduos da história, porque exprime o conteúdo impessoal de seu pensamento. É aquilo que têm em comum César e o último soldado de suas legiões; são Luís e o camponês de seu reino; Cristóvão Colombo e o marinheiro de suas caravelas. A história das mentalidades está para a história das ideias como a história da cultura material está para a história econômica.⁵¹

Nessa perspectiva, a mentalidade é aquilo que muda mais lentamente e, sobretudo, fazer história das mentalidades significa, de certo modo, estar atento a qualquer documento; cada objeto constitui uma fonte, uma vez que não se trata da história dos fenômenos objetivos, mas das representações desses fenômenos. Nesse sentido, a história das mentalidades nutre-se de documentos do imaginário e, portanto, parece oportuno interligar a análise das mentalidades ao estudo de seus lugares e meios de produção; também porque as mentalidades não são separadas das estruturas sociais e mantêm com elas relações complexas. Desse ponto de vista, não é possível fazer história das mentalidades sem considerar a história dos sistemas culturais, das crenças, valores e as bagagens intelectuais, em cujos interiores as mentalidades se formaram.⁵² Todavia, não obstante tais indicações metodológico-epistemológicas, resultava, no entendimento de Le Goff, em um segmento de estudo que constituía uma “história ambígua”.⁵³ Ambiguidade que, de certo modo, foi enfrentada pela história cultural e pela nova história cultural, afirmando que as categorias, os conceitos e os modelos cognitivos de percepção utilizados pelos indivíduos para apreender e dar significado à realidade social constituem um reflexo, uma representação da própria realidade social. Assim, essas categorias são rótulos atri-

⁵⁰ LE GOFF, Jacques & NORA, Pierre. *Fare storia*, op. cit., 1981, p. VII.

⁵¹ *Ibidem*, p. 240-244.

⁵² *Idem*.

⁵³ *Ibidem*, p. 238.

buídos aos fenômenos sociais reais, considerados meios e instrumentos que transmitem os atributos da existência social. Dessa forma, passa-se da mentalidade à representação. Em tal sentido, a subjetividade e a cultura não são produtos racionais, mas representações ou expressões do contexto social no qual as causas das ações foram fundadas (CHARTIER, 1989).³⁴

No interior de tais tendências em vigor na historiografia em geral e, em particular, na da moda, que pendem em direção à manutenção da tradicional oposição entre idealismo e materialismo, abre-se sempre mais espaço para a exigência de explicar em termos diversos o funcionamento da sociedade, ou seja, sobre bases teóricas diversas em relação às tradicionais oposições: privado/público, subjetivo/objetivo, ideal/material, visível/invisível, corpo/consciência.³⁵ De fato, ampliando o olhar sobre os múltiplos estímulos que se colocam por trás da nova vertente do pensamento historiográfico internacional, não se pode descuidar do impacto que deriva do particular relevo que é conferido à questão crucial: o que é o social e como funciona a sociedade? Esta é uma exigência para irmos além do debate entre materialismo e idealismo, além das tradicionais oposições, e daqui ao radical deslocamento da reflexão histórica do plano das representações ao conceito de imaginário social (CALANCA, 2016).³⁶ O filósofo Charles Taylor define o conceito de imaginário social como:

(...) algo mais profundo que os padrões intelectuais que as pessoas podem alcançar quando refletem sobre a realidade social com atitude isolada. Penso, sim, em maneiras pelas quais os indivíduos imaginam sua existência social, como as suas existências se entrelaçam às dos outros, como se estruturam as suas relações.³⁷

Em particular, ele refere-se ao “modo pelo qual as pessoas comuns imaginam seus contextos sociais que, com frequência, não se traduz em uma formulação teórica, mas é veiculado em imagens, histórias e lendas”. O imaginário social é aquela compreensão, aquele saber que torna possíveis as práticas comuns e um senso de legitimidade amplamente compartilhado.

³⁴ CHARTIER, Roger. *La rappresentazione del sociale*. Turim: Bollati Boringhieri, 1989.

³⁵ JOYCE, Patrick. The end of social history? *Social History*, n. XX, 1995, p. 81-91; Idem. The gift on the past: towards a critical history. In: JENKINS, Jeith & MUNSLOW, Alan (ed.). *Manifestos for history*. Londres: Routledge, 2007, p. 1-9. CALANCA, Daniela. *Bianco e nero. L'Istituto Nazionale Luce e l'immaginario del fascismo (1924-1940)*. Bologna: Bononia University Press, 2016.

³⁶ CALANCA, Daniela. *Bianco e nero...*, op. cit., 2016.

³⁷ TAYLOR, Charles. *Letà secolare*. Milão: Feltrinelli, 2009, p. 224-225; Idem. Modern social imaginaries. *Public culture*, n. 14, 2002, ano 1, p. 91-124; Idem. *Gli immaginari sociali moderni*. Roma: Meltemi, 2004.

Estende-se além do conhecimento imediato de fundo, do contexto que dá sentido às nossas práticas específicas. Trata-se de uma compreensão que não tem limites claros, não é um conjunto de ideias, mas é o contexto que a torna possível. É o entendimento de fundo que existe antes mesmo de as pessoas pensarem sobre seu mundo; assim, é o que define o contexto das ações e torna possíveis as práticas. O imaginário não é, pois, o conceito, mas o significado.⁵⁸ Agora, aplicando o conceito de imaginário social, pode-se explicar de que modo as pessoas experimentam o mundo, estabelecem as relações entre si, empreendem ações, movendo-se sempre de uma matriz categorial que não podem transcender e que concretamente influencia suas atividades.

Por meio do conceito de imaginário social, compreende-se o fato de as pessoas viverem e possuírem experiências sempre no interior de um discurso, no sentido de que esse impõe um quadro que limita aquilo que pode ser experimentado, ou o significado que a experiência pode circunscrever; e com isso influencia o que pode ser dito e feito.⁵⁹ Os discursos, então, constituem configurações estruturadas pelas relações entre os conceitos, conectados cada um ao outro em virtude de uma coparticipação na mesma rede conceitual. Nessa perspectiva, duas são as consequências: 1) cada conceito pode ser decifrado apenas nos termos do seu lugar e em relação a outros conceitos em sua trama e não nos termos dos seus *links* com referentes reais; 2) a ativação de um conceito mobiliza toda a rede categorial à qual ele pertence. Isso constitui, afinal, a maior força motriz da reorientação em curso nos atuais estudos históricos (CALANCA, 2016);⁴⁰ e vale, também, para os estudos histórico-sociais e culturais relativos ao âmbito da moda.

Portanto, explora-se o conceito de ação social em modo relacional e a imagem da sociedade resulta dinâmica, relacional, enquanto o termo relacional se refere à necessidade de situar sistemas de significado dentro de âmbitos particulares do social, sem perder de vista que os significados são sempre criados discursivamente. Ao mesmo tempo, a linguagem não é considerada simplesmente como um meio de comunicação, mas um modelo de significado que não se limita a nomear os fenômenos, mas os constrói ativamente como entidades significativas. Os significados que as pessoas conferem a um contexto social e a seu lugar nele como também os modos nos quais eles mesmos se definem agentes dependem sempre da lente conceitual

⁵⁸ Idem.

⁵⁹ Idem.

⁴⁰ CALANCA, Daniela. *Bianco e nero...*, op. cit., 2016

através da qual um certo contexto é afirmado, e não o próprio contexto. Portanto, as práticas humanas não são nem ações racionais, nem socialmente determinadas, mas efeitos de uma mediação, de um certo modo de construir conceitualmente situações sociais e relacionais.

Do ponto de vista teórico, isso implica um novo conceito de ação social: a ação humana é explicada em termos de significados que os agentes conferem ao contexto social. E a sociedade vem a ser concebida como dinâmica, relacional e complexa. É evidente, nessas bases, como, de semelhantes diretrizes de pensamento que partem de tal quadro conceitual, também o mesmo problema da relação entre história e moda/moda e patrimônio cultural... em última instância, pode ser estudado não tanto nos termos de representações culturais, mas, antes, como realização de significados, de imaginários. Daí, especificamente, considerar não tanto (e apenas) as representações e objetos da história da moda, mas melhor indagar os significados que a moda teve para as pessoas que a praticaram e a praticam nos dias de hoje. De resto, que as coisas estejam efetivamente assim é confirmado, aliás, pelo fato de que, historicamente, entre os séculos XIX e XX, quanto às práticas de moda agiam, por assim dizer, de modo simultâneo, alguns imaginários sociais como por exemplo, a passagem do “progresso” à “modernidade” – o que ocorreu na Europa Ocidental durante a primeira e a segunda Revoluções Industriais. Nessa direção, abre-se caminho ao processo ambivalente de prosseguimento da civilização juntamente, simultaneamente, com o processo da riqueza industrial; a passagem do valor moral ao valor econômico da relação velho/novo, antigo/moderno; a relação entre público e privado e vice-versa (CALANCA, 2014).⁴¹

Isso resulta particularmente evidente, por exemplo, da análise de alguns conjuntos documentais heterogêneos, nacionais (no caso, italianos) e internacionais, dos quais emerge a circularidade de fundo da razão prática da classe burguesa europeia que, no curso do século XIX, inicia, como é sabido, um forte processo de construção identitária, em grande escala. O próprio estudo das práticas burguesas da moda, nesse sentido, demonstra a ambivalência entre a civilização, na sua continuidade, e a industrialização da moda. Especificamente nesta direção, a modernidade, o poder e a dominação, o industrialismo, o nacionalismo, o imperialismo, o luxo, o bem-estar, o gênero, a elegância, a civilização e o mercado são algumas das principais expressões

⁴¹ Cf. CALANCA, Daniela. *Storia sociale della moda contemporanea*, op. cit., 2014.

e imaginações que descrevem as práticas e os objetos da moda na idade contemporânea. Nesse sentido, portanto, amplia-se sempre a exigência de um deslocamento da pesquisa histórica no que se refere à história da moda italiana, do plano italiano ao internacional, mediante o uso de fontes e documentos inéditos, por um lado, e, por outro, a exigência de um estudo que avance além das representações culturais, orientando as pesquisas analíticas sobre os significados que a moda possuiu em determinadas fases históricas entre persistências e mudanças para as pessoas – e não para nós, estudiosos da atualidade – que a praticaram e que viveram em tais momentos históricos.

Moda e fascismo na Itália

Nesse passo, o estudo de caso relativo à relação entre fascismo e moda é emblemático. De fato, continua-se a sustentar que a moda italiana tenha nascido em 1951, por ocasião do primeiro Festival Internacional da Moda organizado em Florença, com a presença de *buyers* americanos. Na verdade, o processo de construção se iniciara no século XIX e se centralizara, codificando-se como “moda de estado”, nos anos do regime fascista (1922–1945) (CALANCA, 2016).⁴² Não apenas; persiste, ainda, o preconceito histórico, bem como historiográfico, segundo o qual a política do regime nos limites da moda tenha sido contraditória entre italianidade e internacionalismo. Na realidade, durante o regime fascista, era bem claro que a moda fosse uma questão transnacional e não apenas de italianidade, como se lê, por exemplo, em um artigo publicado em novembro de 1932, próximo à organização do Ente Nazionale della Moda (Instituto Nacional da Moda), com sede em Turim:

O problema da moda é um problema que precisa ser estudado em seus aspectos técnicos e práticos, e não no terreno de polêmicas abstratas. Estamos em um período difícil, como é o de organização de um *Ente* que deve trazer riqueza e trabalho a Turim e à nação; a seriedade dos propósitos e a unidade dos intentos são necessárias como nunca para ingressar no terreno das realizações concretas. (...) Como devidamente observado, não se trata de conquistar, mas de reconquistar uma supremacia perdida, porque é inegável que, em outros tempos, era a Itália a ditar lei nessa matéria. (...) Hoje, graças ao Fascismo e a Mussolini, todos olham para a Itália e seguem atentamente os acontecimentos de nossa política interna, sindical, social, financeira, exterior; sabem que aqui encontram elementos e ideias originais, ricas de sucos vitais para todos. Esse

⁴² CALANCA, Daniela. *Moda e immaginari in età contemporanea*, op. cit., 2016.

é o momento de mostrar também – não parece absurda a abordagem, porque a moda é um grande fenômeno econômico-social – como a Nova Itália sabe se vestir. Se também nesse campo soubermos afirmar dotes de equilíbrio, harmonia, bom gosto, os outros nos seguirão. Em resumo, a moda italiana é, para mim, o corolário da situação política italiana: a expansão da ideologia fascista, naquilo que tem de universal; deve levar consigo a expansão de tantos elementos da vida italiana, e não há razão para que entre esses não haja também a moda italiana. (...) A moda é e permanecerá um fato internacional, mas é ou pode ser nacional; ou seja, podem ser desta ou daquela nação as forças que a conduzem e a controlam. Ora, na minha modesta opinião, o dever do novo *Ente* será, justamente, o de se inserir nessa disputa internacional, começando por dar uma identidade nacional à moda vigente.⁴³

III. É a partir da relação ideológico-cultural entre política e economia que se explica a virada totalitária das instituições da moda fundadas pelo regime fascista, a partir do Decreto Régio nº 1618, de 22 de dezembro de 1932, publicado na *Gazzetta Ufficiale* (Diário Oficial) em 26 de dezembro de 1932, com a criação de órgão autônomo para a realização da mostra permanente nacional da moda, dotado de personalidade jurídica e com um capital inicial que montava 2.030.000 libras.⁴⁴ A relação ideológico-cultural que consubstancia a concepção ética do Estado totalitário como um fio condutor acompanha a transformação do órgão autônomo em Instituto Nacional da Moda, com o Decreto-lei de 31 de outubro de 1935, que passa então às diretrizes do Ministério das Corporações. A transformação ocorre com o propósito de “estimular, coordenar, e concretizar iniciativas aptas a favorecer: a) a progressiva afirmação da moda italiana; b) o fortalecimento e o incremento, sejam na Itália ou no exterior, das indústrias e das atividades da moda e de vestuário ou a esse relacionado”. Sobre a regulamentação das indumentárias, joga-se com a questão da italianidade. E a atividade do Estado é ainda mais incisiva: a moda constitui, como o cinema e todas as outras atividades industriais do regime e na mesma medida, uma peça fundamental que concorre para a realização e para o desenvolvimento do Estado totalitário.

A moda é colocada no interior da construção totalitária para alcançar as metas de potência da “Grande Itália”, mito estritamente relacionado ao resgate do “gênio italiano”.⁴⁵ O regime, a propósito, institui, com o Decreto

⁴³ *La Stampa*, novembro de 1932.

⁴⁴ CALANCA, Daniela. *Storia sociale della moda contemporanea*, op. cit., 2014; Idem. *Moda e immaginari sociali in età contemporanea*, op. cit., 2016.

⁴⁵ Idem.

lei nº 1321, de 26 de junho de 1936, a marca de garantia; ou seja, um “Regulamento da produção dos modelos de vestuário e de acessórios para indumentária”. Com isto, é decretado por lei que, para qualquer um que prepare ou apresente aos clientes coleções ou mostruários de modelos de vestuário, incluindo os acessórios, há a obrigação de comunicar sobre sua atividade ao Instituto Nacional da Moda, exigindo-se observar as disposições legislativas. Na mesma época, o Decreto Régio nº 1057, de 28 de abril de 1937, convertido em lei em janeiro de 1938, institui o Instituto do Têxtil Nacional, sediado em Roma, com o fim de promover e valorizar cada iniciativa e cada pesquisa que pretenda melhorar e aumentar a produção de fibras têxteis nacionais, sejam naturais, sejam artificiais. Ora, todos os acontecimentos da moda durante o regime fascista, independentemente de suas efetivas implicações, revelam de que modo, sob o plano imaginário da “Grande Itália” e do “gênio italiano”, aninha-se a ambivalência entre italianidade e xenofilia – que acompanha a idade contemporânea, mas que, mesmo durante o fascismo, mostrava-se de forma muito clara. E isso se infere confrontando, simultaneamente, de um lado, toda a prática do regime e, de outro, a mentalidade que consubstancia as práticas dos consumidores italianos os quais, nos anos trinta, continuam a preferir produtos estrangeiros.

Evita-se, então, incorrer num equívoco subjacente à necessidade ideológica do regime de demonstrar a conexão interna entre o nível da moda italiana e da internacional. Lê-se, na *Rivista Illustrata del Popolo d'Italia* (Revista Ilustrada do Povo da Itália) de 1937, que quem primeiramente discutiu uma moda feminina italiana pretendeu debater e falar de uma indústria italiana de moda feminina, não pensando, de certo, em eliminar, de um dia para outro, a moda universal que ainda era liderada por Paris.⁴⁶ Não se deve confundir uma moda local de costume com a própria moda que é universal por excelência. Ou melhor, são as fontes, as origens às quais as estilistas e os industriais devem se ater, como fazem as alfaiatarias parisienses, que constituem radicalmente a diferença (CALANCA, 2016).⁴⁷ Tudo isto é bem documentado no Arquivo Histórico do Istituto Luce *on line*, que nos permite verificar de que modo o regime (e não apenas) concebeu a moda no âmbito de sua ideologia totalitária (CALANCA, 2014).⁴⁸

⁴⁶ *Rivista Illustrata del Popolo d'Italia*, vol. XVI, n. 12, 1937.

⁴⁷ CALANCA, Daniela. *Moda e immaginari sociali in età contemporanea*, op. cit., 2016.

⁴⁸ CALANCA, Daniela. *Storia sociale della moda contemporanea*, op. cit., 2014

Os Cinejornais Luce sobre a moda documentaram, desde o início dos anos trinta, o máximo possível dos acontecimentos e da dinâmica da moda em todos os seus aspectos, registrando, entre outros aspectos, o quanto o regime se interessava e se ocupava, de forma incisiva, da compreensão do setor que considerava estratégico, ao qual proporcionava novos recursos de produção e melhorava os já existentes, com o propósito de potencializar o produto italiano de moda. Sob esse perfil, de fato, no regime fascista, todos os campos do setor têxtil, do vestuário e das peles foram orientados a produzir com o máximo esforço o lançamento de uma moda italiana autônoma em relação à estrangeira; e, em particular, à francesa. São várias as iniciativas nesse sentido voltadas à afirmação do estilo nacional, características do período. De fato, o imaginário visual da moda representada nos cinejornais parece ter sido organizado em torno de uma plataforma que permite entender como o sistema de relações políticas, econômicas e culturais concorreu para a criação e afirmação no mundo de uma modernidade italiana; e, em específico, de uma moda moderna italiana, nos termos de uma identidade fundamentada no nacionalismo modernista.⁴⁹

Sob essas mesmas bases, Mussolini instituiu, com o Régio Decreto lei nº 1985, de 5 de novembro de 1925, publicado na *Gazzetta Ufficiale* no dia 25 do mesmo mês, o Instituto Nacional Luce, na qualidade de pessoa jurídica de direito público. O Luce representa, na Itália, um primeiro exemplo de organização pública e sistemática de educação, informação e propaganda difundida por meio de imagens voltadas a uma população ainda fortemente analfabeta.⁵⁰ Em 1926, torna-se obrigatória a projeção dos Cinejornais Luce nas salas de cinema, instrumento a serviço do regime, registrando ritos e símbolos da ideologia fascista. A partir da pesquisa em curso relativa à investigação sobre a moda no Instituto Histórico Luce *on line*, absolutamente inédita, apresentam-se aqui a seguir os primeiros dados, não de modo exaustivo, em uma comparação ampliada entre a imprensa de moda e os costumes da época.

Nessa direção, desde o fim dos anos vinte em diante, os Cinejornais Luce documentam constantemente o interesse do regime em relação à moda. Modernidade elegante e bom gosto dessa Itália imaginada, a moda difunde

⁴⁹ Idem.

⁵⁰ CALANCA, Daniela. *Bianco e nero...*, op. cit., 2016; D'AUTILLA, Gabriele. Il fascismo senza passione. L'Istituto Luce. In: LUNA, Giovanni de et al. *L'Italia del Novecento*. Turim: Einaudi 2005, p. 91-114. LAURA, Ernesto G. *Le stagioni dell'aquila. Storia dell'Istituto Luce*. Roma: Ente dello spettacolo, 2000. LUZZATTO, Sergio. *L'immagine del duce*. Roma: Editori Riuniti Istituto Luce, 2000. MANETTI, Daniela. *Un'arma poderosissima. Industria cinematografica e stato durante il fascismo 1922-1943*. Milão: Franco Angeli, 2012.

modelos de vida, de comportamento, a partir dos desfiles e das passarelas: os locais são os teatros, as cidades, os hotéis e o hipódromo no qual, com a chegada de maio, as tribunas de corridas hípicas se tornam lugares representantes da mundanidade e da elegância. Em Roma, as senhoras se encontram para a renomada competição hípica, realizada desde 1922 na Piazza di Siena, na Villa Borghese. Há espectadoras de todo tipo: princesas, senhoras que ocupam seus lugares nas tribunas vestindo toaletes sofisticadas ou casuais, roupas que conjugam elegância com simplicidade. Impõe-se, gradualmente, o frescor do vestido de pregas com estampa floral, chapéu de feltro de aba larga ou bordas floridas, seja um *tailleur a pois* ou liso. Junto à competição, entre os automóveis, acontece um desfile de moda feminina criada pelas casas italianas. Conjuntos para o automóvel, conjuntos para viagens; e as casas expositoras são amplamente promovidas, divulgando o estilo italiano.

Não faltam sequências destacando as divas italianas, assim como imagens de aparelhos de estética junto a salões de beleza. Já desde os primeiros filmes mudos de 1928-29, aparecem no pavilhão da Merveilleuse, de Turim, extraordinários manequins giratórios movendo-se sozinhos para apresentação da moda italiana da estação; na Rinascente de Milão, no concurso de modelos de automóveis e de moda feminina, ganha espaço, em última análise, uma imagem que se apodera, verdadeiramente, do próprio imaginário social italiano e que vai caracterizar a Itália (e não apenas), mesmo no pós-guerra: ao lado de cada automóvel, desfila e posa uma modelo, quase como querendo dizer que, ao final, o carro vencedor do “prêmio pela mais bela carroceria” é um Fiat 640 com capacidade de 100 lugares, um ônibus de dois andares, um *autopullman*. Nesses desfiles, de fato, os automóveis estão presentes em primeiro plano; paralelamente, ocorrem as celebrações das coleções de vestuário e das indústrias têxteis. Em Nápoles, em fevereiro de 1930, um cardeal abençoa do púlpito as fabricantes de viscose, junto à exposição das roupas, nas quais expõem as principais confecções. Em 1932, aparecem algumas cenas que, por exemplo, de um lado, exaltam a modernidade e, de outro, a raiz da tradição rural.

Enquanto em algumas regiões do sul ainda se fiava e se tecia como “nos bons e velhos tempos”, em outras, o maquinário, a organização produtiva e as mercadorias são símbolos de uma Itália que avança sem contrastes, a exemplo dos Lanifícios Rossi/Lanrossi (da cidade de Schio), e Lanifício Marzotto (da cidade de Valdagno), ambos situados no Vêneto, norte da Itália. Junto à estrutura imponente dos edifícios industriais, surgem habitações dos empregados e do operariado, construídas para documentar para o futuro a memória dos progressos industriais e sociais realizados pelo regime. Não

menos significativos são os cinejornais que difundem pela Itália, como um verdadeiro atlas geográfico mundial, a moda estrangeira. Filmados no início dos anos trinta em Nova York, Miami, México, Londres, Berlim, Paris, Shangai, são apresentados muitas vezes, em conteúdos sucintos, como “bizarros”, dos quais, todavia, “o bom gosto da mulher italiana saberá certamente se proteger”.

IV. Nesse quadro epistemológico, ainda que em fase de delineamento, criam-se novos pressupostos de investigação e novos percursos de pesquisa que, por sua vez, abrem novas vias de análise sobre a relação entre moda e patrimônio cultural. Buscando esclarecer seu sentido e utilidade em definitivo, Riello afirma que a história do costume não foi superada pelos *fashion studies* e isso seria demonstrado pelas exposições sobre a moda que se seguiram, nos últimos anos, na Europa e na América do Norte, como também pelos consideráveis investimentos financeiros destinados aos museus.⁵¹ Nessa direção, em sua opinião, pode-se afirmar que a história do costume, hoje, é capaz de se comunicar com o grande público, não tanto por meio de publicações, mas, *in primis*, por sua apresentação visual em galerias ou mostras e, em segundo lugar, nos espaços virtuais em rede – atividades, todas essas, nas quais é central o papel do curador.⁵²

De resto, são questões que têm sido abordadas pelos *fashion studies*, em particular por três números da revista *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*,⁵³ o primeiro publicado em 2001, os demais em 2008. Na Itália, a propósito e apesar disso, não foi ainda desenvolvida uma reflexão crítica poderosa. Pelo contrário, ainda que desde a década de 1980 as exposições e os arquivos de moda encontrassem bons espaços de organização e de divulgação, o “tema” não decola; ou seja, não atrai o público em geral, enquanto estiver ativo, por assim dizer, um *preconceito* que tem raízes históricas pro-

⁵¹ RIELLO, Giorgio. Per una storia della moda, op. cit., 2016. Ver também FIORIO, Maria Teresa. *Il museo nella storia*. Milão: Bruno Mondadori 2011. FUKAIA, A. Dress and fashion museums. *Berg Encyclopedia of Dress and Fashion*, vol. 10, Global Perspectives, 2010, p. 288–294. MELCHIOR, Svensson Riegels & SVENSSON, Birgitta (ed.). *Fashion and museum*, op. cit., 2014. DURING, E.; GONZALEZ-FOERSTER, D.; GRAU, D.; OBRIST, Hans Ulrich. *Qu'est-ce-que le curating?* Paris: Manuella Editions, 2011. MARCHETTI, Luca (org.). *La mode exposée. Penser la mode par l'exposition/fashion curating. Understanding fashion through the exhibition*. Genebra: Editions de la Head, 2016. MARSTINE, Janet (org.). *New museum theory and practice*. Nova Jersey: Wiley Blackwell, 2005. OBRIST, Hans Ulrich. *Ways of curating*. Londres: Faber & Faber, 2014. POULOT, Dominique. *Musée et muséologie*. Paris: La Découverte, 2005.

⁵² Idem. Ver também SCUDERO, Dario. *Manuale del curatore. Teoria e pratica della cura critica*. Roma: Gangemi, 2004.

⁵³ *Fashion Theory. The Journal of Dress, Body and Culture*. Taylor & Francis Group. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/toc/rfft20/current>. Acesso em: 4 out. 2017.

fundas, pelo qual a moda é considerada quase exclusivamente em termos de indústria, de lucratividade e não em termos de cultura. Não apenas este; outros preconceitos permanecem ativos, como tem evidenciado o projeto de pesquisa que coordeno em colaboração com a Universidade de Roma La Sapienza. Consideremos, a título de exemplo, a forma como a moda foi apresentada ao público em geral durante três exposições organizadas pelo Estado italiano, em datas bastante distintas, respectivamente: em 1911, por ocasião do 50º aniversário da Unificação da Itália; em 1961, na celebração do centenário nacional; e em 2011, no 150º aniversário da Unificação da Itália.

Exposição Internacional de Turim, 1911

Comemorando o nascimento do Reino da Itália ocorrido em Turim em 17 de março de 1861, em 1911, os italianos festejaram cinquenta anos de unidade política. A celebração do jubileu da pátria representou uma grande festa para a nação. Constituiu, portanto, a mais importante ocasião para reconsagrar solenemente, no início do século XX, o primado do mito nacional como princípio de inspiração ética e política para os cidadãos da Itália unida. O aniversário é ainda ocasião – afirma Emilio Gentile⁵⁴ – para se fazer um balanço do caminho percorrido pelos italianos, pela via da civilização moderna, depois da sua unificação. Além das cerimônias patrióticas que reevocam heróis e ritos do *Risorgimento*,⁵⁵ são organizados exposições, congressos e mostras que ilustram os progressos econômicos, sociais e culturais alcançados pelo país, com o propósito de mostrar ao mundo que a “Grande Itália”, sonhada pelos patriotas do *Risorgimento*, está tornando-se cada vez mais uma realidade. A construção do Estado nacional representa a primeira etapa fundamental para a inserção da Itália na civilização moderna.

Nessa sociedade moderna, reconhece-se a importância da moda como fonte de civilização, mas, acima de tudo, é o papel da indústria da moda que deve ser exaltado dentro do imaginário histórico do imperialismo e do nacionalismo, do qual não escapa, numa perspectiva histórica, nem mesmo a moda:

Esse é o estado da obra – vale dizer, já bem adiantada em termos de construção – uma amostra daquilo que será um dos mais encantadores pontos de encontro da Exposi-

⁵⁴ Emilio Gentile (Bojano, 1946) é um historiador italiano dedicado à história contemporânea, em particular ao período fascista.

⁵⁵ *Risorgimento* foi o movimento ocorrido entre 1815 e 1870 que levou à reunificação da Itália, antes formada por estados menores submetidos a potências estrangeiras.

ção: um verdadeiro “Paraíso das Senhoras”, e, também, e ainda mais... dos cavalheiros, que seguramente irão admirá-lo – além dos mostruários das mais elegantes seduçõs artísticas – muitos de beleza viva e fascinante.

Não é um edifício de grande estrutura: cerca de 1500 metros quadrados de área. Mas, tão elegante e gracioso nas linhas, tão habilmente arranjado e distribuído, por criativos arquitetos, para os usos requintadamente luxuosos aos quais está destinado!

E, sobretudo, que maravilha de bom gosto, de sofisticadas elegâncias, curiosidades graciosas, de deliciosas *coquetteries* femininas e atrações mágicas terá esse belo pavilhão – todo consagrado aos caprichos da Eva moderna – em seus diversos salões, nas mobílias e ornamentos, na infinita gama de trajes e de cores, na reluzente apoteose desta grande deusa que sempre governou a mais bela e gentil metade do gênero humano: a Moda!⁵⁶

Todavia, nesse cenário, o que articula a importância não é a própria moda, mas, sim, o Palazzo della Moda, a ser exaltado:

A Mostra de Moda, portanto, reunirá, no belo edifício que logo surge para quem entra no cercado do [parque] Valentino, na chegada pela ponte Umberto, tudo o que se relaciona a cada ramo da indústria do vestuário e acessórios: das malharias ao leque; das gravatas às luvas; de boinas de todo feitio ao bordado e a diversos tipos de renda; da roupa de cama e mesa às cortinas; das roupas casuais ao enxoval de núpcias e infantil; da bengala ao guarda-chuva; do uniforme militar ao suntuoso traje feminino... e o hábito sacerdotal. E de todos os lugares, generalizado e disperso por entre a profusão de plumas, de flores, da tapeçaria e de mil bibelôs de elegância e de capricho, o sorriso e o perfume sutil da mais refinada feminilidade.⁵⁷

O Palazzo della Moda parecerá – em meio à grande fantasia do *Mil e Uma Noites* que é a exposição de Turim – um edifício de fábula, um lugar de fadas. Suas luminosas e esplendorosas salas podem ser definidas como mundo de sonhos... E de suspiros!

O prédio possui apenas um andar, mas constitui uma construção esguia, arejada, luminosa. No interior, surge uma galeria amplíssima, que depois se expande, na direção da parte central, em um vasto salão. O público, circulando por uma e pelo outro, percorrerá com o olhar... através das paredes – todas grandiosamente feitas de cristal – as salas que formam o perímetro, onde estão dispostas as aludidas mostras de decoração interior: sala de estar, sala de almoço, salas íntimas etc., de todos os estilos, ocupadas

⁵⁶ *Rivista delle Esposizioni*, n. 3, dezembro de 1910, p. 23.

⁵⁷ Idem.

por manequins, e talvez também, parece – em algumas semanas – por manequins de verdade (o máximo!) reproduzindo, por sua vez, aqueles outros.⁵⁸

Aos organizadores das exposições internacionais interessa destacar não apenas a moda em si e por si, mas também: “Todas as maravilhas criadas pelas várias aptidões dos homens, todos os tesouros que o solo de cada país pode produzir; eles são uma memória e um campo de competição da indústria e das artes aplicadas às necessidades da vida moderna”.⁵⁹

E não apenas. A importância é central no que se refere à indústria; neste caso, à indústria têxtil: a galeria que se abre sob a colunata possui, em seu primeiro setor, uma mostra da indústria da seda:

(...) arte gentil na qual se conquistou primazia e riqueza na Idade Média italiana. Nas muitas salas encontram-se, quase anacronismos, grupos de manequins em trajes sumptuosos do século XIV ao XVIII, e juntamente à sobriedade senhoril do mobiliário e da decoração, admiram-se a ordem e a sagaz distribuição de toda a mostra (...). Pretende-se que esta exposição seja interessante, mas também útil e instrutiva: nela compreendem-se todas as fases do trabalhoso processo de transformação do casulo no tecido reluzente de reflexos metálicos e de mutável iridescência. Junto aos tecidos multicoloridos, às tapeçarias, aos veludos, aos diáfanos *foulards* [lenços] e aos [tecidos] damascos, estão as matérias-primas – os casulos de todas as espécies, intocadas e entrelaçadas – e o produto intermediário: seda pura, tramas, organzas. Depois, o maquinário para o desbaste da seda, os secadores, os teares, todos os mecanismos inerentes ao alvejamento, tingimento, fiação e tecelagem. Seis grandes dioramas compostos pelo pintor Giovanni Carpanetto sintetizam com expressão de evidência perfeita a história dessa nobilíssima indústria, glória italiana e francesa. No geral, a mostra das indústrias da seda é bem organizada, copiosa, variada e atraente: ali domina a marca diretiva de critérios práticos e harmônicos, contribuintes para o seu sucesso e da imponente participação da indústria estrangeira. Ultrapassadas as galerias da seda, na mesma linha encontram-se as mostras de tecidos e fiação de lã e de algodão. (...) Rica e igualmente interessante é a exposição dos produtores de algodão, que anima como demonstração de progresso das mais importantes indústrias nacionais.⁶⁰

Junto à mostra dos produtores de seda, de algodão e de lã, podem-se ver as mostras de couro e de tudo que se refere a vestuário e acessórios e ao progresso de fabricação. A esses imaginários associam-se, em última análise, aqueles presentes na Mostra de Moda, Estilo e de Costume, realizada

⁵⁸ Idem.

⁵⁹ Ibidem, p. 7.

⁶⁰ Guida Pratica dell'Esposizione Internazionale di Torino, 1911, p. 54-55.

em Turim, em 1961, para celebrar o Centenário da Unidade da Itália. Ainda que num contexto histórico radicalmente diverso, persistem as condutas e o imaginário que há tempos influenciavam a moda e vice-versa.

Centenário Itália 61

Nesse sentido, as manifestações comemorativas do Centenário Itália 61 se centraram em três mostras principais e o tema inicial da moda, por extenso, era moda, estilo e costume, com o escopo de oferecer um campo mais amplo e concepções mais vastas para representar o gosto e as expressões das muitas motivações da vida contemporânea, do turismo ao trabalho, do esporte ao espetáculo. A exposição se propõe a ilustrar, portanto, para o grande público e para as elites refinadas, temas inspirados na moda, estilos e costumes que caracterizaram a vida italiana de 1900 a 1961, “evitando intencionalmente fatos históricos, militares e políticos”,⁶¹ conduta que, afinal de contas, esconde a relação nunca resolvida com o fascismo. Assim, lê-se na apresentação:

À Mostra de Moda, Estilo, Costume foi apostado um subtítulo “Sinais de época, rostos de gerações”. Título e subtítulo designam em extrema síntese os limites e o conteúdo de uma manifestação que faz parte do quadro dos eventos que Turim elenca para celebrar dignamente o Centenário da Unidade da Itália. A Mostra da Moda, Estilo, Costume, que ocorre de junho a setembro no novo Pallazzo delle Esposizioni, no *corso Polonia*, é justamente uma manifestação que coloca em evidência e ilustra as relações entre os homens em suas múltiplas expressões e nas variações que se determinam no fluir do tempo. Na Mostra, é realizada a mais imediata e sucinta demonstração, destinada a públicos amplos e às elites refinadas, do íntimo nexo existente entre as modas, os estilos e os costumes dos povos, através da análise do momento histórico atual. Os grandes temas: moda, esporte, turismo, literatura, arte, arquitetura, jornalismo serão ilustrados em sucessão cronológica, destacadas em cinco épocas, das quais quatro referentes ao período que vai de 1900 a 1960, e uma dedicada ao futuro. A importância predominante é dada ao eixo central da relação: à “passarela” da moda.⁶²

⁶¹ Comitato “Torino ‘61”. Celebrazione del primo centenario dell’Unità d’Italia 1861–1961.

⁶² Idem, p. 47.

Moda na Itália: 150 anos de elegância

Em 2011, por ocasião do 150º aniversário da Unidade Nacional, é preparada em Turim a mostra “Moda na Itália: 150 anos de elegância”.⁶³ Um percurso é definido, no estilo italiano, de 1861 até o ano de realização do evento, que compreende as mulheres do *Risorgimento*, artistas do futurismo, divas do cinema e os estilistas contemporâneos. Focada em temas característicos da moda – identidade e espelho da Itália – propõe-se um itinerário pelos estilos; foram expostos cerca de 200 trajes que contavam a história da moda na Itália a partir de 1861. Se, por um lado, o interesse é centrado no estilo, na elegância da matriz italiana, de outro, a mostra é o espelho da complexa relação que a moda estabelece com seu patrimônio, no âmbito da comunidade italiana, cujo imaginário histórico-político nacional ainda não identificou caminhos de memória compartilhados com a herança da moda, especialmente onde ainda é estatal:

Apenas no segundo pós-guerra, pode-se falar de “moda italiana” própria e verdadeira, capaz de conjugar a antiga tradição artesanal e a moderna indústria. Antes disso, durante o Reinado, embora existissem tentativas de afirmação de uma moda nacional, cabia a Paris do Segundo Império de Napoleão III e de Eugênia o ponto de referência e o modelo imprescindível. Não por acaso, naquele período, o mais importante centro da moda na Itália foi mesmo Turim, entrada natural da França. No vintênio fascista, a vontade de emancipar-se da influência transalpina foi considerável, mas com resultados contraditórios entre nacionalismo combativo e cosmopolitismo persistente na essência mesma da moda. Foi, portanto, com a República que nasceu a verdadeira moda italiana (...).⁶⁴

Conclusão

Nessa direção, considerando-se a difusão da moda italiana no exterior em termos de indústria e de *nation branding*, pode-se afirmar, então, que esta tenha sido iniciada graças ao apoio crucial dos americanos, que abraçaram a estratégia empresarial italiana no segundo pós-guerra. Em contrapartida, considerando-se, ao longo da contemporaneidade, a relação entre moda e

⁶³ Moda in Italia. 150 Anni di Eleganza, 1861–2011. Milão: Condé Nast, 2011. Disponível em: <http://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?percorsi=moda-in-italia-150-anni-di-eleganza>. Acesso em: 5 out. 2017.

⁶⁴ Idem.

patrimônio cultural sob a perspectiva dos estudos relativos aos imaginários histórico-sociais, pode-se sustentar que isso esteja incisivamente arraigado no processo de construção nacional, desde os primeiros anos do século XIX – podendo ser encontrado, por exemplo, nos escritos políticos da estilista Rosa Genoni,⁶⁵ um ponto fundamental deste mesmo processo. Em última instância, portanto, por meio de um deslocamento da pesquisa histórica do plano italiano ao internacional, e mediante o uso de fontes e documentos inéditos aplicando-se o paradigma dos imaginários sociais, amplia-se a possibilidade de o tema em questão ser lido nas redes internacionais da política, do comércio, da cultura – leitura esta que, no estado atual dos estudos da história social da moda na Itália, parece não ter sido ainda efetivada.

Referências bibliográficas

- ASHTON, Paul & KEAN, Helda (org.). *Public history and heritage today. People and their pasts*. UK: Palgrave MacMillan, 2008.
- BARNARD, Malcom. *Fashion theory. An introduction*. Londres–Nova York: Routledge, 2014.
- BELFANTI, Carlo Marco & GIUSBERTI, Fabio (ed.). *Annali 19. La moda*. Turim: Einaudi, 2003.
- BELFANTI, Carlo Marco. *Civiltà della moda*. Bologna: il Mulino, 2008.
- BLACK, Jeremy. *Contesting history. Narratives of public history*. Londres: Bloomsbury, 2014.
- BLOCH, Marc. *Apologia della storia o mestiere di storico*. Turim: Einaudi, 2009.
- CALANCA, Daniela. *História social da moda*. São Paulo: Editora Senac, 2008.
- CALANCA, Daniela. Conservação e valorização do patrimônio da moda. O papel social da pós-história. *Visualidades. Revista do programa de mestrado em cultura visual da Universidade Federal de Goiás, Brasil*, 2013.
- CALANCA, Daniela. *Storia sociale della moda contemporanea*. Bologna: Bononia University Press, 2014.
- CALANCA, Daniela. *Moda e immaginari sociali in età contemporanea*. Milão: Bruno Mondadori, 2016.
- CALANCA, Daniela. *Bianco e nero. L'Istituto Nazionale Luce e l'immaginario del fascismo*. Bologna: Bononia University Press, 2016.
- CALANCA, Daniela. A história social da moda contemporânea em arquivos digitais. In: MERLO, M. (org.). *Museus e moda: acervos, metodologias e processos curatoriais*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

⁶⁵ Costureira, estilista, professora, feminista e defensora dos direitos dos trabalhadores, teve carreira como *designer* de moda inovadora e bem-sucedida. Delegada italiana no Congresso Internacional de Mulheres, em Haia, Holanda, em 1915; seu ativismo para fazer da Itália uma referência na moda foi frustrado sob o fascismo. (N. T.)

- CAMPBELL, Timothy. *Historical style. Fashion and the new mode of history, 1740-1830*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2016.
- CAPALBO, Cinzia. *Storia della moda a Roma. Sarti, culture e stili di una capitale dal 1871 a oggi*. Roma: Donzelli, 2012.
- CHARTIER, Roger. *La rappresentazione del sociale*. Turim: Bollati Boringhieri, 1989.
- CAUVIN, Thomas. *Public history. A textbook of practice*. Londres: Routledge, 2016.
- CLAUS, Peter & MARRIOTT, John. *History. An introduction to theory, method and practice*. Londres: Routledge, 2012.
- Comitato "Torino '61". *Celebrazione del primo centenario dell'Unità d'Italia 1861-1961*. Turim: 1961.
- CUMMING, Valerie. *Understanding fashion history*. Londres: Costume and Fashion Press, 2004.
- DI FIORE, Laura & MERIGGI, Marco. *World history. Le nuove rotte della storia*. Roma-Bari: Laterza 2011.
- EDWARDS, Tim. *Fashion in focus: concepts, practices and politics*. Londres-Nova York: Routledge, 2011.
- FIORIO, Maria Teresa. *Il museo nella storia*. Milão: Bruno Mondadori, 2011.
- GADAMER, Hans George. *Il problema della coscienza storica*. Nápoles: Guida Editori, 2004.
- GNOLI, Sofia. *Un secolo di moda italiana 1900-2000*. Roma: Meltemi, 2005.
- GNOLI, Sofia. *Moda. Dalla nascita della haute couture a oggi*. Roma: Carocci, 2012.
- GRANDI, Silvia & VACCARI, Alessandra. *Vestire il ventennio*. Bologna: Bononia University Press, 2004.
- GRUMBACH, D. *Histoires de la mode*. Paris: Institut Français de la Mode/Editions du Regard, 2008.
- Guida Pratica dell'Esposizione Internazionale di Torino, 1911.
- JONES, G. *Beauty imagined. A history of the global beauty industries*. Oxford: Oxford University, 2010.
- JAMES, Elizabeth. *The Victoria and Albert Museum. A bibliography and exhibition chronology, 1852-1996*. Londres-Chicago: Fitzroy Dearbon Publishers, 1998.
- JOYCE, Patrick. The end of social history? *Social History*, n. XX, 1995, p. 81-91.
- KAISER, Susan B. *Fashion and cultural studies*. Londres-Nova York: Berg, 2012.
- KEAN, Hilda & MARTIN, Paul. *The public history reader*. Londres: Routledge, 2013.
- LE GOFF, Jacques & NORA, Pierre (org.). *Fare storia*. Turim: Einaudi, 1981.
- LYON, Cherstin M.; NIX, Elizabeth M.; SHRUM, Rebecca K. *Introduction to public history. Interpreting the past, engaging audiences*. Nova York-Londres: Rowman & Littlefield, 2017.
- MANETTI, Daniela. *Un'arma poderosissima. Industria cinematografica e stato durante il fascismo 1922-1943*. Milão: Franco Angeli, 2012.
- MARCHETTI, Luca (ed.). *La mode exposée. Penser la mode par l'exposition/fashion curating. Understanding fashion through the exhibition*. Genebra: Editions de la Head, 2016.
- MARCHETTI, Luca & REINACH, Simona Segre. *Exhibit! La moda esposta: lo spazio della mostra e lo spazio della marca*. Milão: Bruno Mondadori, 2017.

- MARSTINE, Janet (ed.). *New museum theory and practice*. Nova Jersey: Wiley Blackwell 2005.
- MATTEUCCI, Giovanni & MARINO, Stefano (ed.). *Philosophical perspectives on fashion*. Londres–Oxford–Nova York–Nova Deli–Sydney: Bloomsbury, 2016.
- Moda in Italia. 150 anni di eleganza, 1861–201. Milão: Condé Nast, 2011.
- MORINI, Enrica. *Storia della moda XVIII-XXI secolo*. Milão: Skira, 2010.
- MOTTA, Giovanna (dir.). *La moda si fa storia. Borghesi, rivoluzionari, ruoli e identità nazionali*. Florença: Passigli, 2016.
- MUZZARELLI, Maria Giuseppina; RIELLO, Giorgio; TOSI BRANDI, Elisa. *Moda. Storia e storie*. Milão: Bruno Mondadori, 2010.
- MUZZARELLI, Maria Giuseppina. *Breve storia della moda in Italia*. Bologna: il Mulino, 2011.
- PAULICELLI, Eugenia. *Fashion under fascism. Beyond the black shirt*. Oxford–Nova York: Berg, 2004.
- REINACH, Simona Segre. *La moda. Un'introduzione*. Roma–Bari: Laterza 2005.
- ROMANI, Gabriella. Fashioning the Italian nation: Risorgimento and its costume all'italiana. *Journal of Modern Italian Studies*, vol. 20, n. 1, 2015, p. 10–23.
- RIELLO, Giorgio & McNEILL, Peter (ed.). *The fashion history reader. Global perspectives*. Londres: Routledge, 2010.
- RIELLO, Giorgio. *La moda. Una storia dal medioevo a oggi*. Bologna: il Mulino, 2012.
- RIELLO, Giorgio. Per una storia della moda. Concetti, oggetti e cultura materiale. *Venezia Arti*, vol. 25, dez. 2016, p. 71–80.
- SAYER, Faye. *Public history. A practical guide*. Londres: Bloomsbury, 2015.
- SCARPELLINI, Emanuela. Fashion studies. La moda nella storia. *Memoria e Ricerca*, n. 50, set.–dez. 2015.
- SCARPELLINI, Emanuela. *La stoffa dell'Italia. Storia e cultura della moda dal 1945 a oggi*. Roma–Bari: Laterza, 2017.
- TAYLOR, Charles. Modern social imaginaries. *Public Culture*, n. 14, ano 1, 2002, p. 91–124.
- TAYLOR, Charles. *Gli immaginari sociali moderni*. Roma: Meltemi, 2004.
- TAYLOR, Charles. *Letà secolare*. Milão: Feltrinelli, 2009.
- TAYLOR, Charles. *The study of dress history*. Manchester: Manchester University Press, 2000.

Recebido: 16/10/2017 – Aprovado: 30/08/2018