

# POR TRÁS DOS PANOS: MODA, HISTÓRIA E CONSTITUIÇÃO DO FEMININO<sup>1</sup>

Raphael Castanheira SCHOLL<sup>2</sup>

Evandro André de SOUZA<sup>3</sup>

Guilherme Welter WENDT<sup>4</sup>

## RESUMO

O presente estudo situa-se na intersecção dos campos teóricos da história da moda e estudos de gênero. O intuito deste consistiu em empregar a metodologia da História Oral no exame de narrativas de mulheres que vivenciaram as mudanças ocorridas durante a II Guerra Mundial (1939-1945) e no momento imediatamente posterior. Buscou-se identificar as representações do feminino refletidas nas alterações da moda na cidade de Blumenau daquele período. O trabalho visa colaborar na preservação de um importante aspecto da memória sócio-cultural do estado de Santa Catarina, além de contribuir, ainda, nas reflexões acerca da história da moda.

**Palavras-chave:** Moda. II Guerra Mundial. História Oral.

## Introdução

A moda, enquanto fenômeno social-cultural, carece de uma abordagem de estudos científicos mais aprofundados no Brasil, onde a ação investigativa na área de História da Moda é recente e ainda incipiente. Conforme Bonadio (2002), a escassez de pesquisas nessa área se deve ao fato de que muitos pesquisadores focam seus estudos sob uma perspectiva das aparências, fortemente influenciadas pelas escolas sociológicas francesas contemporâneas. Segundo a mesma autora, publicações históricas no campo da Moda começaram a surgir de modo mais intenso somente a partir da década de 80, com o aprofundamento de estudos na História das Mulheres, intimamente ligada à História Cultural.

Contudo, considerando-se a moda enquanto um reflexo das transformações da sociedade contemporânea, produtora de sentidos e constituída por estes, atravessada

---

<sup>1</sup> Artigo resultante de pesquisa de iniciação científica intitulada “(Re) Cortes, Costumes e Costura: um olhar feminino sobre a moda na Blumenau de meados do século XX”, que obteve bolsa do Artigo 170 do Estado de Santa Catarina.

<sup>2</sup> Graduado em Design-Moda pelo Centro Universitário Leonardo da Vinci (UNIASSELVI). Contato: raphascholl@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do Projeto: Evandro André de Souza. Professor do curso de Design-Moda do Centro Universitário Leonardo da Vinci (UNIASSELVI). Contato: evandro.professor@uniasselvi.com.br.

<sup>4</sup> Psicólogo (PUC-RS). Contato: guilhermewendt@hotmail.com.

pelos costumes e tratada como um *ethos* fundamental e articulador da historicidade dos grupos, faz-se necessário observar com maior acuidade os “espíritos de época”, que existem nas reminiscências de uma sociedade (SANTOS e ARAÚJO, 2007).

Do mesmo modo, às memórias individuais cabe, também, especial atenção, na medida em que estas servem como instrumentos para a construção de uma espécie de “cenário dos hábitos e costumes subjetivos”, em que a trajetória de um sujeito interliga-se com a de outro, e assim consecutivamente, tecendo uma trama de significados que irão contribuir com o conhecimento histórico e cultural de uma determinada região, num dado período de tempo (SANTOS e ARAÚJO, 2007).

Tais fatores, quando agregados, constituem as instituições sociais, culturais e econômicas de um determinado período histórico. Nesse artigo, objetiva-se compreender e documentar um período circunscrito da história catarinense, sendo a moda o fio condutor dessa análise, uma vez que esta é entendida como uma forma de linguagem, possuidora de vocabulário próprio, como um léxico composto por diferentes dialetos e sotaques.

Lurie (1997, p. 20), acrescenta que “como no discurso humano, em que certas línguas estão relacionadas entre si e outras são quase exclusivas”, salientando acerca da riqueza histórica e subjetiva dos códigos culturais atribuídos a determinados conceitos, como Moda, Arte ou Guerra, por exemplo. Barnard, em seu livro *Moda e Comunicação* (2003), aborda a moda e a indumentária como fortes agentes de comunicação, tanto de identidades quanto de gêneros. Ainda de acordo com esse mesmo autor:

“A moda e a indumentária, como comunicação, são fenômenos culturais no sentido de que a cultura pode ser ela própria entendida como um sistema de significados, como as formas pelas quais as experiências, os valores e as crenças de uma sociedade se comunicam através de atividades, artefatos e instituições” (p. 49).

Geertz (apud SANT’ANNA, 2007 p. 3), em rica definição desses componentes, coloca que “o *ethos* de um povo é o tom, o caráter e a qualidade de sua vida, seu estilo moral e estético (...) é a atitude subjacente em relação a ele mesmo e ao mundo que a vida reflete”. Do mesmo modo, de acordo com Façanha (2002):

“Sendo a moda um campo tão abrangente, reunindo tanta informação na sua forma e conteúdo, falta-lhe, contudo, um devido reconhecimento enquanto fenômeno social, merecedor de uma abordagem científica e acadêmica. Para que estudos sobre moda sejam desenvolvidos no Brasil, é necessário reunir, organizar e interligar a vasta rede de informação que compõe toda a complexidade do fenômeno” (p. 55).

Partindo dessa premissa, apresenta-se esse estudo, de caráter histórico, que visa à preservação de lembranças de mulheres que viveram na região de Blumenau no contexto da Segunda Guerra e período imediatamente posterior. Esse intuito baseia-se nas premissas do método da história oral, uma vez que propõe desvendar questões até então “ocultas” ou “esquecidas” por determinada sociedade, sendo considerado um elemento fundamental para o entendimento, também, do período contemporâneo (BOM MEIHY, 1996; GONÇALVES e LISBOA, 2007; MARRE, 2001).

Buscou-se entender de que maneira os discursos e as práticas de feminilidade se instituíram neste espaço, sob o viés da moda enquanto catalisadora desse processo de rememoração. Para tanto, se fez necessária tanto uma revisão bibliográfica e iconográfica acerca do tema, quanto uma coleta de informações, junto de pessoas que vivenciaram esse período e tiveram algum contato com a manufatura de moda em diferentes aspectos. Assim, contribui-se tanto ao aspecto histórico-cultural da região, quanto para a história da moda no Brasil.

### **Contextualização do objeto de estudo**

Em um período que começa já durante a Segunda Guerra Mundial, como se sabe, deflagram-se significativas mudanças sociais, sendo estas passíveis de observação por meio de uma série de transformações relacionadas ao comportamento e aos costumes<sup>5</sup> (VEILLON, 2004). No Brasil, entre os anos de 40 e 45 do século passado, instituiu-se uma era de intervencionismo que, através da adoção de uma política de proibição da importação de bens de consumo, impulsiona um crescimento das indústrias têxteis e de confecções.

Ocupada pelos alemães em junho de 1940, Paris deixou de contar com muitos dos grandes nomes da alta-costura e suas respectivas *maisons*. Muitos costureiros se exilaram, fecharam suas casas, ou mesmo as levaram para outros países. A cidade, que até então representava o ápice em termos de estilo, sendo então o epicentro da moda, é obrigada a se adaptar às pesadas leis de reserva de estoques e limitações de recursos para manufatura de vestuário e acessórios. Conforme Mendes e La Haye (2003):

---

<sup>5</sup> Para uma melhor concepção das transformações sociais, de comportamento, políticas e éticas em decorrência à Segunda Guerra Mundial, sugerimos a leitura do livro de Dominique Veillon, intitulado *Moda e Guerra*, indicado nas referências desse artigo.

“Isolada do mundo exterior, Paris perdeu a posição de epicentro da moda. Após angústias iniciais, os estilistas em Londres e Nova York reconheceram que isso lhes oferecia a oportunidade de afirmar seus próprios talentos, mesmo diante da escassez e das restrições” (p. 105).

O fenômeno da moda mostra que, por trás da pobreza geral e do racionamento, a França se organizou para guardar sua dignidade e sua elegância. Veillon (2004, p.203) afirma: “Até a Segunda Guerra Mundial as formas de se vestir participavam de um código de distinção de classes ditado pelas elites, enquanto as outras classes se contentavam em copiá-la”.

Esse código será comunicado para além do continente europeu, em forma de revistas de figurinos, onde aquele vestuário de caráter racionado e influenciado pelo fardamento militar será apenas entendido como as últimas modas de Paris. Em tempos de guerra, as transformações não atingiam somente as roupas, mas todo conjunto de peças que compunham o vestuário feminino será afetado (VEILLON, 2004).

A região de Blumenau, de colonização européia relativamente recente, veio a beneficiar-se de tal situação no Velho Mundo, consolidando precisamente nesse período sua economia através do desenvolvimento da indústria têxtil, o que permitiu a formação de uma classe social não só de poder aquisitivo elevado, mas de peculiar perfil social. Ou seja, na medida em que os produtos que eram anteriormente adquiridos da Europa foram, gradativamente, tendo sua importação diminuída no Brasil, fez-se necessária a instituição de organizações produtivas e fabris no país, que suprissem tal demanda (STEIN, 1987).

Deste modo, alguns pesquisadores acreditam que, por meio dessa movimentação, é que pode ocorrer uma moda com características “mais brasileiras”. A demanda crescente por produtos têxteis fez com que o desenvolvimento industrial na região de Blumenau fosse responsável não apenas pela produção de matéria-prima básica, mas também pela iniciação de um pólo de criação de moda adequado às características do povo brasileiro. Stein (apud HERING, 1987, p. 295) sublinha: “a Segunda Guerra foi responsável, naqueles anos, por atividade intensa, e lucros extraordinários das fábricas de tecidos”.

Esse estudo tem por objetivo principal, então, delinear uma faceta dessa sociedade, situada temporalmente, pelo viés do vestuário, seja em âmbito doméstico ou público, e nas diferentes situações de convívio social.

O discurso feminino, nesse sentido, é de grande relevância para o entendimento desses aspectos. Rocha-Coutinho (1994), afirma que os adjetivos comumente atribuídos às mulheres (fragilidade, sensibilidade, temperamento dócil, entre outros) permitem que se estabeleça um “todo coerente” (p. 49) que, por sua vez, contribui para que se instaure uma instância generalizada. Ortiz, citado por Rocha-Coutinho (1994), entende a identidade feminina como:

“uma construção discursiva que transcende as particularidades dos indivíduos e dos grupos restritos para inseri-los em um projeto globalizante e totalizador, em consonância com os anseios e mitos de uma sociedade em um tempo determinado” (p. 49).

Desta forma, a coleta de informações junto desse público justifica-se em razão de sua particular percepção frente aos fenômenos e transformações sociais. Além disso, cabe pontuar que a moda, inicialmente, privilegiava e direcionava sua publicidade a esse público.

### **Documentação iconográfica na década de 40**

Num primeiro momento desse estudo, buscaram-se informações disponíveis no acervo do Arquivo Histórico José Ferreira da Silva, vinculado à Fundação Cultural de Blumenau, para fins de contextualização histórica da pesquisa.

Na hemeroteca do Arquivo, foram encontrados distintos materiais, como a Revista “O Vale do Itajaí” e o jornal “A Nação” que, através de notícias, propagandas ainda de “notas de moda” direcionadas às mulheres, possibilitam um vislumbre dos hábitos relacionados ao vestuário e ao consumo de moda na região. Esse procedimento inicial forneceu o embasamento necessário para a formulação do roteiro das entrevistas, posto que o material encontrado nessas fontes de pesquisa era vigente no período analisado. Conforme observa Alberti (2004), é “conhecendo amplamente o tema que o pesquisador pode otimizar seu desempenho e pode imprimir à produção dos documentos de história oral um alto grau de qualidade” (p. 82).

De modo a contextualizar o leitor, apresentaremos alguns dados pertinentes referentes a essas publicações. O primeiro deles é que, em 1945, iniciou a circulação da revista “O Vale do Itajaí - Lavoura, Indústria e Comércio”, a primeira do gênero no

estado, com reportagens, notas sociais e comentários políticos, impressa por H. Baumgarten, tendo um total de 32 páginas.

Fartamente ilustrada com publicidades diversas, infere-se dela a existência de um movimento de consumo de vestuário e artigos de moda especialmente direcionados para o público feminino. São inúmeras “casas de modas”, lojas de tecidos e armarinhos que ofereciam: “*bordados – rendas – enxoval de batizados – linhas – enfeitos [sic] – roupas feitas – chapéus etc.*” como anuncia a Casa Paraíso, de Germano Godoy.

Assim, aparecem outros “reclames” de estabelecimentos tais como a Casa Willy Sievert, fundada em 1933, anunciando: “varejo e atacado – fazendas em geral – sedas e casimiras – artigos de inverno”; Casas Buerger, A Capital e a Casa Peiter, que por décadas foi a mais importante casa de moda feminina da cidade de Blumenau e região adjacente, conforme relato dos sujeitos de pesquisa desse estudo e documentos coletados em acervo histórico da cidade de Blumenau.

O jornal “A Nação”, em 20 de agosto de 1946, p. 4, anunciava:

*O MUNDO FEMININO DE PARABÉNS - O MAIOR ACONTECIMENTO SOCIAL DO MÊS*

*A Casa Peiter convida seus amigos e distinta freguezia<sup>6</sup> [sic] para inauguração de sua seção de MODAS no edifício da Mútua Catarinense, a realizar-se no dia 21 do corrente mês, às 15 horas. A CASA PEITER apresentará o mais lindo e variado sortimento de artigos para SENHORAS – BELÍSSIMA e luxuosa exposição de módas [sic] para o mundo elegante feminino – GRANDE sortimento de roupas brancas e artigos para bebês – COMPLETO e variado sortimento de roupas para cama e artigos de mesa etc.*

Por meio desses elementos, contextualizou-se, sucintamente, a moda como um elemento que se insere na história do cotidiano da mulher de então, além de um entendimento de seus respectivos hábitos de consumo, além da posição que ocupava na sociedade. Nesse sentido, após a pesquisa inicial, procedeu-se ao contato com mulheres contemporâneas ao período focado, que estivessem inseridas na vida social e/ou em grupos específicos relacionados ao tema desse estudo.

Solicitou-se às entrevistadas, após o aceite em participar do estudo, que selecionassem previamente fotografias, recortes de jornal ou outros registros de seu passado. Cabe salientar que a cessão dos direitos acerca dos dados coletados nas entrevistas, para posterior publicação, foi autorizada por meio de termo de consentimento específico, de acordo com as diretrizes de pesquisa estabelecidas pela instituição de ensino na qual o estudo foi desenvolvido.

---

<sup>6</sup> Preservamos a grafia original do impresso.

Após a coleta das entrevistas, que foram gravadas em formato de mídia digital e transcritas, procedeu-se a análise que será apresentada a seguir.

## **Resultados**

Durante a condução deste estudo, entrevistamos três mulheres, de modo a satisfazer os critérios e objetivos dessa pesquisa<sup>7</sup>. Estas foram selecionadas por terem vivenciado o período analisado nesse estudo, além de terem se disponibilizado a compartilhar suas memórias.

Assim, a partir dessas visões e percepções femininas acerca do período compreendido entre a II Guerra Mundial e o imediatamente posterior na cidade de Blumenau, permitiu-se o estabelecimento de alguns temas distintos de reflexão, a saber: a função do brincar e das bonecas no imaginário social e, especificamente, na subjetividade do devir - isto é, no vir-a-ser da subjetividade feminina (i); as representações/impactos da mídia impressas neste período, fornecendo possibilidades de ser e agir em tal contexto (ii); e a iniciação no ofício de corte e costura via identificação materna (iii).

A primeira entrevistada, Sra. A., tendo vivido a infância nos anos 1940, nos dirá suas impressões de criança sobre o universo adulto-familiar, o medo da guerra e o deslumbramento da menina diante da representação do feminino. Relatando-nos sobre o comportamento das mulheres nesse período, pontua que as mesmas:

“Se vestiam muito bem... As roupas tinham muitos modelos, tinha muito enfeite, muito babado, muita nervura, muito botão... muito laço! Eu, até hoje, não me desliguei disso, ainda... é que eu não ponho nas minhas roupas... tanto babado, tanto laço! Mas, se pudesse... (risos) Porque eu acho lindo! Era feminino!”.

As lembranças relacionadas à moda surgiram na primeira infância, através das bonecas. Esta representação lúdica da figura feminina e as brincadeiras de vestir a boneca resultam numa projeção para o próprio futuro das mulheres pesquisadas, uma desejando ser aquela boneca recortada dos figurinos da mãe (Sra. A.).

---

<sup>7</sup> O número amostral, em pesquisa qualitativa sob o viés da história oral, é estabelecido de acordo com uma série de fatores. No contexto do presente estudo, o mesmo deu-se em decorrência da adoção dos critérios de “diversificação” e “saturação”. Caso o leitor deseje aprofundar-se nesse tema, sugere-se a leitura do artigo “História de vida e método biográfico” (MARRE, 1991), referenciada nesse estudo.

“A minha mãe costurava camisas de homem e eu costurava vestidos de boneca! Para a minha boneca... Eu tinha uma madrinha muito querida, que comprava tudo que eu desejava... Bonecas e fazendas, retalhos e coisas para eu costurar. Então quando a minha mãe descansava, ao meio-dia, eu fazia ligeiro minha tarefa e vupt-vupt na máquina dela!”.

Pela verbalização expressa acima, da Sra. B., também é possível perceber a relação entre as bonecas e o universo feminino no imaginário sócio-cultural. Tão intensa foi esta relação que culminou com a escolha profissional desta participante pelo ofício de costureira, relatada ao pesquisador durante o segundo encontro com a participante.

No que diz respeito ao segundo tópico - a mídia como possibilidade de transmissão de idéias transnacionais -, o relato da Sra. A. exemplifica claramente o desejo de ser/parecer com as mulheres elegantes e *glamourosas* representadas em ilustrações das revistas de moda de sua mãe:

“Eu lembro que gostava de olhar pras mulheres, assim, e eu me imaginava também... Quando crescesse teria roupas assim!... (lembrando) Interessante... que as minhas bonecas, tinham muitas roupas...Mas todas com muitos modelos! Engraçado né? As minhas bonecas não tinham só o vestido que traziam da loja...”

A Sra. A. citou ainda o “Jornal das Moças”, revista semanal ilustrada, editada no Rio de Janeiro e distribuída por todo Brasil entre os anos 1914-1965. Das lembranças da Sra. A. sobre a publicação, é interessante grifar o seguinte trecho:

“O “Jornal das Moças”! Era uma revista que a minha mãe recebia, e uma tia, também; eu não lembro se era semanal ou quinzenal... Era uma revista de figurinos. Tinha modas maravilhosas! Vestidos lindos! Muitas estolas de peles... chapéus e tal... tudo colorido, muito bem feito... alta-costura né? Era por ali, então, que as mulheres se vestiam. Era muito interessante...”

As senhoras B. e C. citam as publicações de moda como fonte de inspiração e referências ao exercício de suas profissões. A primeira, enquanto costureira, trazia suas revistas de São Paulo; a segunda, que então atuava como criadora de jóias, utilizava as revistas estrangeiras, como a “VOGUE”, para o desenvolvimento das peças elaboradas por ela.

A senhora C. ainda nos dirá sobre publicações alemãs, especializadas em trabalhos manuais, muito utilizadas na época:

“Naquele tempo as revistas que nós usávamos eram alemãs... não me recordo do nome. Muitas revistas de tricô, fazia-se muito tricô trabalhado... Não existiam quase



revistas brasileiras. Eu fazia tricô só com as revistas alemãs! Aí vieram as revistas em português e eu não conseguia fazer mais... Só em alemão!”

Cabe pontuar que, conforme relatado pela senhora C., no período da Segunda Guerra Mundial, houve a proibição por parte do Governo Brasileiro de qualquer tipo de uso da língua alemã no Brasil (SPINASSÉ, 2008). Os reflexos serão percebidos, então, não apenas dentro do contexto doméstico, mas também no próprio processo de aprendizagem da entrevistada.<sup>8</sup>

No último tópico, podemos observar a atuação da mãe como a “costureira das filhas”, sendo bastante evidente a força com que essa imagem aparece nos discursos das três entrevistadas. As senhoras A. e C., quando indagadas sobre a existência de uma costureira ou modista que lhes prestasse serviço, reforçam este fato da costura em âmbito doméstico e familiar:

“...a minha mãe costurava só pra nós... Ela fez também o “corte e costura”... Era uma obrigação né? Ela costurava muito bem! Eu fui conhecer costureira - para mim, depois dos trinta anos, porque a minha mãe costurava bem... Mas odiava costura!” (Sra. A).

E:

“...a mamãe costurava para mim... Ela costurava muito bem, então fazia tudo de costura para mim. Eu tive a Rosinha... Que foi minha costureira, mas isso foi depois! Nem vale...” (Sra. C).

### **Considerações Finais**

Podemos assinalar um fato, observado nos três relatos, em que a “Casa Peiter” aparece sempre relacionada como representativa dos estabelecimentos comerciais dedicados a moda e artigos têxteis. Outras casas do gênero foram citadas, tais como a “Willy Sievert”, “Casa Buerguer”, “A Capital”, “Casa Coelho” e as “Casas Pernambucanas”.

As mudanças na moda, decorrentes da situação deflagrada pela II Guerra Mundial na Europa, foi explicitada no depoimento da Sra. A. que, no período, era uma

---

<sup>8</sup> Acerca do tema, cabe pontuar que a Guerra, responsável por inúmeras transformações culturais e políticas no país, também teve seus reflexos no campo educacional. Getúlio Vargas edita, em 04 de maio de 1938, o Decreto 406, que proíbe a edição de livros didáticos em língua estrangeira, particularmente os de língua alemã (BRASIL, 1938/1939).

menina, mas que afirma ter compreendido posteriormente as mudanças no sentido da modernização dos hábitos e na emancipação da mulher.

As demais entrevistadas (Sra. B. e Sra. C.) não fizeram comentários específicos acerca das transformações da moda ocorridas no período, embora, conforme apontado acima, tenham sofrido diretamente a influência das mudanças operadas pela Guerra.

Do mesmo modo, na obra *Moda e Sexualidade Feminina*, Maria José de Souza Coelho (2003) faz um paralelo entre a relação da criança com a boneca, e a “moda” e seus ditames com a mulher “consumidora”. A menina, ao brincar de boneca, conjugará as duas posições, mãe e filha – “mãe” em relação à boneca, “filha” em relação à moda; tal como a menina faz com suas bonecas - trança cabelos, veste, leva para passear, desfila pelas ruas -, a moda orientará a “filha” e lhe dirá como agir. Ou seja, a moda, veiculada via mídia impressa, fornecia a estas mulheres possibilidades de ser, polinizando o *ethos* regional com elementos da cultura mundial.

Dessa maneira, revela-se uma rica possibilidade de inserção teórico-conceitual para o campo da moda e design de moda, uma vez que o arcabouço metodológico empregado articula-se com as ciências humanas, colaborando não somente no tocante à documentação histórica em si, mas também por aquilo que a constitui por trás dos panos.

A essa leitura intrínseca, revelam-se aspectos até então latentes ou mesmo esquecidos, sendo possível inferir que, assim como na Blumenau do século passado, outras narrativas possam revelar, pouco a pouco, dimensões ainda inexploradas da história dos costumes no Brasil. Dar voz a esses discursos constitui-se, ainda, como uma forma de documentação histórica e cultural.

## Referências

- ALBERTI, Verena. **Manual de História Oral**. Rio de Janeiro/RJ: Fundação Getúlio Vargas, 2004.
- BOM MEIHY, José Carlos. **Manual de história oral**. 2.ed. São Paulo: Loyola, 1996.
- BONADIO, Maria Claudia. **Moda e feminilidade, um “todo indivisível”**. In: WAJNMAN, Solange; DE ALMEIDA, Adilson José (Orgs). **Moda, Comunicação e Cultura: um olhar acadêmico**. São Paulo/SP: Arte & Ciência Editora, 2002, p. 187-191.
- BRASIL. Decreto-Lei nº 406, de 4 de maio de 1938. In: **Lex: Coletânea de Legislação**. São Paulo: Lex, 1938.
- COELHO, Maria José de Souza. **Moda e sexualidade feminina**. Rio de Janeiro: UAPÊ, 2003.
- DEL PRIORE, Mary (Org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997.
- FAÇANHA, Astrid. **O fluxo da informação na moda**. In: WAJNMAN, Solange; DE ALMEIDA, Adilson José (Orgs). **Moda, Comunicação e Cultura: um olhar acadêmico**. São Paulo/SP: Arte & Ciência Editora, 2002. p. 55.
- GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. In: SANT’ANNA, Mara Rúbia. **“Moda, desejo e morte: explorações conceituais”** Disponível em: <[http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/encuentro2008/05\\_publicaciones/01\\_actas\\_diseño/index\\_actas.php?numero=6](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2008/05_publicaciones/01_actas_diseño/index_actas.php?numero=6)>. Acesso em 10 mai 2008.
- GONÇALVES, Rita de Cássia; LISBOA, Teresa Kleba. Sobre o método da história oral em sua modalidade trajetórias de vida. *Rev. katálysis*, v. 10, p.83-92, 2007.
- MARRE, Jaques. História de vida e método biográfico. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, UFRGS, v. 3, n. 3, p. 89-141, 1991.
- MENDES, Valerie; HAYE, Amy de la. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- ROCHA-COUTINHO, Maria Lúcia. **Tecendo por trás dos panos: a mulher brasileira nas relações familiares**. Rio de Janeiro/RJ: Rocco, 1994.
- SANTOS, Sônia Maria; ARAÚJO, Osmar. História Oral: Vozes, Narrativas e Textos. **Cadernos de História da Educação**, n. 6, p. 191-201, dez. 2007.
- SPINASSÉ, Karen Pupp Os imigrantes alemães e seus descendentes no Brasil : a língua como fator identitário e inclusivo. **Conexão Letras**, v. 3, n. 3, p. 125-140, 2008.
- STEIN, Stanley. **Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil – 1880/1950**. In: HERING, Maria Luiza Renaux. **Colonização e Indústria no Vale do Itajaí: O Modelo Catarinense de Desenvolvimento**. Blumenau: Editora da FURB, 1987.
- VEILLON, Dominique. **Moda & guerra**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.