Museu: espaço salvaguarda de memória do pólo de confecções do Agreste de Pernambuco

Museum: space safeguard of memory of the pole of confection from the wild of Pernambuco

Santos, Geni Pereira dos; MS. (curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco – Centro Acadêmico do Agreste)

Costa, Flávia Zimmerle da Nóbrega; MS. (curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco – Centro Acadêmico do Agreste)

Resumo

Este artigo trata da relevância da instalação de um museu como agente de preservação de memória, e, sobretudo, na constituição de um espaço de reflexões, de circulação e troca de conhecimento. A importância desse espaço museal se dá num momento em que o impacto da aceleração da industrialização e a emergência da qualificação profissional vêm provocando novos comportamentos sócio-culturais do pólo de confecções do agreste pernambucano. Compreende-se esse contexto ameaçador a salvaguarda de memória da cultura de moda: com o processo de mundialização, a cultura nativa se apropria das determinações de formas de uso do legado hegemônico e adota novos processos e tecnologias.

Palavras Chave: moda, cultura, museu.

Abstract

This article discusses the relevance of the installation of a museum as an agent of preservation of memory, and especially to constitute a space for reflection, movement and exchange of knowledge. The importance of this museum space occurs at a time when the impact of the acceleration of industrialization and the emergence of vocational qualification have caused new social and cultural behaviors of the pole of confection from the wild of Pernambuco. It is understood this context threatening to safeguard the memory of the culture of fashion: with the globalization process, the native culture appropriates of the determination of ways to use of the hegemonic legacy and adopt new processes and technologies

Keywords: *fashion, culture, museum*

1. Introdução

O agreste pernambucano, cujo município de maior representatividade econômica é a cidade de Caruaru, tem em sua história a formação e o desenvolvimento de um Pólo de Confecções voltado para a produção industrial de vestuários.

Na década de 1950, devido aos problemas socioeconômicos e a seca que se alastrou na região, iniciou-se como alternativa de sobrevivência, no município de Santa Cruz do Capibaribe, a produção informal de produtos confeccionados em tecidos adquiridos no sul do país. Tais produtos eram vendidos na feira livre e ficaram conhecidos como sulanca[i]. Desse período até os dias de hoje, a região Agreste vem crescendo tecnologicamente na confecção de vestuários e é considerada o segundo maior pólo industrial de confecções desse segmento no país, perdendo apenas para o Brás em São Paulo.

Desde a década de 1960 a economia local e a produção de vestuários vêm obtendo avanços significativos na região, especialmente com a integração dos municípios de Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe e Toritama como eixos do Pólo de Confecções. Os mais recentes dados demonstram que o desenvolvimento relacionado à produção industrial de vestuário chegou aos municípios de Surubim e Taquaritinga do Norte que, por sua vez, deverão influenciar economicamente as outras cidades de seu entorno [FADE/SEBRAE, 2003].

Entretanto, este panorama de crescimento econômico da região do Agreste pernambucano tem em seu histórico um índice alto de informalidade[ii] das indústrias e de diversas empresas do Pólo de confecções, fator este que ameaça a qualidade sustentável de desenvolvimento da região.

Com efeito, a chegada de diversas universidades, em especial à cidade de Caruaru, alimentou expectativas de melhorias relacionadas às condições da qualificação na formação de mão de obra e produção no setor: a Faculdade do Vale do Ipojuca (FAVIPE) com os cursos de Jornalismo, Administração de Empresas, Ciências Contábeis, Direito das Pequenas e Médias Empresas; a Faculdade de Filosofia de Caruaru (FAFICA) com os cursos de Pedagogia, Filosofia, Letras, História, Geografia e Ciências; a Associação de Desenvolvimento de Ensino de Caruaru (FADICA) com os cursos de Direito, Odontologia, Educação Física, Biométricas e Enfermagem.

Outros municípios do entorno de Caruaru também receberam universidades tais como o município de Santa Cruz do Capibaribe com a Faculdade de Desenvolvimento e Integração Regional - FADIRE com os cursos de design de moda, contabilidade e administração. A 180 km de Caruaru, em

Limoeiro, a Faculdade das Ciências da Administração de Limoeiro (FACAL) com o curso de Administração de Empresas; e em Belo Jardim, a 120 km, a Faculdade de Formação de Professores de Belo Jardim (FABEJA) com cursos de Letras, Pedagogia, Química, Física, Historia e Geografia.

Em 2003 foi instalada a Universidade Estadual de Pernambuco - UPE com os cursos de Sistemas de Informações e Administração (com ênfase em marketing de moda).

Em 2006, com o processo de interiorização pública do ensino superior foi instalado o Centro Acadêmico do Agreste – CAA da Universidade Federal de Pernambuco. Esse novo centro da UFPE iniciou suas atividades com graduações nas áreas de Administração, Economia, Engenharia Civil, Pedagogia e Design, que integram quatro Núcleos de Ensino (Gestão, Design, Formação Docente e Tecnologia). Atualmente, funcionam também as licenciaturas em Química, Física e Matemática, o curso de Engenharia de Produção e a Licenciatura Intercultural, direcionada à população indígena de Pernambuco. Para 2010, estão previstas as implantações dos cursos de Medicina, Ciências Contábeis e Serviço Social.

Dessa maneira, as universidades instaladas na região devem atender às demandas de qualificação profissional, interiorizando o conhecimento científico, preparando a população para o desenvolvimento adequado das atividades produtivas por ela assumidas e, por conseguinte incentivando iniciativas que venham a garantir melhores condições de vida para a população local e das circunvizinhanças.

Esse contexto geral demonstra que a realidade do setor educacional da região deverá influenciar a melhoria da qualidade dos profissionais para atuar nas empresas e indústrias da região. Isso significa que é possível que a sociedade do Agreste pernambucano venha perceber efeitos significativos deste desenvolvimento em vários setores sociais, sejam eles culturais, educacionais, tecnológicos e produtivos, já nos próximos anos.

Em menos de quatro anos de instalação da UFPE no município de Caruaru percebemos que o Pólo de confecções do agreste pernambucano já vem sendo beneficiado, em diversos setores, com a inserção de estagiários e profissionais da área de design de moda, design gráfico, tecnologia do vestuário, gestão, engenharia e etc.

Porém, a questão preocupante nesse processo transformador econômico, tecnológico e educacional é que diante desse acelerado desenvolvimento: Como se comportarão as gestões de políticas públicas e acadêmicas na preservação do patrimônio histórico e cultural construído pela trajetória do pólo de confecções de vestuários em desenvolvimento?

Diante dessa preocupação, o núcleo de design da UFPE está em processo de pesquisa e planejamento para implantação de um museu, MUMA – Museu da Moda do Agreste, na região. A expectativa é que essa ação de pesquisa e extensão possibilite viabilizar a salvaguarda da história cultural da moda pernambucana, e ainda, que o projeto possibilite construir um espaço museal, com objetivos práticos de integração da comunidade local e acadêmica na circulação de conhecimento e reflexão dos efeitos de desenvolvimento da sociedade.

2. O cenário contemporâneo

As rápidas mudanças que vem sendo objeto de nossas preocupações no Pólo, não são uma realidade exclusiva da região do Agreste pernambucano. A grande mudança desse milênio é que se observa a consolidação da sociedade global, cujos processos transcendem os grupos, as classes sociais e as nações (Ortiz, 2007).

No sistema capitalista contemporâneo vive-se um cenário de consumo abundante (Baudrillard, 2007) e uma nova ordem social em que os indivíduos se reconstroem na importação de valores culturais continuamente endossados por apelos midiáticos (Tavares, 2001). Essa forma de estrutura social baseada no consumo (Barbosa, 2004; Baudrillard, 2007; Belk, 2007; Borgerson, 2005; McCracken, 2003; 2005; Miller, 2006, 2005, 2002; Slater, 2002), tornou-se compulsória por ser excludente e a impregnação de signos e de mensagens (cultura de massas) torna tudo cultural (Featherstone, 1995).

Para Maffesoli (2005) o tempo pós-moderno em que nos inserimos obedece a uma lógica circular onde sentimentos e emoções são partilhadas coletivamente, e no contemporâneo, mundialmente. Nesse processo, a cultura nativa se apropria das determinações de formas de uso do legado hegemônico (fenômeno da mundialização[iii]), embora este nunca ser recebido com

passividade, sem mediação, nas culturas dominadas (ANDRADE; SOARES; HUCK, 1999).

Apesar de a autonomia das culturas não se dissolver nas práticas capitalistas, uma vez que a dicotomia fortalece a cultura nativa, Canclini (1998) acredita que atualmente se subordina a elas com laços inéditos. Embora a cultura popular seja tratada geralmente por duas perspectivas metodologicamente contraditórias: uma enfatiza a autonomia desta e a outra que insiste em sua dependência da cultura dominante (CHARTIER, 1995), quando se trata da forma que adquiriu a cultura global, percebe-se que é necessário admitir que novas formas de dominação precisem ser mais bem analisadas e compreendidas (ORTIZ, 2008).

Essa construção é um processo em constante desenvolvimento. Esta "invasão" de novas idéias apoiadas em uma lógica própria de pensamento embasada na sociedade de consumo traz para o pólo produtor um arsenal de tecnologias e matérias-primas que contribuem para que sua produção seja equiparada às das empresas-modelo nacionais ou internacionais. Nesse sentido, a rapidez com que estas influências adentram na região lança a preocupação sobre a salvaguarda e preservação de memória que diz respeito à indústria de moda e seus processos, tendo em vista a sua importância fundamental para própria existência desses grupos sociais.

Nesse sentido o projeto do museu se propõe a preservar e disseminar a cultura de moda, tanto em uma abordagem histórica quanto contemporânea, se constituindo um agente fortalecedor de identidade local.

3. A Cultura de moda na região do agreste pernambucano

Não há dúvidas, entretanto, de que a indústria de moda tem sido a grande força motriz da região, articulando diversos setores produtivos inclusive os culturais e de entretenimento. Porém, a partir dessa consideração é preciso antes refletir em qual instância produtiva o Pólo de confecções de vestuários se enquadra na lógica de cultura de moda[iv].

A importância dessa discussão nos possibilita nortear de forma adequada no sentido de entender as contribuições de reconhecimento da cultura de moda local nos planos conceituais do museu a ser sediado na região. Sendo assim, vale refletir sobre o que vem a ser moda ou cultura de moda.

O entendimento sobre moda vem sendo construído por diversos pesquisadores, e hoje alguns concordam como sendo um fenômeno que não só atua na área de vestuário ou na motivação da imitação de um determinado termo, idéia, gosto ou costume.

Segundo Gabriel Tarde (*apud* SOUZA, 1987, p.19) moda "abrange as transformações periódicas efetuadas em diversos setores da atividade social, na política, na religião, na ciência, na estética – de tal forma que se poderia falar em modas religiosas, cientificas e estéticas, etc.".

Seguindo esse entendimento, atualmente vários estudos apontam que a moda é um fenômeno ou uma lógica que não só movimenta as transformações periódicas da produção de vestuários. Nesse sentido, cabe entender que essas transformações que afirma Gabriel Tarde, movimentam também, a lógica de criação e de mercado de outros produtos como celulares, mobiliários, eletrodomésticos e etc. Sendo assim, a lógica da moda motiva a produção e inovação da cultura material e imaterial nas sociedades globalizadas, e então, a ação do design de moda tem efeito e atua como participante da esfera dos processos culturais, constituindo-se como cultura de moda.

O sociólogo Gilles Lipovetsky (1989) entende que moda é um fenômeno que podemos verificar sua ocorrência no início da transição da Idade Média para era Moderna. Na antiguidade as culturas eram fundamentadas na tradição, sendo o culto pelas permanências relacionadas ao significado da produção cultural pelo indivíduo característicos desta condição. Em contrapartida, nas sociedades modernas houve uma mudança de pensamento em relação à produção e uso dos objetos, e conseqüentemente, essas novas formas de pensamento e necessidades estimularam as transformações dos produtos, do uso e de re-significação, prevalecendo à lógica sazonal da moda em torno do consumo.

Essa lógica sazonal que entendemos por cultura de moda é movimentada pelas novas formas de pensamentos dos indivíduos na era moderna, e que desde seu advento vem constituindo-se na convergência de diversos fatores dos setores econômicos, políticos, sociais e culturais em uma complexidade que não nos permite construir entendimentos definitivos sobre ela. Assim Lipovetsky (*idem*) diz que:

> Uma lógica tão complexa quanto a moda, abarcando tantos aspectos da vida social, individual, cultural, estética, não pôde aparecer senão pela sinergia de uma multiplicidade de fatores que, mesmo não sendo sempre absolutamente independentes uns dos outros, tiveram cada um uma eficácia própria. (*ibidem*, 1989, p.61)

Parece obvio para nós esses questionamentos sobre a complexidade da moda que já foram dialogados e discutidos em livros, congressos e encontros. Contudo, para refletir sobre o assunto com a comunidade local, que tem em seu histórico de desenvolvimento o envolvimento prático com a tecnologia, a informalidade e a falta de qualificação, esses conceitos não estão tão claro quanto parecem. No contexto do Pólo de confecções do agreste pernambucano observa-se que existem várias lógicas a respeito da cultura de moda local (COSTA, 2004).

Vários entendimentos podem ser percebidos a respeito dessa lógica da cultura de moda a partir da verificação da adoção e reprodução da cultura hegemônica nas temáticas e formas dos vestuários nas indústrias da região, e a partir de inúmeros eventos e desfiles com temas que valorizam a tradição como discurso, restringindo ao único aporte ou repertório para o entendimento da identidade da moda local.

Por isso, para conduzir as ações de um museu em torno do enfoque da moda como fenômeno que movimenta a indústria local, é preciso tornar o espaço museal, não só um ambiente expográfico da cultura de moda pernambucana, mas é importante desencadear ou desvelar a partir de estímulos previstos no plano museológico[v].

Algumas questões no âmbito do museu podem ser levantadas para discursos, reflexões, estudos e experimentações tais como: qual o entendimento de estratégia de design de moda que as empresas e profissionais vem construindo como referência produtiva e crescimento local? Por que hoje a região não desconstrói o estigma de sulanca? Existe o que poderíamos chamar de moda local e de identidade? O título de segundo maior pólo de confecções de vestuário é devido à reprodução que a indústria de moda propicia?

Considerando-se a importância da implementação de um museu como centro das dinâmicas de estudos e convergência social, econômica e da cultura de moda na região – cultura esta que se materializa na amplitude e

complexidade do Pólo de Confecções do Agreste – e tendo como objetivos a salvaguarda e a preservação do patrimônio sociocultural local, entendemos que a iniciativa terá grande relevância no sentido de materializar parte da memória da região e encurtar distâncias entre conhecimentos simultâneos tais como o histórico, social, econômico e cultural e a comunidade agrestina.

4. Questões metodológicas

Para entendermos a importância da preservação da cultura de moda como constituinte da memória social é necessário enxergarmos o acervo como um conjunto de objetos que são, ou que foram capazes de produzir um determinado impacto sobre a vida de um grupo social, ou, no mínimo, compreendê-los como objetos que são capazes de refletir e dar indícios acerca das vicissitudes socioculturais transcorridas ao longo da seta do tempo.

É neste sentido que Santos (2007: 02) afirma: "pensar em roupas é pensar em memória e, sobretudo, em poder e posse", ou seja, pensar em moda é refletir sobre a forma como as pessoas e os grupos sociais se relacionavam consigo e com o outro: a teia das relações e os cruzamentos possíveis. A forma de vestir é capaz de expressar os sentimentos humanos mais recorrentes numa sociedade, por estar impregnada da memória coletiva relacionada a espaços e tempos específicos (FUNKAI, 2003). É neste sentido, que o vestuário se torna um poderoso instrumento para a interpretação e/ou para a reconstrução hermenêutica de um determinado contexto sociocultural.

Por conseguinte, e em razão do potencial e/ou carga semântica destes artefatos, entendemos o espaço museal como um espaço dialógico, no qual objetos humanos e inumanos – a vida das pessoas e a vida das coisas – se relacionam e se (re) significam em espaços e tempos, produzindo e fomentando valores e visões de mundo os mais diversos.

Assim, por meio do reconhecimento de seu acervo como patrimônio material e imaterial de vasta importância para a identidade sociocultural local, o museu de moda, tornar-se-á um registro temporal de "gostos, costumes e formas de uso e produção de moda" (SANTOS, 2007: 02).

Com uma proposta semelhante, vários museus de moda no Brasil e no mundo trabalham com vistas à recolha, conservação e interpretação de documentos tais como o vestuário, acessórios, têxteis e materiais visuais,

buscando o exercício de sua função social por meio deste acervo, através da organização de aulas especializadas, visitas, exposições itinerantes palestras, seminários, cursos e simpósios para os mais diversos públicos (locais, nacionais e internacionais) que se tenham curiosidade ou que se interessem por estudos nesta área.

Dessa forma, o museu da moda se constituirá como um patrimônio público cultural de exposições permanentes, temporárias e de curta duração; como um ambiente de educação, interatividade e circulação do conhecimento para a comunidade agrestina e de outros lugares, consagrando-se, ainda, como instrumento e espaço de pesquisas, estágios e monitorias para estudantes e profissionais dos cursos Design e Museologia. Com isso, se pretende favorecer a compreensão do fenômeno da Moda, (eixo da economia regional) enquanto patrimônio histórico e experiência estética cotidiana.

A metodologia a ser empregada na elaboração do projeto do Museu da Moda e na elaboração da Exposição campanha leva em consideração que as linhas de ação desta proposta são etapas consecutivas, nas quais as definições realizadas em uma etapa refletirão em demandas específicas para as demais.

Na fase de Pesquisa, a proposta é alcançar o entendimento geral sobre museus de Moda no mundo e as especificidades deste Museu a ser implantado em Caruaru. Neste sentido, realizar-se-á o levantamento bibliográfico, pesquisa de campo e em sites, sobre museus de moda e congêneres e outras ações de salvaguarda e preservação de referências culturais ligadas à moda em várias partes do mundo. Esta ação conduzirá ao conceito do museu compreendendo as referências culturais de moda local construindo assim um repertório para estudos, formação e circulação do conhecimento do mesmo.

Ainda nesta etapa prevê-se o contato inicial do “Museu” com a sociedade, através da identificação de atores-chave do setor da moda e a coleta de suas narrativas de vida, com foco na experiência profissional, através de entrevistas semi-estruturadas. Podemos considerar como atores-chave desde estilistas locais com reconhecimento nacional e internacional até artesãos que enfrentam a fragilização de seus processos produtivos mediante a massificação trazida pelo desenvolvimento do Pólo Têxtil do Agreste; desde empresários de setor têxtil proprietários de grandes redes de lojas de tecidos e

aviamentos, que iniciaram suas carreiras vendendo linhas e botões na Feira de Caruaru, até costureiras/os que envolvem toda a sua família na produção de roupas para a feira da Sulanca.

Outro importante aspecto a ser investigado diz respeito ao acervo que comporá o Museu. Esta pesquisa será feita através do estabelecimento de um diálogo com a sociedade e com instituições e pessoas parceiras do Museu, que possam contribuir tanto na definição das peças do acervo como com a doação das mesmas. O acervo não deverá ser composto apenas por peças de vestuário, mas também por fotografias, material audiovisual, documentos, artefatos e toda forma de expressão de cultura material que se mostre relevante para a construção de uma narrativa coesa sobre a moda e seus significados para a sociedade. Como resultado da pesquisa será realizado uma exposição com o objetivo de demonstrar a importância do acervo à comunidade e aos possíveis futuros parceiros e, sobretudo no intuito de dar continuidade ao projeto do Museu da Moda.

Todas as atividades de Pesquisa serão realizadas principalmente pelo núcleo básico que constitui a equipe do projeto, sendo que a incorporação de estudantes de graduação de Design e Museologia serão especialmente enriquecedoras desta experiência, refletindo positivamente na formação destes estudantes. Todos os resultados da Linha de Ação da Pesquisa servirão de base para a formulação do Plano Museológico e do Projeto Museográfico.

4. Considerações finais

A narrativa reflexiva e salvaguarda da cultura de moda local e os impactos advindos da cultura hegemônica no Pólo de confecções do agreste pernambucano, e, sobretudo da trajetória histórica, tem sido tema norteador para delinear e problematizar as especificidades locais nas discussões acadêmicas e da equipe interdisciplinar do Museu de Moda em fase projetual. Tratar sobre esses efeitos no ambiente museal, o primeiro da área de moda a ser implantado na região, significa valorizar as ações culturais produtivas em transformação, e ainda ampliar as possibilidades do autoconhecimento dos diversos nichos sociais da cultura local. Sobretudo, apontamos ainda ser imprescindível o envolvimento da política pública, da comunidade acadêmica e local, em parceria, tanto na construção da idéia e conceito do museu quanto na

implantação do mesmo. E assim, é relevante ainda compreender como contribuição, o envolvimento com as questões problemáticas verificadas, no sentido de provocar a aproximação da sociedade que por muitas vezes se fragmenta mesmo estando inseridas no único espaço social.

Entretanto é importante salientar o quanto é complexo tratar em um museu o fenômeno dinâmico como a moda sem recair na exposição de um acervo estático que apenas apresenta a historicidade cronológica e de representação da memória da cultura material. Para tanto entendemos ser de extrema necessidade que o museu possibilite a disponibilização de diversas linguagens expográficas, tanto historiográfica quanto a discussão e reflexão a respeito dos impactos sócio-culturais da atualidade no pólo de confecções, no sentido de contribuir com o entendimento das ações do passado auxiliando na reflexão e na construção educacional e informacional da cultura local e nacional.

5. Bibliografia

ANDRADE, J., SOARES L. F. A. e HUCK, R. **Identidade cultural no Brasil**. Vargem Grande Paulista: A9 Editora,1999.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Tradução: Artur Morão. Lisboa: Edições 70 LDA, 2007.

BELK, Russell W. **Materialism and You**. In: Journal of Research for Consumers: Issue: 1, 2001. Disponível: <http://web.biz.uwa.edu.au/research/jrconsumers/consumer /index.asp?IssueID=9>. Acesso em: 10 jul. 2007.

BORGERSON, Janet. **Materiality, Agency, and the Constitution of Consuming Subjects: Insights for Consumer Research.** In: Advances in Consumer Research: volume 32, 2005.

CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas**: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade. Tradução: Heloísa P. Cintrão e Ana Regina Lessa. 2.ed. São Paulo: Edusp, 1998.

CHARTIER, R. "Cultura Popular": Revisitando um Conceito Historiográfico. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 8, n . 16, p.179-192, 1995

COSTA, F.Z. da N. **Notas do relatório final da Consultoria de Estilo e Design**. Projeto Oficina de Moda do APL da indústria do vestuário do Agreste Pernambucano, sob a coordenação do Sindicato das Indústrias do Vestuário do Estado de Pernambuco -SINDIVEST-PE e patrocínio do SEBRAE, 2004.

FADE/SEBRAE. **Estudo de Caracterização Econômica do Pólo de Confecção Econômica do Pólo de Confecções do Agreste Pernambucano**, 2003.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-modernismo**. Tradução: Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

GOMES, Sueli de Castro. **Uma inserção dos migrantes nordestinos em São Paulo: o comércio de retalhos**. In: Imaginario. [online]. dez. 2006, vol.12,

no.13 [citado 07 Novembro 2009], p.143-169. Disponível: World Wide Web: <http://pepsic.bvspsi.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413666X2006000200007&lng=pt&nrm=iso>. ISSN 1413-666X.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das letras. 1989.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo: Novas Abordagens ao Caráter Simbólico dos Bens e das Atividades de Consumo.** Tradução Fernanda Eugênio. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

_____. **Culture and Consumption II: Markets, Meaning, and Brand Management.** Bloomimington Indianápolis: Ed.: Indiana University Press, 2005.

MAFFESOLI, M**. No Fundo das Aparências**. Tradução: Bertha Halpern Gurovitz. 3ª edição. Petrópolis: Vozes, 2005.

MENESES, U. T. B. **Memória e cultura material: documentos pessoais no espaço público.** Novembro, 1997**. Disponível em: <**http://www.marilia.unesp.br/Home/Pesquisa/cultgen/Documentos/memoria_cultura_material_ulpiano_meneses.pdf> Acesso em: 10/05/2009

MESQUITA, C. **Moda Contemporânea**: Quatro Ou Cinco Conexões Possíveis. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2006.

MILLER, Daniel**. Teoria das Compras: O Que Orienta as Escolhas dos Consumidores**. São Paulo: Nobel, 2002.

_____ **Clothing as Material Culture**. Edited by Suzanne Klüster and Daniel Miller. New York: Berg, 2005.

_____Consumption. In **Handbook of Material Culture**. TILLEY, C.Y et al (Org.); London: Sage Publications Inc, 2006

SANTOS, D. O. M. dos; et. AL. **Moda, Museu e Memória***:* a moda em Pelotas através dos têxteis do Museu da Baronesa. XVI Congresso de Iniciação Científica, Pelotas: UFPel, 2007

SLATER, Don. **Cultura do Consumo e Modernidade**. Tradução: Dinah Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo. Companhia das letras. 1987.

Notas

[i] De acordo com Sueli de C. Gomes (2006), o termo sulanca vem das mercadorias feitas com retalhos de tecidos adquiridos pelos nordestinos no sul do país, mais precisamente no Brás em São Paulo. "*O retalho é industrializado, e se torna uma confecção (vestuário) de menor custo para toda a população de baixa renda, mantendo assim, por meio do vestuário, o baixo custo da manutenção e reprodução da população. Essa confecção de baixo custo e qualidade 'inferior' é mais conhecida como sulanc*a." (GOMES, 2006: 162)

[ii] Dados sobre a informalidade da economia local em RAPOSO, M.C. & GOMES. (org.). 2003. *Estudo da caracterização econômica do pólo de confecções do agreste pernambucano: relatório final apresentado ao SEBRAE – PE*. Recife, PE: FADE/UFPE.

[iii] Enquanto a globalização constitui os processos de natureza econômica e tecnológica, a mundialização representa a esfera dos processos culturais (ORTIZ, 2007).

[iv] Para Mesquita (2006) a moda enquanto sistema é caracterizado pela velocidade e instabilidade: a efemeridade é o cerne da noção de moda. No entanto, segundo a autora, o que faz da moda uma vertente significativa na atualidade não é apenas a idéia de multiplicidade que exploramos acima, mas as demais características que regem também o atual funcionamento socioeconômico, artístico e cultural.

[v] "Plano Museológico trata de estabelecer a missão e os programas do museu, as suas diretrizes de funcionamento e as orientações necessárias para o desenvolvimento de projetos e atividades específicos" (Portaria Normativa nº1, 05/07/2006 - Plano Museológico dos Museus do IPHAN)