

Referências Bibliográficas

ABREU, Dener. *Dener: o luxo*. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

ADORNO, Theodor. *A indústria cultural*. In: COHN, Gabriel (Org.). *Theodor W. Adorno*. São Paulo: Ática, 1986.

ALLÈRE, Danielle. *Luxo...Estratégias de marketing*. São Paulo: Editora FGV, 2000.

ALVES, Cosette. Maison Christian Dior chega ao Brasil em 99. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 10 maio 1998. Negócios.

ANDERSON, Chris. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. São Paulo: Campus/Elsevier, 2006.

ANTUNES, Laura. Ipanema, a preferida das grifes estrangeiras. Disponível em: <<http://www.Oglobo.com.br/rio>>. Acesso em: 24 ago. 2004.

_____. Ipanema, o endereço em duplicata da moda. *O Globo*, Rio de Janeiro, p. 21, 13 maio 2007.

_____. Quem gosta de luxo espera na fila. *O Globo*, Rio de Janeiro, p. 28, 9 set. 2007.

_____; HELENA, L. Loucuras milionárias. *Revista O Globo*. Rio de Janeiro, p. 43-47, 12 dez. 2004.

ARENDT, H. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.

ARNOLD, Martin. Grupos de Private Equity miram grifes de luxo. *Financial Times*. Em *Valor*, B 4, 29 maio 2007.

AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994.

AWI, Fellipe. *Sangue bom: os nobres brasileiros se agitam para as celebrações de 200 anos da chegada da família real ao Brasil*. *Revista O Globo*. Rio de Janeiro, p. 26-30, n.170, 28 out. 2007. Matéria de capa.

BACKES, Nancy. Reading the shopping mall city. *Journal of Popular Culture*, v. 31, n. 3, p.1-17, 1997.

BARTHES, Roland. *A câmara clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BAUDOT, François. *Moda do século*. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1995.

_____. *O sistema dos objetos*. 4 ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.

BENSON, T. Brazil's 'temple of luxury' becomes symbol of excess. *International Herald Tribune*, July 2005. Disponível em:
<<http://www.iht.com/articles/2005/07/15/business/daslu.php>>.

BERGER, Arthur. *Signs in contemporary culture*: introduction to semiotics. Wisconsin: Sheffield Publishing Company, 1989.

BHABHA, Homi. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

BOURDIEU, Pierre. *Distinction*: a social critique of the judgment of taste. Cambridge: Harvard University Press, 1984.

_____. *Outline of a theory of practice*. New York: Cambridge University Press, 1995.

_____. *Razões práticas*: sobre a teoria da ação. Tradução de Mariza Corrêa. Campinas: Papirus, 1996.

_____. *O poder simbólico*. 8 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

BURROWES, Patrícia. Pronto para o consumo. In: ENCONTRO ANUAL DA Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação COMPOS, 15, 2006, Bauru. *Anais...*Bauru: UNESP-Bauru, 6-9 de junho de 2006.

CAIAFA, Janice. *Aventura das cidades*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CALMON, J.; CÉSAR, M. É tudo free: como se não bastassem a fama e as gordas contas bancárias, artistas comem, malham e se vestem de graça. *Domingo*, Rio de Janeiro, *Jornal do Brasil*, p. 20-24, 10 set. 2006.

CANCLINI, Nestor. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

CARLONI, Carol. O Andy Warhol da Louis Vuitton. *IstoÉ Dinheiro*, São Paulo, v. 319, p. 74-75, 8 out. 2003.

CAROZZI, Elaine. Mercado de luxo no mundo e no Brasil e Christian Dior. Disponível em: <<http://www.espm.br/centraldecases>>. Acesso em: 24 out. 2007.

CARRANCA, Adriana. Milionários buscam exclusividade. Disponível em: <http://estadao.com.br/estadaodehoje/2007819/not_imp37111,0.php>. Acesso em: 20 set. 2007.

CASTILHO, K.; VILLAÇA, N. (Orgs.). *O novo luxo*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2006.

CERQUEIRA, Sofia. A passarela do Leblon. *Veja-Rio*, Rio de Janeiro, p.15-19, 1 out. 2007.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. 11 ed. Petrópolis: Vozes, 1994. v. 1: Artes de fazer.

CHARNEY, Leo. Num instante: o cinema e a filosofia da modernidade. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa (Orgs.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p. 386-408.

CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa (Orgs.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2001.

CHARSLEY, Simon. *Wedding cakes and cultural history*. New York: Routledge, 1992.

CRARY, Jonathan. *Techniques of the observer: on vision and modernity in the nineteenth century*. London: MIT Press, 1992.

DAMATTA, Roberto. Vendendo totens – prefácio prazeroso para Everardo Rocha. In: ROCHA, Everardo. *Magia e capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 2001.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1997.

_____; GUATTARI, F. *Mil platôs*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995. v. 2: Capitalismo e esquizofrenia.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

DUBOIS, B.; PATERNAULT, C. Understanding the world of international luxury brands: the ‘dream formula’. *Journal of Advertising Research*, July/Aug. 1995.

DURKHEIM, Emile. *The rules of the sociological method and selected texts on sociology and its method*. New York: The Free Press, 1982.

_____. *The division of labor in society*. New York: The Free Press, 1984.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. 6 ed. São Paulo: Perspectiva, [1964] 2004a.

_____. *História da beleza*. Rio de Janeiro: Record, 2004b.

ESQUENAZI, Rose. O diabo veste Dior. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 16 set. 2007. Revista Ponto TV, p. 24-25.

FASANO À BEIRA MAR. *Veja-Rio*, Rio de Janeiro, p. 21-27, 15 out. 2007.

FELIX, Jorge. Uma vitrine à prova de crise. Disponível em:
<<http://www.nominino.ibest.com.br>>. Acesso em: 5 jan. 2004.

FERREIRA, R. Yves Saint-Laurent, a despedida do mito. Disponível em:
<http://www.terra.com.br/istoedinheiro/229/negócios/229_yves_saintlaurent.htm>
Acesso em: 10 mar. 2006.

FILGUEIRAS, Roni. Desfile de piadas em que o forte são as atuações. *O Globo*, Rio de Janeiro, 2 set. 2006. Caderno Ela, p. 6.

FOCUS ON: LUXURY BRANDING. In: The Brand Consultancy Knowledge Board. News, trends and ideas that illuminate the future of brand strategy. Issue 30. 20 June 2002.

FONSECA, Ricardo. *Clube dos clubes. Wish Report*, ano 4, n. 18, p. 160-162, 2007.

FOROCHAR. Maximum luxury. *Newsweek*, 25 May 2005. The Good Life, Edição Especial do Luxo.

FORSTER, R.; RANUM, O. (Org.). *Ritual, religion and the sacred*. Baltimore: The John Hopkins University Press, 1982.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir*. Petrópolis: Vozes, 1977.

_____. “Dois ensaios sobre o sujeito e o poder”. ICHF/UFF. 1989. Tradução Lília Valle e revisão de Silvia Aguiar do texto “Deux essais sur le sujet e le pouvoir”. In: DREYFUS, H.; RABINOW, P. (Orgs). *Michel Foucault: un parcours philosophique*. Paris: Gallimard, 1989.

_____. *Microfísica do poder*. 12 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1996.

_____. *Isto não é um cachimbo*. 3 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

_____. *A ordem do discurso* [1970]. 12 ed. São Paulo: Loyola, 2005.

_____. A governamentalidade [1978]. In: MOTTA, Manuel Barros (Org.). *Estratégia, poder-saber*. Ditos e escritos. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006. v. 4, p. 281-305.

FRANÇA, Andréa. Foucault e o cinema contemporâneo. *Alceu: revista de comunicação, cultura e política* do Departamento de Comunicação Social da PUC/RJ, Rio de Janeiro, n. 10, 2005, p. 30-39.

FRANK, Robert. *Richistan – A journey through the American Wealth Boom and the Lives of the New Rich*. New York: Crown Publishers, 2007.

FREIRE FILHO, João. A celebração do ordinário na TV: democracia radical ou neopopulismo midiático? In: _____; HERSCHMANN, M. (Org.). *Novos rumos*

da cultura da mídia: indústrias, produtos e audiências. Rio de Janeiro, Mauad X, 2007.

FREYRE, Gilberto. *Açúcar: uma sociologia do doce, com receitas de bolo e doces do Nordeste do Brasil.* [1939]. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

_____. *Casa-grande & senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal.* [1933]. 50 ed. São Paulo: Global, 2005.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas.* Rio de Janeiro: Zahar, 1989.

GIL, Antonio Carlos. *Pesquisa social: métodos e técnicas.* [1939]. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GITSIO, Fabiana. De marca exclusiva a luxo fashion: Louis Vuitton completa 150 anos moderna e venerada em escala planetária. *Forbes Brasil*, p. 61-63, 12 mar. 2004.

GOETZ, Adrien. *Marie-Antoinette style.* New York: Assouline Publishing, 2005.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana.* 14 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

GOLDE, Peggy. (Org.). *Women in the field: anthropological experiences.* Berkeley: University of California Press, 1986.

GOLDENBERG, Mirian. *A arte de pesquisar.* 9 ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

GOODY, Jack. *The development of the family and marriage in Europe.* Cambridge: Cambridge University Press, 1983.

GREGOLIN, Rosário. *Foucault e Pêcheux na análise do discurso: diálogos e duelos.* São Carlos: Editora Clara Luz, 2004.

GRILO, C.; BRISSOLA, F. Requite no ponto certo: altos investimentos em novas lojas ampliam comércio de rua em Ipanema. *Veja Rio*, Rio de Janeiro, p. 12-17, 24 nov. 2003.

HALL, Edward. *The hidden dimension.* [1966]. New York: Anchor Book, 1990.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade.* 10 ed. Rio de Janeiro: D P& A, 2005.

HENDLER; LINNEKIN. Tradition: genuine or spurious? *Journal of American Folklore*, v. 97, n. 385, p. 273-290, 1984.

HERINGHAUS, R. *History of department store.* Universidade de Stuttgart, maio 2002. Disponível em: <http://www.acs-onweb.de/magazine/magazine_mmm_dep_stores.htm>.

HILTON, Matthew. The legacy of luxury: Moralities of consumption since the 18th century. *Journal of Consumer Culture* 2004; 4; 101. Sage Publications. Disponível em: <<http://joc.sagepub.com/cgi/content/abstract/4/1/101>>.

ISAAC, Jeffrey. *Arendt, Camus and modern rebellion*. New Haven: Yale University Press, 1992.

KERCKHOVE, Derrick. *A pele da cultura*. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

KÖHLER, Carl. *História do vestuário*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

KRIEGER, Renate. Dior? J'Adore!: perfil John Galliano. *Wish Report*, n. 17, p. 112-118, 2007.

LECOMPTE, M.; PREISSLE, J. *Ethnography and qualitative design in educational research*. 2 ed. San Diego: Academic Press, 1993.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *O pensamento selvagem*. 5 ed. São Paulo: Papirus, 2005.

_____; ERIBON, D. *De perto e de longe*. São Paulo: Cosac & Naify, 2005.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999a.

_____. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 1999b.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, E. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LUXURY INSTITUTE ANALYSIS: The number of Wealthy U.S. Households Increased 51% in the Last Four Years. Disponível em: <<http://www.marketwire.com/release.do?id=769126&k=> de 12/10/2007>. Acesso em: 25 out. 2007.

MACFARLANE, Alan. *História do casamento e do amor: Inglaterra, 1300-1840*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

MARGOLIS, Mac. Maximum luxury. *Newsweek*, p. 39-43, 25 May 2005.

MARINHO, A.; Cezimbra, M. Os inventores de moda. *Revista O Globo*, Rio de Janeiro, n. 142, 17 set. 2006.

MARRA, Heloisa. Todos querem ser elas: radiografia de estilo. *O Globo*, Rio de Janeiro, 2 set. 2006. Caderno Ela, p.1 e 4-6.

MARTIN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações*. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MARTINS, Marília. A nova musa de Miele. *O Globo*, Rio de Janeiro, 24 mar. 2007a. Caderno Ela, p. 1-2.

_____. A rainha da moda. *O Globo*, Rio de Janeiro, 14 abr. 2007b. Ciência, p. 40.

MATTELART, A.; Mattelart, M. *História das teorias da comunicação*. 7 ed. São Paulo: Loyola, 2004.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva [1923]. In: _____. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MCCRACKEN, G. *Cultura e consumo*: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MCLUHAN, Marshal. *Understanding media*. London: Abacus, 1974.

MENKES, Suzy. Is luxury's eternal triangle eternal?. *International Herald Tribune*, 5 Dec. 2002.

MILIONÁRIOS DETÊM RIQUEZA EQUIVALENTE A MEIO PIB DO BRASIL. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u312011.shtml>>. Acesso em: 15 jul. 2007.

MILL, John Stuart. *The subjection of women*. New York: Prometheus Books, 1986.

MILLER, Daniel. *Teoria das compras*. São Paulo: Nobel, 2002.

MORIN, Edgar. *Cultura de massa no século XX*. [1962]. 9 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. v. 1: Neurose.

NOVAES, Carolina. Destemida. *O Globo*, Rio de Janeiro, 29 ago. 2007. Caderno Ela, p. 4.

NOVAES, Sissi. Quem é quem na moda? *Elle Brasil*, p. 72-78. jun. 2003.

OGDEN, James. *Comunicação integrada de marketing*. São Paulo: Makron, 2002.

O'HARA, Georgina. *Enciclopédia da moda*. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. 5 reimpr. São Paulo: Brasiliense, 2003.

PACCE, LÍlian. *Pelo mundo da moda: criadores, grifes e modelos*. São Paulo: Editora Senac, 2006.

PILLE, Lolita. *Hell-Paris-75016*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2003.

POCHNA, Marie-France. *Dior*. São Paulo: Cosac & Naify, 2000.

OS PODEROSOS DA MODA. *Revista O Globo*, Rio de Janeiro, n. 112, 17 set. 2006.

POLONI, Gustavo. A nova cara do poder global. *Exame*, São Paulo, v. 901, p 24-31, 12 set. 2007.

PONTES, Heloisa (Org.). *Cadernos Pagu: o risco do bordado*. Campinas: Núcleo de Estudos de Gênero – PAGU da Universidade Estadual de Campinas, jan./jun. 2004.

O PREÇO DE UM VIP. *Veja-Rio*, Rio de Janeiro, p. 22-28, 8 ago. 2007.

PROPATO, Valéria. Inventores de perfumes: profissionais de nariz sensível e imaginação fértil criam aromas para o mercado de U\$ 100 bilhões por ano. *IstoÉ Dinheiro*, São Paulo, 26 ago. 1998. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoe/comport/150815.htm>>. Acesso em: 22 out. 2007.

RAPPAPORT, Erika. Uma nova era de compras: a promoção do prazer feminino no West End londrino, 1909-1914. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa (Orgs.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p. 187-221.

REIS, Ana Cristina. A nova musa de Marc Jacobs. *O Globo*, Rio de Janeiro, 12 maio 2007. Caderno Ela, p. 12.

REIS DO LUXO NO BRASIL. *IstoÉ Dinheiro*, São Paulo, n. 348, 5 maio 2004.

ROCHA, Everardo. *A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

_____. *Jogo de espelhos: ensaios de cultura brasileira*. Rio de Janeiro, Mauad, 1996.

_____. *Magia e capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 2001.

_____. Animais e pessoas: as categorias de natureza e cultura nos anúncios publicitários. *Alceu: revista de comunicação, cultura e política do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 11, jul./dez. 2005.

_____. Coisa estranhas, coisa banais: notas para uma reflexão sobre o consumo. In: _____; MENDES DE ALMEIDA, M. I.; EUGENIO, F. (Org.). *Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens*. Rio de Janeiro: PUC-Rio/ Mauad, 2006a.

_____. *Representações do consumo*: estudos sobre a narrativa publicitária. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio/ Mauad, 2006b.

RODRIGUES, Jorge. Fixe a nova buzzword: “Masstige”. *Harvard Business Review*, v. 81, n. 4, Apr. 2003.

RODRIGUES, José Carlos. Uma paixão cega pelos meios visuais?. *Alceu*: revista de comunicação, cultura e política do Departamento de Comunicação Social da PUC/RJ, Rio de Janeiro, n. 11, 2005.

ROHWEDDER, Cecile. Tweed, matelassê, diamantes: Chanel mescla tradição e modernidade para atrair novas gerações. *The Wall Street Journal of Américas*. Em: *O Estado de São Paulo*, São Paulo, B9, 13 out. 2003.

ROLNIK, Suely. Subjetividade e história. *Revista do NUDECRI UNICAMP*, Campinas, v. 1, p. 49-61, 1995.

RUSSEL BERNARD, H. *Research methods in anthropology*: qualitative and quantitative approaches. 2 ed. Walnut Creek: Altamira Press, 1994.

SÁ, Fátima. Lenny Niemeyer: A anfitriã da moda. *Veja-Rio*, Rio de Janeiro, p. 20-24, 20 jun. 2007.

SAMBRANA, Carlos. Luxo domina o Brasil. *IstoÉ Dinheiro*, São Paulo, n. 348, p. 62-70, 5 maio 2004.

SCHMOLLGRUBER. La foi en question. 1^{er} avril, 2005. Disponível em: <http://www.semiosite.com/outils_methodes.htm>.

SEGALEN, Martine. *Historical anthropology of the family*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

SEM CRISE. *Revista Encontro*, n. 21, nov. 2003.

SHOLLENBARGER, M. Randall A. Ridless constructs a Francophile fantasy for Bergdorf Goodman's Fifth Avenue store. *Interior Design*, Sept. 2004. Disponível em: <http://www.interiordesign.net/id_article/CA455286/id?stt=001>

SILVERSTEIN, J.; FISKE, N. Luxo para as massas. *Harvard Business Review*, v. 81, n. 4, p. 34-43, Apr. 2003.

SIMMEL, G.. In: CHARNEY, Leo. Num instante: o cinema e a filosofia da modernidade. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa (Orgs.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p. 386-408.

_____. In: MCCracken, G. *Cultura e consumo*: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

SINGER, Ben. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa (Orgs.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p. 115-148.

SLATER, Don. As liberdades do mercado. In: _____. *Cultura do consumo & modernidade*. São Paulo: Nobel, 2002. p. 40-66.

SOZZANI, Franca. *Dolce & Gabbana*. São Paulo: Cosac & Naify, 2000.

STACK, Carol. *All our kin: strategies of survival in a black community*. New York: Harper & Row, Publishers, 1975.

STEIN, Joel. Mess of a salesman: undercover at Stella McCartney. *Time Magazine*, p. 14, Spring 2003.

STEINBERG, Fabio. Meu iate é maior que o seu. *Exame*, São Paulo, v. 901, p. 112-114, 12 set. 2007.

TABAK, Susan. *Chic in Paris: Style secrets and best addresses*. New York: Paris Personal Shopper, 2006.

TAMILIA, R. *The wonderful world of the department store in historical perspective: a comprehensive international*. University of Quebec, 2002. Disponível em: <<http://www.faculty.quinnipiac.edu/charm/dept.store.pdf>>.

TASCHEN, Angelika. *Paris: shops & more*. Berlin: Taschen, 2007.

TEIXEIRA, A. Daslu vai montar shopping de luxo. *IstoÉ Dinheiro*, São Paulo, n. 314, 3 set. 2003.

THE GOOD LIFE. *Newsweek*, 25 May 2005. Edição Especial do Luxo.

TIERSTEN, Lisa. *Marianne in the market: envisioning consumer society in fin-de-siècle France*. Berkeley: University of California Press, 2001.

VALE, J.; ANTUNES, L. De Rockefeller aos bilionários do mundo emergente. *Exame*, São Paulo, v. 901, p. 32-38, 12 set. 2007.

VALENTINO. Is there a future in fashion's past?. *Time Magazine*, p. 20, Spring 2003.

VAN GENNEP, Arnold. *The rites of passage*. Chicago: The University of Chicago Press, 1960.

VASONE, Carolina. Ícone máximo do luxo é adquirir emoções e não produtos. Disponível em: <<http://moda.uol.com.br/ultnot/2005/08/25/ult630u3419.jhtm>>. Acesso em: 24 ago. 2006.

VEBLER, Thorstein. *A teoria da classe ociosa*. 2 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1985.

VIGARELLO, Georges. *História da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

VITRINES DE OURO. *Veja São Paulo*, São Paulo, maio de 2005. Edição Especial.

WAGNER, Roy. *The invention of culture*. Chicago: The University of Chicago Press, 1981.

_____. *Symbols that stand for themselves*. Chicago: The University of Chicago Press, 1986.

WEBER, Caroline. *Queen of fashion*. New York: Henry Holt and Company, 2006.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

WEISBERGER, Lauren. *The devil wears Prada*. New York: Doubleday, 2003. Edição brasileira: *O diabo veste Prada*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

WILDE, Oscar. *Salomé* [1891]. São Paulo: Landy, 2002.

Anexos

Anexo 1

Avenue Montaigne, Paris.



Anexo 2

Loja de luxo na Avenue Montaigne, Paris.



Anexo 3

Loja de departamento – Galeries Lafayette, Paris



Anexo 4

Loja de departamento – Au Printemps, Paris



Anexo 5

Pórtico - Joalheiro, Chicago, Estados Unidos



Anexo 6

Pórtico – Joalheiro Van Cleef & Arpels, Place Vendôme, Paris.



Anexo 7

Flagship store de Louis Vuitton em construção - Avenue des Champs-Élysées, Paris.



Anexo 8

Louis Vuitton – Avenue Montaigne, Paris.



Anexo 9

Valentino - Rue du Faubourg Saint-Honoré, Paris.



Anexo 10

John Galliano – Rue du Faubourg Saint-Honoré, Paris.

