

A mulher e a herança francesa de cultura de moda no Brasil moderno

Luísa Assunção Pesché¹

Resumo: O presente estudo tem por objetivo refletir sobre a evolução social da mulher brasileira moderna e sua relação com a cultura de moda francesa, principalmente durante o período da Belle Époque no Brasil. Tem-se a intenção de observar em que medida a cultura de moda francesa contribuiu com o status da mulher na sociedade brasileira de elite e de que maneira a « variante cultural » da moda que surge no Brasil contribui com a representação da mulher brasileira moderna. Aspectos simbólicos que contornam esse processo – revelados pela arte e pela literatura, por exemplo - possuem extrema importância para a análise.

Palavras-chave: moda, mulher, belle époque.

O fim da era romântica chega com o final do século XIX na Europa e com isso a imagem da mulher romantizada vai ficando para trás. As artes e a literatura bem o mostraram: a heroína romântica dá lugar à heroína-mulher fatal. Esta última corresponde à nova mulher, à mulher moderna que surge no plano social.

O período da “modernidade” revoluciona as estruturas da vida social e privada das famílias ocidentais e redefine códigos e valores morais e de gênero na urbe. Tudo isso em consequência dos processos industriais e da emergência do capitalismo. A secularização revela novas formas de manifestação do indivíduo e as mulheres, principalmente, se apoiam na moda para se afirmarem na vida pública.

No Brasil, o início da vida urbana moderna funciona praticamente a partir da mesma lógica dos grandes centros europeus, principalmente Paris. O Rio de Janeiro (capital do Brasil no período) e a cidade de São Paulo são os principais centros urbanos do país. Nestas cidades - do mesmo modo que a capital francesa - a mulher de elite se faz “peça” central na evolução urbana usando a moda como ferramenta fundamental de expressão.

Salientemos que Paris é considerada a capital cultural et intelectual do século XIX, e até hoje é conhecida como a capital da moda. Walter Benjamin associa a moda *fin-de-siècle*

¹ Doutoranda em estudos lusófonos na Universidade Sorbonne Nouvelle Paris 3. E-mail: lf.assuncao@hotmail.com. O presente artigo é em grande parte resumo de um dos subcapítulos da tese intitulada “A mulher fatal na literatura brasileira: ecos de um mito decadente”.

com Paris em seu *Livre des passages* (1997). Segundo o filósofo, a moda parisiense é referência para todo o mundo. Os *grands magasins* da cidade-luz são catedrais da moda para as mulheres modernas. Grandes reflexões sobre a cultura de moda francesa no século XIX foram apresentadas ainda por ROCHE (1989), PERROT (1981, 1984) et LIPOVETSKY (1987).

A moda pode ser considerada como uma verdadeira linguagem (BARTHES, 1967). Um fenômeno social implantado na cultura e na estrutura da sociedade ocidental, que influencia de maneira considerável as relações entre os indivíduos por seu significado. Pensar a moda é ir muito além do que a ideia de uma mera manifestação de vaidade humana; é lidar com imagens e símbolos que permitem interpretar questões sociais. O que vestimos varia de acordo com as mudanças do mundo e vice-versa, diz BARTHES (id.).

Au Brésil comme ailleurs en Amérique latine et dans le monde, la plupart des révolutions des XIX^e et XX^e siècles ont été accompagnées de révolutions vestimentaires, souvent vécues comme telles par leurs acteurs. Dans la civilisation occidentale, la “simple apparence” est une des formes les plus importantes de l’énoncé symbolique. La mode participe, dans ces conditions, aux remodelages sociaux, contribue à définir des manières de vivre, implique certains comportements². (ROLLAND, 2003, p.69).

Com efeito, a vestimenta, objeto arquetípico da moda, ganha um espaço consideravelmente importante na mudança social na transição dos séculos XIX e XX. A mulher, a moda e a cidade se confundem em uma evolução frenética que fascina e ao mesmo tempo assusta a sociedade e principalmente o imaginário masculino: “promiscuité, mélange, expression excessive d’erotisme et de sensualité menacent l’ordre des rapports entre les sexes³” (SCHPUN, 1997, p. 251). Patriarcas, médicos, artistas, escritores... homens urbanos em geral se manifestam em grande parte face à transformação feminina⁴. Muitas destas

² “No Brasil, na América Latina e no resto do mundo, a maior parte das revoluções nos séculos XIX e XX foram acompanhadas de revoluções vestimentares, na maior parte do tempo vividas como tais por seus atores. Na civilização ocidental, a “simples aparência” é uma das formas mais importantes do enunciado simbólico. A moda participa, nestas condições, das remodelagens sociais, contribua à definir modos de viver, implica certos comportamentos” (As citações em língua francesa são traduzidas pela autora do artigo).

³ “(...) promiscuidade, mistura, expressão excessiva de erotismo e de sensualidade ameaçam a ordem das relações entre os sexos”.

⁴ Sobre as manifestações da medicina e principalmente da psiquiatria em relação a mulher moderna ver ENGEL, Magali. Psiquiatria e feminilidade. In: PRIORE, Mary Del. (Org.) História das Mulheres no Brasil. São Paulo: Contexto, 2000. Amplamente disseminada, a imagem da mulher como ser naturalmente ambígua adquiria, através dos pinceis manuseados por poetas, romancistas, médicos, higienistas, psiquiatras, e mais tarde psicanalistas, os contornos de verdade cientificamente comprovada a partir dos avanços da medicina e dos saberes afim (p. 332).

manifestações revelavam o caráter ambíguo das mulheres. A mulher torna-se um ser estranho sob o olhar do homem, um ser antinatural e fatal⁵.

É no final do século XIX que as mulheres ultrapassam os muros de suas casas para conquistarem as ruas, e mais que isso, a independência. Não é a toa que o século XX é chamado de “século das mulheres” (MOTTA, 2012, p. 85) e a *Belle époque*⁶ é chamada de “Belle Époque das mulheres” (LE GUENNEC; ZMELTY, 2013). No Brasil não é diferente, a “sociedade recém-saída da escravidão e do Império tenta se aprumar como *Belle Époque*, com modos e modas ‘parisienses’, mais finos e tipicamente burgueses”⁷.

A transição secular no Brasil anuncia novas formas de vestir abandonando os vestidos cobertos do século passado. A vestimenta é a ferramenta que permite visualmente a afirmação da personalidade feminina e representa para a mulher “a exploração da própria aparência através do vestir-se como a única alternativa de desempenho em sociedade para os papéis de esposa e mãe” (STEIN, 1984, p. 38). A mulher deseja se soltar das amarras da ordem patriarcal, tanto no plano social como fisicamente. Saindo de seus sobrados pouco a pouco elas ganham as ruas. A liberdade de “ser” acaba intrínseca a do “parecer”, a liberdade de espírito é também a liberdade do corpo.

Peças com cortes mais elaborados, tecidos mais leves, decotes e ornamentos variados começam a ser adotados sem moderação. Como observa Stein (*op.cit.*, p. 36): a roupa da mulher “enveredava por uma complicação de rendas, bordados e fitas”. A mulher pretende mostrar-se e ser vista através do veste e do que usa.

No Brasil do final do século, “os círculos sociais se ampliam, as mulheres da elite saem às ruas e salões exibidas e *coquettes*, rapazes ambiciosos abraçam profissões liberais e adentram os salões das melhores famílias” (D’INCAO, 1997, p. 238). Os bailes e festas da elite tradicional é um dos cenários principais de sociabilidade das mulheres. Solteiras e casadas frequentam os salões, mas também os teatros, as óperas e os cafés-concerto.

Mais necessária para a mulher, bloqueada antes e depois do casamento por uma moral puritana, que para o homem, principalmente o elegante, o qual antes e depois do casamento, circulava com desenvoltura entre os dois mundo, o monde e o demi-monde (STEIN, 1984, p. 37).

⁵ Sobre o imaginário decadente da mulher fatal consultar a obra de DOTTIN-ORSINI, Mireille, *Cette femme qu’ils disent fatale*, Paris, Grasset, 1993.

⁶ A *Belle Époque* no Brasil é o período considerado entre a proclamação da república (1889) e a semana de Arte moderna (1922).

Além dos cenários de festa, homens e mulheres se exibiam nos eventos esportivos, como assinala Mary del Priori:

Os turfísticos, por exemplo, eram a oportunidade de “entrar na sociedade” e de apresentar-se à “nata”, espaço para a escolha de um bom partido e para namorar: “As mulheres vão ao Jôquei Clube para exhibir-se, para flertar. Os homens para ver as mulheres elegantes e jogar”, informa um cronista de jornal (PRIORI, 2000).

Assiste-se desta forma a uma legítima integração social da mulher na vida pública. O espaço urbano que representa a visão do “civilizado” é caracterizado por uma atmosfera “à la française”, que modela a mulher moderna. No Rio de Janeiro, as jovens da rua do Ouvidor imitam “tique-tique afrancesado”, aponta Machado de Assis em seu romance *Dom Casmurro* (1989). Esta rua que possui somente oitocentos metros de extensão representa uma verdadeira vitrine da vida elegante da *Belle Époque* tropical.

A moda vinha normalmente direto de Paris ou, quando realizada na capital brasileira, era feita pelas mãos de costureiras francesas que ali se instalavam. Sant’anna (2012, p. 105) aponta que “modistas e cabelereiros famosos atendiam a mulheres ansiosas em acompanhar as modas parisienses e mostrar bom gosto nos saraus, espetáculos e outros eventos organizados pela elite carioca”.

É interessante ressaltar que um projeto de ampliação da rua foi proposto na época e Machado de Assis se manifestou contra alegando o seguinte:

[...] se a rua ficar mais larga para dar passagem a carros, ninguém irá de uma calçada a outra, para ver uma senhora que passa — nem a cor de seus olhos, nem o bico de seus sapatos, e onde ficará em tal caso o ‘culto do belo sexo’ se lhe escassearem os sacerdotes⁸.

Jeffrey Needel aponta que “em termos simbólicos, a rua do ouvidor era a Europa” (1993, p. 193). Por isso se diz que a moda brasileira nasceu ali. Joaquim Manoel de Macedo em sua crônica *Memórias da Rua do Ouvidor* (1858) reconhece a importância da moda e dos costumes trazidos da França nas damas fluminenses: “nem uma desde 1822 prestou-se mais a ir a saraus, a casamentos, a batizados, a festas e reuniões sem levar vestido cortado e feito por

⁸ Ver crônica publicada na Gazeta de Notícias, Rio de Janeiro, em 13 de agosto de 1893.

modista francesa da Rua do Ouvidor⁹”. Este argumento prova que a aparência pelo artifício da moda se torna um dos princípios de identificação da mulher brasileira moderna.

“Uma cidade é um corpo de pedra com um rosto. O rosto da cidade fluminense é esta rua, rosto eloquente que exprime todos os sentimentos e todas as idéias¹⁰”, declara Machado de Assis. Numa percepção simbólica, pode-se dizer que a cidade é uma mulher. A representação da cidade e da mulher se aproximam quando percebidas como símbolos de modernidade de um país. Uma é o palco, a outra a atriz, a heroína do espetáculo. A arquitetura urbana se confunde com o corpo feminino. A cidade e a mulher representam o cotidiano urbano civilizado, e as duas se exibem à modernidade.

Baudelaire, em sua obra *Peintre de la Vie Moderne*, teoriza a diferença dos sexos e enfatiza as mudanças que a era industrial provocou nas mulheres. O escritor faz apologia à mulher moderna e urbana evocando a *coquetterie*, os artificios : a maquiagem e a moda. O poeta decadente observa as mulheres na cidade, é o *flâneur* que ambula pelas ruas encantado com a paisagem e com as pessoas. O surgimento da figura do *flâneur* traduz o espírito da mobilidade urbana, uma lógica da modernidade. Para Weigel (2004, p.97), “le sujet moderne, personnifié par le type du flâneur, se promène à travers la ville comme à travers un corps¹¹”. Um corpo feminino e dúbio: “la mère et la putain, le refuge et la séduction¹²” .

João do Rio, pseudônimo de Paulo Barreto, é o “crítico da vida moderna” da *Belle Époque* brasileira. O cronista escreveu sobre o Rio de uma forma similar a que Baudelaire escreveu sobre Paris. O poeta francês é fonte de inspiração para João do Rio que se diz igualmente um *dandy*, um *flâneur*, um “errante” urbano que conta em suas reportagens tudo o que vê na cidade. Para João do Rio, as ruas “tem uma alma”, as ruas são “um ser vivo” (LIMA; NASCIMENTO, 2013). Seus escritos comportam uma reflexão sobre os binômios tradição-progresso e evolução-decadência face às transformações do início do século XX, marcadas principalmente pelo “bota-abaixo”: plano urbano de renovação da arquitetura e do urbanismo do Rio de Janeiro criado pelo prefeito da época, Francisco Pereira Passos. O objetivo era reconstruir a cidade a partir do estilo Haussmaniano¹³ de Paris afim de tornar a

⁹ Joaquim Manuel de Macedo, Memórias da Rua do Ouvidor, crônica disponível em <http://www.santoandre.sp.gov.br/pesquisa/ebooks/343571.pdf>, acessado em 02 julho de 2014.

¹⁰ Machado de Assis, Tempos de Crise, disponível em <http://www.machadodeassis.ufsc.br/obras/contos/avulsos/CONTO,%20Tempo%20de%20crise,%201873.htm>, acesso em 02 julho de 2014.

¹¹ “O sujeito moderno, personificado pelo tipo *flâneur*, passeia através da cidade como através do corpo”.

¹² “A mãe e a prostituta, o refúgio e a sedução”.

¹³ Georges Eugène Haussmann foi o prefeito de Paris, responsável por grandes mudanças na urbanização da cidade-luz do Second Empire.

cidade mais moderna, limpa e dinâmica.

A nova mulher urbana é observada por João do Rio. Um dos “tipos urbanos” citados pelo cronista é o das “meninas (que) cheiram a cidade-nova¹⁴”. As “modern girls¹⁵” inspiram João do Rio. Elas são, segundo o escritor:

um expoente da vida nova, a vida do automóvel e do velívolo. O homem brasileiro transforma-se, adaptando de bloco à civilização; os costumes transformam-se; as mulheres transformam-se. A civilização criou a suprema fúria das precocidades e dos apetites. Não há mais crianças. Há homens. As meninas, que aliás sempre se fizeram mais depressa mulheres que os meninos homens, seguem a vertigem. E o mal das civilizações, com o vício, o cansaço, o esgotamento, dá como resultado as crianças pervertidas. Pervertidas em todas as classes; nos pobres por miséria e fome; nos burgueses por ambição de luxo; nos ricos por vício e degeneração. Certo, há muitíssimas raparigas puras. Mas estas, que se transformaram com o Rio, estas que há 10 anos tomariam sorvete de olhos baixos e acanhadas, estas são as *modern girls*.

Em “Modern Girls”, João do Rio – como bom poeta *fin-des-siècle* – consegue registrar o comportamento feminino da *Belle Époque* carioca o qual ele define como um “mal social”. A crítica ao universo frívolo das aparências que a modernidade impõe é clara. As moças “são modernas, elas são coquetes, elas querem aparecer, brilhar, superar”.

Deve-se insistir no fato de que no início do século, a presença pública das mulheres ainda choca. Como explica Schpun, esta dinâmica comprova a realidade ambígua da vida urbana. Se as mulheres nas ruas chamam atenção, é justamente porque há pouco tempo não se exibiam nelas. Apesar de suas presenças, “les rues appartiennent davantage aux homes et que ceux-ci profitent de cette prérogative. Marchant en ville, les femmes circulent dans un territoire qui n’est pas neutre, dans lequel elles sont toujours étrangères¹⁶” (SCHPUN, 1997, p.152).

A mulher ganha mais espaço e voz à medida em que o século avança. Os (loucos) anos 20 anunciam a “masculinização” da moda feminina. A silhueta tubular, os cabelos curtos e o estilo andrógino passam a ser evidenciados. É interessante salientar que o escritor francês Victor Margueritte dedica um romance a este novo tipo de mulher em 1922, o qual ele intitula *La Garçonne*¹⁷. A história é de uma jovem emancipada, livre de alma e corpo que porta os

¹⁴ Extrato da crônica “A alma encantadora das ruas” de 1908.

¹⁵ Crônica assinada por João do Rio publicada na Gazeta de Notícias, em 30 de outubro de 1910.

¹⁶ “As ruas pertencem sobretudo aos homens e estes aproveitam esta prerrogativa. Caminhando pela cidade, as mulheres circulam em um território que não é neutro, no qual são sempre estrangeiras”.

¹⁷ O primeiro escritor a mencionar a expressão « garçonne », foi o francês decadente Joris-Karl Huysmans ainda em 1880 em *Croquis Parisiens*.

cabelos curtos, roupas largas e gravata. Na França, o visual *garçonne* se pronuncia quase uma década antes do romance no período pós-guerra marcando os “*années folles*” (anos loucos)¹⁸. São relativamente poucas as mulheres que adotam realmente o estilo. Vestir-se à *garçonne* permanece sobretudo uma excentricidade de moda francesa no imaginário social relativa às mulheres que tomaram o lugar de seus maridos que saíram para a guerra. Essa excentricidade inspirou as mulheres modernas, como a estilista Coco Chanel, por exemplo.

Atravessando o oceano, a moda da mulher moderna conquista as américas¹⁹. Os vestidos encurtecem, muitos ganham franjas e cortes diferenciados deixando braços e costas à mostra como manda o figurino das dançarinas do Charleston. A maquiagem é explorada durante o dia, marcada pelos lábios vermelhos e olhar escurecido de carvão²⁰. Os colares de pérola, os chapéus *cloche*, os colarinhos, as gravatinhas e até o cigarro apontam a moda da mulher moderna. Uma moda que causa muito furor...

É interessante assinalar a entrada da mulher no mundo do exercício físico, aspecto igualmente influenciado pelos costumes europeus e pelos movimentos higienistas. É o início da era da “boa forma” fomentada pelo aparecimento dos ginásios, salas de ginástica e de esportes de elite como, por exemplo, o tênis. O surgimento dos clubes esportivos e a evolução dos esportes colaboraram com o ideal do corpo esbelto. Este fenômeno gerou algumas controvérsias, principalmente relativo às mulheres que se exercitavam e modificavam seus corpos: “Os cabelos curtos, as pernas finas, os seios pequenos eram percebidos por muitos homens como negação da feminilidade”. Muitos homens criticavam essa nova tendência relativa ao físico feminino, associando-a “às ideias feministas e ao desprezo pela maternidade”.

O movimento, contudo, estava lançado. Regime e musculação começavam a modelar as compleições longilíneas e móveis que passam a caracterizar a mulher moderna, desembaraçada do espartilho e, ao mesmo tempo, de sua gordura decorativa. As pesadas matronas de Renoir são substituídas pelas sílfides de Degas, desejadas pelos “almofadinhas”. Insidiosamente, a norma estética emagrece, endurece, masculiniza o corpo da *garçonne*, deixando, pelo menos nas páginas de revistas, a “ampulheta” para trás²¹.

O desaparecimento da *Belle Époque* ocorre em um lento processo, impulsionado pela

¹⁸ Os *années folles* se estendem até 1929, ano de grandes crises econômicas e sociais.

¹⁹ Nos Estados Unidos o estilo se reforça nas telas hollywoodianas. Louise Brooks representa muito bem a moda do período.

²⁰ A descoberta da tumba de faraó Tutankamon em 1922 influencia diretamente a moda. Orientalismos e ares de Cléopatra foram adotados pelas mulheres da época. O visual “melindrosa” caracteriza os moldes do estilista Paul Poiret.

²¹ <http://historiahoje.com/?p=2739>

Semana da arte moderna de 1922 em São Paulo, grande marco na história da arte no Brasil. Um evento que lança as bases de nacionalismo e identidade cultural da brasilidade, as quais evoluem nos anos 30. Anita Mafalhti é a principal mulher que representa a semana ao lado de homens como: Mário de Andrade, Oswald de Andrade, Plínio Salgado, Menotti Del Pichia, Guilherme de Almeida, Sérgio Milliet, Heitor Villa-Lobos, Di Cavalcanti, entre outros. Tarsila do Amaral, grande amiga de Mafalhti, passa a integrar o grupo de modernistas e se torna a artista brasileira em voga. Mesmo pretendendo difundir uma arte essencialmente brasileira, o olhar artístico da pintora acaba sendo influenciado pela moda francesa²². Amiga de Paul Poiret, ela é vestida pelo estilista vanguardista em diversas ocasiões de prestígio²³. Este aspecto se torna importante de uma certa forma para a formação da cultura de moda no Brasil. A antropofagia também se interessa à moda e vai buscar fontes na cultura francesa afim de implantá-la e sincretizá-la ao imaginário estético tropical.

Considerações finais

A evolução social da mulher brasileira é reflexo da emergência da vida urbana no Brasil na era moderna. Era que consolida o fenômeno cultural de expressão de moda nos grandes centros urbanos. A moda permite a compreensão do momento sócio-histórico, funcionando sobretudo como fenômeno cultural simbólico e alegórico.

Vimos que o fenômeno cultural da moda, no Brasil, respeitou a lógica ocidental de influxo do modelo francês, seguindo a tendência de transição secular como período de anúncio da modernidade. A mulher da elite brasileira, adotando os costumes do vestuário francês, apropria simbolicamente todo um conjunto de valores e comportamentos que caracterizam a modernidade do país.

Podemos notar que a importância da moda está presente nos grandes discursos da época, principalmente na literatura. Ler Baudelaire, Machado de Assis ou João do Rio significa perceber a importância deste fenômeno no plano social e cultural. A secularização e

²² Tarsila não participa efetivamente da Semana de Arte Moderna. Ela acompanha os acontecimentos de Paris, onde vive para estudar arte.

²³ Tarsila fica conhecida como “a caipirinha que veste Poiret”, título de um poema de Oswald de Andrade se referindo ao vestido feito pelo estilista francês que ela usou em sua primeira exposição de arte no Brasil em 1929.

as primeiras décadas do século XIX, representa uma extensão do ethos social na moderna urbe e vê-se, através da evolução dos modos de vestir, a realidade social da nova mulher e a importância desta como modelo para a posteridade. Gilberto Freyre (1986), elogiando o a originalidade/brasilidade da moda no Brasil, reconhece que a moda brasileira é fruto do processo de “reeuropeização” e foi enriquecida pela influência da moda francesa. Há uma adaptação e uma recriação das modas irradiadas da Europa. A cultura de moda francesa, uma vez importada ao Brasil num período histórico de grandes transformações, torna-se um aspecto fundamental na gênese da própria cultura de moda do país. As implicações deste processo têm repercussão direta sobre a moda brasileira na pós-modernidade e contemporaneidade.

Referências bibliográficas

BARTHES, Roland. **Systeme de la mode**. Éditions du Seuil: Paris, 1967.

BENJAMIN, Walter. **Le livre des passages**. Paris: Ed. du Cerf, 1997.

DA MOTTA, Alda Britto, Elas começam a aparecer. In: BASSANEZI Carla Pinsky ; PEDRO, Joana Maria (org.). **Nova História das mulheres**. São Paulo : Contexto. 2012.

DE MACEDO, Joaquim Manuel. Memórias da Rua do Ouvidor, crônica disponível em <http://www.santoandre.sp.gov.br/pesquisa/ebooks/343571.pdf>, acessado em 02 julho de 2014.

D’INCAO, Maria Ângela. Mulher e família burguesa. In: DEL PRIORE, Mary (org.). **História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997.

ENGEL, Magali. **Psiquiatria e feminilidade**. In: PRIORE, Mary Del. (Org.) História das Mulheres no Brasil. São Paulo: Contexto, 2000.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem, modas de mulher**. Rio de Janeiro: **Record**, 1986.

LE GUENNEC, François, ZMELTY, Nicolas-Henri. **La Belle Époque des femmes : 1889-1914**. Paris : L’Harmattan, 2013.

LIMA, Adriana Alves de, NASCIMENTO, Luciana Marino do. De cenas de ruas e representações urbanas: João do Rio, o homus cinematographicus. In: **Cartografias Urbanas : Olhares, narrativas e representações**. Luciana Marino do Nascimento, Francisco Bento da Silva (dir.). Rio de Janeiro : Letra Capital, 2013.

LIPOVETSKY, Gilles, **L’empire de l’éphémère**. Paris : Gallimard, coll. Folio essais, 1987.

MACHADO DE ASSIS, Joaquim Maria. Tempos de Crise, disponível em <http://www.machadodeassis.ufsc.br/obras/contos/avulsos/CONTO,%20Tempo%20de%20crise,%201873.htm>, acesso em 02 julho de 2014.

PERROT, Philippe. **Les dessus et les dessous de la bourgeoisie: une histoire du vêtement au XIXe siècle**. Paris : Fayard, 1981.

PERROT, Philippe. **Le travail des apparences: ou les transformations du corps féminin XVIIIe – XIXe siècle**. Paris : Editions du Seuil, 1984.

PRIORE, Mary Del. (Org.) **História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2000.

ROCHE, Daniel. **La culture des apparences: une histoire du vêtement XVIIe- XVIIIe siècle**. Paris: Fayard, 1989.

ROLLAND, Denis. Brésil-Europe: Comment peut-on parler des modèles?. In: **Modèles politiques et culturels au Brésil: emprunts, adaptations, rejets, XIX^e et XX^e siècle**. Paris: Presses de l'Université Paris Sorbonne, 2003.

SANT'ANNA, Denise Beruzzi de. Sempre Bela. In : BASSANEZI Carla Pinsky ; PEDRO, Joana Maria (org.). **Nova História das mulheres**, São Paulo : Contexto. 2012.

SCHPUN, Monica Raisa. **Les annees folles à SP: hommes et femmes au temps de l'explosion urbaine**. Paris: L'Harmattan, 1997.

STEIN, Ingrid. **Figuras Femininas em Machado de Assis**. Rio de Janeiro : Ed. Paz e Terra, 1984.

WEIGEL, Sigridin, in BOYER, Sophie. **La femme chez Heinrich Heine et Charles Baudelaire: le langage moderne de l'amour**. Paris : L'Harmattan, 2004.