

## **Associação Nacional de História – ANPUH XXVII Simpósio Nacional de História – 2013**

### **Os portugueses e o comércio de moda no Rio de Janeiro nos anos 1950: imigração, pertencimento e identidade**

Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes\*

Esse artigo parte da constatação de que, ao pesquisar sobre as boutiques de Copacabana nos anos 1950 passa-se, invariavelmente, pela questão da imigração no Brasil, principalmente a Portuguesa. Isso porque diversas casas de moda nesse período, tanto do Centro da cidade como de Copacabana, tinham portugueses como fundadores e em cargos de gerência. Tendo como metodologia de pesquisa a condução de entrevistas para a gravação de depoimentos orais, um maior contato foi feito com diversos desses portugueses, hoje com idade avançada, o que permitiu traçar uma rede de sociabilidade entre os que trabalhavam com o comércio de moda na época, além de fornecer uma melhor compreensão sobre a inserção social e profissional desses portugueses logo após a chegada ao Rio de Janeiro.

Esse trabalho tem como objetivo discutir como as fontes orais pode jogar luz sobre a própria constituição do comércio de moda “brasileiro”, feito por imigrantes, abordando questões como a busca por pertencimento e identidade. Primeiramente, faz-se necessário olhar a própria imigração portuguesa no Brasil na primeira metade do século XX. Expor brevemente dados relevantes sobre o deslocamento de portugueses e as políticas de imigração brasileira, a partir das quais discutirei a posição privilegiada do imigrante português. Em seguida, veremos o seu papel no comércio de moda carioca, usando exemplos decorrentes das entrevistas, mostrando como a História Cultural proporciona o estudo de assuntos correlatos a partir do cruzamento de disciplinas.

Entre 1822 e 1950, estima-se que mais de um milhão de portugueses aportaram no Brasil, a maioria se fixando no Rio de Janeiro e São Paulo (SOUSA, 2008:30). O grande período da imigração portuguesa no século XX foi entre 1926 e 1930 quando entraram no país, em média, 33.519 portugueses por ano. Na década seguinte, a média diminuiu para cerca de 8.000 / ano, devido à depressão econômica mundial e a política anti-imigração do governo Vargas, caindo ainda mais durante a Segunda Guerra Mundial (3.840 / ano), pois era perigosa a travessia pelo mar, sob o risco de bombardeio. Entre 1946 e 1950, a imigração subiu

---

\* Mestranda em História Social da Cultura pela PUC-Rio, bolsista do CNPq.

2

novamente para 12.214 / ano (LOBO, 2001:180). O destino eram as cidades litorâneas, principalmente o Rio de Janeiro, Capital Federal do Brasil.

Apesar da política anti-imigratória do governo de Getúlio Vargas ter diminuído a entrada de estrangeiros, é justamente nesse período, e em decorrência dessa política, que fica evidente a situação privilegiada do imigrante português. Em 12 de dezembro de 1930, sob o decreto 19.482, foi limitada a entrada de estrangeiros no país, que teriam que se submeter, entre outras restrições, ao sistema de “cartas de chamada”, no qual um dos documentos necessários para a entrada no Brasil era uma “carta-convite” de um parente já residente no país, que ficava responsável pela vinda do futuro expatriado, suporte financeiro, e por lhe arranjar emprego (KUSHNIR, 2001:71). Nesse caso, o próprio histórico da imigração lusa garante o privilégio. Como o grande fluxo de imigração portuguesa foi nos anos 20, já havia, então, muitos lusos estabelecidos no Brasil, o que facilitava para os futuros imigrantes o ingresso no país. O sistema de “cartas de chamada” também “abrandava” o estranhamento comum em situações de deslocamento (que ocorre devido à posição do indivíduo em uma terra estrangeira, dentro de uma cultura diferente), pois garantia ao expatriado laços de parentesco no país estrangeiro:

*foram decisivas as redes de informação e de solidariedade que serviram de suporte aos processos migratórios, tornando os espaços de chegada lugares já conhecidos pelas muitas histórias que sobre ele circulavam. Em última instância, espaços menos amedrontadores devido às redes já tecidas (MENEZES, 2000:166)*

No caso português, junta-se o fato da familiaridade com a língua, e outras semelhanças decorrentes da integração cultural entre Portugal e Brasil durante os séculos anteriores. Antonio Candido, crítico literário brasileiro, comenta essa situação privilegiada no prefácio do livro *A Missão Portuguesa: rotas entrecruzadas* (LEMOS; LEITE, 2003:15):

*Mas há aqui um substrato unificador poderoso, formado pela língua e por influências originárias de todo tipo (literárias, folclóricas, arquitetônicas, urbanísticas, familiares), geradoras de uma fôrma na qual se acomodam os neobrasileiros de vária origem. Portanto, no Brasil, os portugueses são estrangeiros de tipo especial, que se ajustam de maneira também especial.*

Em relação à imigração, o primeiro aspecto que iremos abordar é em relação ao pertencimento que decorre do deslocamento: a organização das comunidades estrangeiras em grêmios, associações, clubes e jornais especiais. O contato com o “outro” faz com que os estrangeiros procurem seus “iguais”. Nesses espaços de “iguais”, todos celebram as mesmas datas comemorativas, compartilham os mesmos valores, receitas e referências nacionais.

3

Reinventar-se o espaço social perdido no deslocamento e o sujeito não precisa se autodefinir justamente porque são todos iguais – ele não é um estranho ali. Os portugueses formaram e se reuniram em inúmeros agrupamentos lusos. A Instituição Lusa da Alta Cultura, o clube Ginástico Português, o Centro Português da Guanabara, o Real Gabinete Português de Leitura, servem como exemplos. Nesses espaços, a cultura lusa era mantida viva.

Ao estudar as boutiques de moda no Rio de Janeiro nos anos 1950, essa rede de portugueses também fica clara. Um exemplo pode ser dado a partir da loja “A Moda”, estabelecida na Rua Gonçalves Dias 18 desde os anos 1920<sup>1</sup>. Seus donos eram irmãos e primos das famílias portuguesas Ferreira Lopes e da Silva, que chegaram no Brasil possivelmente no final da década de 1910 ou início dos anos 20. Trinta anos mais tarde, “A Moda” permanecia no mesmo endereço, já, entretanto, tendo proporcionado a entrada e desenvolvimento de outros portugueses no comércio de moda na então Capital Federal. Nos anos 1950, casa “A Imperial” era considerada uma das mais sofisticadas do Centro da Cidade e seu dono, Eduardo Alijó, português, um ás no comércio de moda. “A Imperial” trazia da Europa e Estados Unidos vestidos de grandes estilistas como Dior, Balenciaga, entre outros, atendendo com exclusividade as senhoras da sociedade que marcavam hora no salão do prédio que ela ocupava na Rua Gonçalves Dias 56. Eduardo Alijó, entretanto, havia trabalhado e aprendido sobre o comércio de moda na “A Moda” (POLÔNIA para Lopes, 2012). Celeste da Veiga Teixeira, portuguesa de Trás-os-Montes, que chegou com 23 anos ao Rio de Janeiro, em 1941, era uma das vendedoras da “A Imperial” (esse foi seu primeiro emprego no Brasil). Celeste já tinha no Brasil um tio (casado, com uma filha), que lhe deu suporte na chegada, e um irmão mais velho. Alguns anos mais tarde, chegaram também ao Rio de Janeiro sua mãe e irmã, para completar sua rede familiar “além-mar”. Ela viria a se casar com José Ferreira Lopes da “A Moda” e, tendo o cunhado como sócio, abriria a “Celeste Modas” em Copacabana. Luiz Alijó de Lima chegou ao Rio de Janeiro com trinta anos, sob influência do tio Eduardo Alijó, para trabalhar na “A Imperial”. Em setembro de 1948, a Étoile também abria em Copacabana, sob as mãos de Luiz Silva, tendo como gerente Francisco Azevedo, egresso ao Brasil em 1945 (AZEVEDO para Lopes, 2012), ambos português e ex-funcionários da “A Imperial”. A Étoile seria mais tarde comprada por Luiz

---

<sup>1</sup> Não se sabe ao certo o ano de inauguração da loja. Há referências, entretanto, que remontam a 1924, e sabe-se que José Ferreira Lopes, caçula de uma família de sete irmãos, chegou ao Rio de Janeiro com 15 anos, em 1927, para juntar-se aos irmãos mais velhos na sociedade do negócio que já existia.

4

Alijó de Lima. Também em Copacabana abriu a Nuance, loja de tecidos do português Vitor Carrera, e a “Hermínia”, de sua esposa, ambos amigos do casal José Ferreira Lopes e Celeste. Mais tarde, Fernando Polônia, sobrinho de José, casa-se com a filha da Dona Hermínia, passando a coordenar a “Hermínia Modas” (POLÔNIA para Lopes, 2013). Isso, entretanto, sem mencionar outras conexões dessa rede, composta por representantes de confecções e tecidos, costureiras, alfaiates, gerentes, todos portugueses, que formavam a base do comércio varejista e atacadista de vestuário no Rio de Janeiro nos anos 1950.

Isso evidencia que, além de muitos terem chegado no Brasil por insistência de parentes já estabelecidos aqui, sua rede de amigos passa também a ser composta por portugueses e muitos casam-se entre si. Nessas histórias fica evidente também o quanto eles se ajudavam, principalmente dando oportunidade aos que chegavam ao país. Vejamos aqui um extrato de uma entrevista feita com o Sr. Francisco Azevedo<sup>2</sup> para a pesquisa sobre as butiques do Rio de Janeiro nos anos 50:

*Quando desembarquei tinha uma referência de um amigo. (...) Esse amigo conseguiu para mim uma carta de chamada desse amigo que era dono da Casa Moreno que era na Rua do Ouvidor, uma casa especialista em aparelhos cirúrgicos. (...) Eu desembarquei num domingo, no dia 3 de março de 1945. Eu não conhecia ninguém. Todo mundo saiu do navio, e eu almocei a bordo e o imediato me trouxe então para a alfândega e me chamaram um chofer de táxi, que por coincidência era português. Ele me levou para um hotel na Praça XV. (...) Na segunda feira, a camareira,... eu trazia 30 e tantas cartas de familiares... não havia correio, naquele tempo era difícil... e pus as cartas em cima da cama, e ela: “olha, esta aqui o Sr. vai logo”, que era a carta desse Sr. da Casa Moreira, “é perto”. (...) Procurei esse Sr., nos entendemos e foi uma festa muito grande, ele me acolheu muito bem, fomos tomar o primeiro cafézinho que eu tomei no Rio de Janeiro de manhã no dia 4. (...) E conversa vai, conversa vem, e ele mesmo que me arranhou meu primeiro emprego. Então fui trabalhar na Casa José Silva na Rua Miguel Couto, onde eu comecei a minha vida profissional de trabalho. Era a casa masculina. E... não gostei muito do tipo... e eu tinha meu padrinho, que estava na Europa e que voltou, que era o dono dos Bancos Irmãos Guimarães, Sr. Francisco Antunes Guimarães. E eu comentei um dia... E ele disse “vou te arrumar um emprego melhor...”. (...) Então conversou com o Sr. Alijó, Eduardo Alijó, que era o sócio principal da Imperial Modas, naquele tempo uma das grandes lojas do Rio de Janeiro. Então saí da José Silvia e fui trabalhar na Imperial Modas, como subchefe de salão. Naquele tempo ganhando 2 contos que era um bom salário. (...) Aí comecei na Imperial, gostei, gostei e desenvolvi<sup>3</sup>. (AZEVEDO para Lopes, 2012)*

<sup>2</sup> Francisco Azevedo chegou ao Brasil com 17 anos, fugindo da Guerra e do alistamento no serviço militar português.

<sup>3</sup> Na Imperial, ele se desenvolveu, como falou, passando a acumular a função de assistente de vitrinista, o que lhe rendeu, posteriormente, o cargo de vitrinista da Casa Canadá, que exercia em paralelo às suas funções na Imperial. Em 1948 o antigo gerente da Imperial abre a Étoile em Copacabana e chama Francisco para ser o gerente da Étoile, de onde ele sai alguns anos depois para trabalhar como representante de tecido e confecções. Em 1955 muda-se para Vitória onde se casa e abre a loja Doll Sport, que funciona com muito sucesso até 1985.

A imigração, voluntária, foi impulsionada pelo sonho utópico de uma vida melhor, de “sonhos de promoção social no além-mar” (MENEZES, 2000:164), sendo o comércio o pivô desse mito. É preciso aqui chamar atenção ao fato de que o comércio, principalmente o de “fazendas e roupas feitas”, era uma das atividades principais dos imigrantes portugueses no Brasil. Segundo os registros do Tribunal do Comércio da Capital do Império entre 1851 e 1870 (MENEZES; CYPRIANO, 2008:109), esse grupo, que compreende “fazendas, roupas feitas e o comércio sirgueiro, voltado para a produção de fios, seda ou lã”, era o mais representativo entre os ramos de atividades, representando 21,2% (ou 216 registros), destacando-se ainda, no setor de vestuário, o grupo “Chapéus e calçados” com 2,1% (21 registros), e no comércio de objetos de armarinho e perfumaria, com 1,9% (19 registros). Acreditava-se que a sorte chegaria a “todos aqueles que tivessem dispostos a colocar sua força de trabalho a serviço de seu porvir” (MENEZES, 2000:167)<sup>4</sup> e são muitas as histórias de profissionais que chegaram como aprendizes, ocupando cargos menores e que, no dia-a-dia, muitas vezes somente por observação e força de vontade, foram aprendendo novas funções, o que proporcionava aumento de salário e importância social.

*Eu vim por certa insistência do meu tio que era sócio da Celeste. Ele ia muitas vezes a Portugal... em geral eles iam para Paris para ver moda, ... ele insistiu para que eu viesse. (...) Eu ajudava nas coisas de mercadoria, no dia-a-dia da loja. (...) A Celeste tinha uma amiga que tinha trabalhado com ela na Imperial que era a gerente, e tinha o Zé Luiz que fazia a vitrine. Ai quando eu vim, o Zé Luiz recebeu um convite da Sloper. a Dona Celeste ficou muito preocupada em não ter quem fizesse a vitrine... eu disse “eu vou fazer a vitrine”. E comecei a fazer a vitrine. Geralmente fazia no sábado a tarde. Na primeira o Tio José ficou ali do lado e ao final, falou “esta muito boa essa vitrine”. (...) Você chegou a conhecer a Bonita? Inicialmente ela abriu na esquina da Barão de Ipanema com a N S Copacabana. E eu fazia as vitrines da Celeste e uma das sócias um dia me disse se eu não faria as vitrines dela. Eu disse, “olha, eu faço as vitrines aqui, mas eu não sou vitrinista. Meus afazeres são mais ligados à atividade da loja, da Celeste Modas. Eu faço vitrines só aqui.” (...) Mas aí comecei a fazer as vitrines da Bonita. (...) Bom, era uma família muito interessante e tinha um monte de gente. (...) Era muito agradável porque eu conheci muita gente e mesmo depois que eu casei a amizade perdurou. (POLÔNIA para Lopes, 2012)*

<sup>4</sup> A imagem do português como povo trabalhador é recorrente, tratada como uma característica que constitui sua própria identidade cultural. Beatriz Tovar (1966:12) escreve que “a grande massa populacional portuguesa é constituída por valores de trabalho, que se vem incorporando e atuando de forma coesa e preponderante, para destacada participação no desenvolvimento econômico da Nação Brasileira”. A mesma característica é destacada por Ana Maria de Moura Nogueira, Doutora em História Social do PPGH da Universidade Federal Fluminense, integrante do Laboratório de História Oral e Iconografia (LABHOI), e autora do ensaio *No ritmo da Banda: Histórias da comunidade lusa da Ponta d’Areia* (2000:183): “o que se verificou é que o tempo das primeiras décadas do século XX é sempre descrito como ‘a época de ouro’ da comunidade lusa, exatamente por assinalar a vitória dos valores identificados como *portugueses*: capacidade de trabalho, solidariedade, austeridade e disciplina”.

Ao relacionar o estudo da Moda com o da imigração e inserção dos portugueses no comércio, é preciso também chamar atenção que esse é um ramo muito pouco estudado em Moda. O filósofo francês Gilles Lipovetsky escreve em seu livro “O Império do Efêmero”<sup>5</sup>, no capítulo “A moda considerada como uma das belas-artes” (1989:79-91), sobre a ascensão do “criador” de moda, epitomizado pela figura do estilista. Na literatura da moda, ainda hoje, privilegia-se a “moda autoral”, ou seja, a “moda assinada” associada a um criador, feita pelos costureiros e/ou sob medida, ou mesmo a história do “design” da roupa. Em retrospecto, os nomes mais conhecidos da moda nos anos 1950 no Brasil são D.Mena Fiala, da Casa Canadá, que além de diretora da casa ficou conhecida por seus belíssimos bordados, e os costureiros Dener e Clodovil – ou seja, pessoas que se posicionavam como criadores e se tornaram figuras públicas. As atividades dos portugueses na moda, entretanto, estavam ligadas ao comércio e não à criação. Um exemplo claro está presente no livro “Mulheres Portuguesas no Brasil” (TOVAR, 1966:105). Apesar de ser dona de uma casa de modas que leva seu nome, Celeste não se define como criadora, afirmando que o sucesso do empreendimento é fruto de seu trabalho e obstinação. Dessa forma, referências sobre esses trabalhadores do comércio são geralmente renegadas à segundo plano – se é que sequer aparecem – no estudo de moda no Brasil.

Outro ponto importante a ser destacado é a questão da identidade, presente tanto nos estudos sobre situações de deslocamento, quanto nas reflexões sobre a moda brasileira. Em relação ao primeiro, citaremos o sociólogo Zygmunt Bauman. Segundo ele (2005), a crise de pertencimento provoca o questionamento da identidade, pois só quando a posição do sujeito é abalada que se faz necessário repensar qual era/é o seu lugar, ou mesmo, definir quem ele é/era para reclamar a ocupação de um outro lugar. Bauman também acredita que a identidade é forjada, pois o natural é simplesmente ‘ser’, sem a preocupação de uma autodefinição. Dessa forma, a identidade nacional teria sido forjada pelo Estado, decorrente da formação arbitrária do Estado-nação, com o intuito de estabelecer uma unidade que lhe permitisse existir como soberano. O Estado-nação existe dentro de uma delimitação territorial, a partir da qual separa-se o “nós” dos “outros” – nesse caso, os “brasileiros” e os “portugueses”. Todos que nascem dentro de um mesmo espaço “pertencem” a ele e são “unificados” pela mesma

---

<sup>5</sup> “O Império do Efêmero” é uma das leituras básicas e referência dos cursos de moda em todo o mundo.

7

uma língua, cultura e costumes. Apesar de arbitrária, essa identidade nacional e cultural constitui o indivíduo e é a florada quando o mesmo se encontra em um lugar “estrangeiro”. É interessante notar essa separação na citação de Celeste, que nunca se naturalizou, quando se refere à “senhora brasileira” como a “outra”, mesmo depois de mais de vinte anos no país: “As senhoras brasileiras são fantásticas; criam ambiente estimulante, participam de nossos problemas e, em benfeitoria recíproca, nós nos integramos em seus gostos numa inter-relação de amizade”<sup>6</sup>. (TOVAR, 1966:105).

A identidade é uma questão recorrente na reflexão sobre o design de moda brasileiro<sup>7</sup>. Esse questionamento tem como ponto central a dicotomia entre a influência estrangeira versus o espaço geográfico onde essa moda é produzida, já que a nossa moda foi influenciada primeiramente pela Corte Portuguesa, e depois, pelo menos fortemente até os anos 1950, pelas criações das *maisons* francesas, quando literalmente copiava-se os modelos franceses. No âmago desse questionamento está a delimitação do território que, conforme mencionado, Bauman (2005) expressa fornecer a delimitação da identidade nacional forjada pelo Estado-nação. Ou seja, por ter sido criada dentro desse espaço geográfico conhecido como Brasil, essa moda poderia ser considerada brasileira, mesmo que seja, prioritariamente, uma cópia do vestuário produzido na França? Essa é a questão de identidade que permeia o estudo da moda no Brasil.

Faz-se necessário notar aqui que geralmente não entra na equação a questão da identidade de quem está efetivamente produzindo o vestuário. Ao constatar, entretanto, que os donos dos estabelecimentos de moda no Rio de Janeiro nos anos 1950 eram estrangeiros, essa discussão fica ainda mais interessante, pois além da questão territorial e da influência no modelo e cor da roupa, há também a questão de quem tem poder de decisão sobre o que será produzido e vendido. Essa moda, comercializada por portugueses no Rio de Janeiro e influenciada pelas *maisons* parisienses, poderia ser considerada uma “moda brasileira”? Ou seria francesa? Ou seria portuguesa? Que “moda brasileira” é essa?

---

<sup>6</sup> Preservamos a ortografia da época.

<sup>7</sup> Ver *História da Moda no Brasil – Das influências às autorreferências*, de João Braga e Luís André do Prado (2011); *A Questão da Cópia e da Interpretação no Contexto da Produção de Moda da Casa Canadá, no Rio de Janeiro da Década de '50*, dissertação de Mestrado em Arte & Design, apresentada na PUC-Rio em 2002, por Cristina Araújo de Seixas; e *O Cenário da Moda do Prêt-à-porter no Brasil, do Pós-guerra aos Anos 50*, dissertação de Mestrado em Arte & Design, apresentada na PUC-Rio em 2011 por Ana Paula Lima Carvalho.

O desenvolvimento dessa questão não cabe à proposta desse artigo. O interesse aqui era chamar atenção para o aspecto da identidade, questão comum entre os discursos sobre e/imigração e sobre a moda, e como essa questão pode ser ainda mais complexa. Em segundo lugar, o intuito era chamar atenção para a falta de espaço do estudo da imigração dentro do estudo da moda, além de mostrar como as fontes orais poderiam jogar nova luz sobre o assunto.

### **Considerações finais**

A dicotomia entre o pertencer e não-pertencer, recorrente no deslocamento, tem um caráter diferente no caso dos portugueses no Brasil. A integração do português no Brasil é facilitada pela língua e por já encontrar aqui uma rede social, formada inclusive por parentes. Assim como é comum em comunidades estrangeiras, em face ao confronto com os “outros”, eles procuram seus iguais: casam entre si, mantêm redes sociais de portugueses e participam ativamente de instituições e associações lusas. Nesses espaços, além de exercitarem a reorganização da sociedade perdida no deslocamento, mantêm ativa e promovem a perpetuação da cultura lusa. Esse artigo procurou mostrar como o uso de fontes orais possibilita trazer histórias de vida reais que dão cor à dados e teorias sobre a imigração e exemplificam, de forma única, como era a inserção social e profissional desses portugueses na chegada ao Brasil. Outro intuito desse artigo foi chamar atenção para a penetração de estrangeiros, nesse caso portugueses, no comércio de moda no Rio de Janeiro nos anos 1950, fato pouco mencionado quando se estuda a história da moda no Brasil.

Vale ressaltar também a possibilidade que a história cultural oferece de interdisciplinaridade e uso de diversos tipos de fonte, como correlacionar os estudos sobre imigração (do campo da história cultural), usando história oral como metodologia, com a Moda, utilizando extratos da pesquisa em história para pensar e avaliar questões relacionadas à Moda.

Para finalizar, gostaríamos de apontar que uma outra perspectiva ainda poderia ser estudada a partir desse material. O que pode-se observar com as entrevistas para a coleta dos depoimentos é a extrema satisfação que o ato de “contar a sua história” deu aos entrevistados. Esse fato possibilitaria um outro estudo dentro do campo da História Cultural, sobre os registros biográficos, já que são recorrentes entre pessoas em exílio ou em deslocamento

9

justamente pois, ao se sentirem num não-lugar, sentem a necessidade de contar a sua história, ou de achar o seu lugar em uma história, de relatar e entender suas experiências, sentimentos e frustrações, e de deixar um registro para a posteridade. François Dosse (2009:211), ao comentar em *O Desafio Biográfico* o texto de Bourdieu, cita o sociólogo Olivier Schwartz, para o qual o gênero biográfico admite ainda outra ilusão, “pela qual o sujeito se atribui no espaço ou no tempo uma identidade unitária que resiste às mudanças e se torna fundadora da ilusão de um ‘alguém’ fugindo do anonimato”. Ou seja, a biografia seria a forma do sujeito se definir no mundo, criar um sentido consciente e inteligível para ele mesmo.

### Depoimentos:

AZEVEDO, Francisco Pereira de: depoimento [nov. 2012]. Entrevistadora: Ana Claudia Lopes. Vitória: 2012. Gravação de áudio digital. Acervo particular.

POLÔNIA, Serafim Fernando Ferreira: depoimento [dez. 2012]. Entrevistadora: Ana Claudia Lopes. Rio de Janeiro: 2012. Gravação de áudio digital. Acervo particular.

### Bibliografia:

BAUMAN, Zygmunt. *Identidade*. Tradução autorizada da primeira edição inglesa publicada em 2004 por Polity Press, de Cambridge, Inglaterra. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. [1986] In: FERREIRA, Marieta de Moraes; AMADO, Janaína. *Usos & Abusos da História Oral*. 8.ed. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2006. Cap.13, p.183-191.

BRAGA, João; PRADO, Luís André do. *História da Moda no Brasil – Das influências às autorreferências*. São Paulo: Pyxis Editorial, 2011.

CARVALHO, Ana Paula Lima. *O Cenário da Moda do Prêt-à-porter no Brasil, do Pós-guerra aos Anos 50: produção de vestimentas femininas*. Rio de Janeiro: PUC, 2001. Dissertação de Mestrado em Arte & Design.

DOSSE, François. *O Desafio Biográfico: escrever uma vida*. São Paulo: Edusp, 2009. Traduzido do francês.

KUSHNIR, Beatriz. A hospedaria central: a Ilha das Flores como a ante-sala do paraíso”. In: MATOS, Maria Izilda; SOUSA, Fernando de; HECKER, Alexandre (Org.). *Deslocamentos & Histórias: os Portugueses*. Bauru: Ed. EDUSC, 2008. Cap.5, p.59-73.

LEMO, Fernando; LEITE, Rui Moreira. (Org.) *A Missão Portuguesa: rotas entrecruzadas*. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero – A moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOBO, Eulália Maria Lahmeyer. *Imigração Portuguesa no Brasil*. São Paulo: Ed. Hucitec, 2001.

10

MENEZES, Lená Medeiros de. Jovens Portugueses: Histórias de trabalho, história de sucessos, história de fracassos. In: GOMES, Angela de Castro (Org.). *Histórias de imigrantes e de imigração no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Editora 7Letras, 2000. p.164-182.

MENEZES, Lená Medeiros; CYPRIANO, Paula Leitão. Imigração e negócios: comerciantes portugueses segundo os registros do Tribunal do Comercio da Capital do Império (1851-1870). In: MATOS, Maria Izilda; SOUSA, Fernando de; HECKER, Alexandre (Org.). *Deslocamentos & Histórias: os Portugueses*. Bauru: Ed. EDUSC, 2008. Cap.8, p.103-118.

NOGUEIRA, Ana Maria de Moura. No ritmo da banda: Histórias da comunidade lusa da Ponta d'Areia. In: GOMES, Angela de Castro (Org.). *Histórias de imigrantes e de imigração no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Editora 7Letras, 2000. p.183-206.

SANTOS, Paula Marques dos. Os portugueses no Brasil durante a Segunda Guerra Mundial – a questão da nacionalidade e naturalização obrigatória. In: MATOS, Maria Izilda; SOUSA, Fernando de; HECKER, Alexandre (Org.). *Deslocamentos & Histórias: os Portugueses*. Bauru: Ed. EDUSC, 2008. Cap.28, p.391-406.

SEIXAS, Cristina Araújo de. *A Questão da Cópia e da Interpretação no Contexto da Produção de Moda da Casa Canadá, no Rio de Janeiro da Década de '50*. Rio de Janeiro: PUC, 2002. Dissertação de Mestrado em Arte & Design.

SOUSA, Fernando de. A emigração do norte de Portugal para o Brasil: uma primeira abordagem (1834-1950). In: MATOS, Maria Izilda; SOUSA, Fernando de; HECKER, Alexandre (Org.). *Deslocamentos & Histórias: os Portugueses*. Bauru: Ed. EDUSC, 2008. Cap.2, p.27-34.

TOVAR, Beatriz. *Mulheres Portuguesas no Brasil*. Rio de Janeiro: Gráfica-Editora Hélios, 1966.