



A Gazeta do Rio de Janeiro: uma análise sobre os estrangeirismos nos anúncios de modas femininas

Mariana de Paula Cintra¹

1. Introdução

M. Imbert Negociante francês da Rua do Ouvidor nº 81, acaba de receber pelo último navio ultimamente chegado de França um grande sortimento de sedas para vestidos de senhora, leques ricos, e perfumes, fitas de todas as qualidades, vestidos bordados de prata muito ricos, sapatos de todas as qualidades e envernizados para homens e senhora, chapéus e toucados feitos no armazém de Madame Mure primeira modista de Paris; e também um grande sortimento de porcelanas para chá e café, recebidos por preços muito diminutos. (GAZETA DO RIO DE JANEIRO, 1820: 4).

O trecho acima destacado retirado de um anúncio do primeiro jornal oficial publicado no Rio de Janeiro, traz alguns aspectos que serão versados no presente trabalho, a saber: a oferta e a procura na capital brasileira por produtos europeizados, sobretudo, dando ênfase aos artigos vestimentares, os tipos de comerciantes e o local de seus estabelecimentos quando instalados no Rio de Janeiro e, por fim, pensar em um remodelamento nos parâmetros de moda recomendado para as mulheres da boa sociedade oitocentista. A proposta principal é mapear os anúncios sobre moda na *Gazeta do Rio de Janeiro* a partir do ano em que os profissionais franceses começaram a chegar e se estabelecer no Brasil, em 1816, e destacar, sobretudo, quais eram os padrões² de roupas e adornos trazidos por esses comerciantes para serem usados pelas senhoras fluminenses. Em suma, este trabalho pretende investigar os usos de estrangeirismos na moda feminina nos primeiros momentos do Oitocentos, fossem nas

¹ Mestranda em História e Cultura Social do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais (UNESP Franca), sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Milena da Silveira Pereira. Bolsista FAPESP. Email: marianacintradepaula@gmail.com.

² Este trabalho faz parte de um dois eixos da pesquisa que desenvolvo no mestrado, que tem como objetivo analisar os parâmetros indumentários na capital oitocentista, partindo da hipótese de que foi nesse momento que se deu o despertar de um cuidado mais evidente com a aparência, sobretudo das camadas mais abastadas da população. Inserindo o papel da moda estrangeira no contexto social e cultural fluminense, pretendemos mapear os tipos de trajes usados e recomendados pelas mulheres elitizadas, partindo do processo de europeização, urbanização, e – por que não – de modernização dos trópicos. Essa forma de abordagem, portanto, compartilha dos mesmos pressupostos do projeto temático “Escritos sobre os novos mundos: uma história da construção de valores morais em língua portuguesa”, do qual essa pesquisa faz parte. Disponível em [://www.bv.fapesp.br/pt/auxilios/90522/escritos-sobre-os-novos-mundos-uma-historia-da-construcao-de-valores-morais-em-lingua-portuguesa/](http://www.bv.fapesp.br/pt/auxilios/90522/escritos-sobre-os-novos-mundos-uma-historia-da-construcao-de-valores-morais-em-lingua-portuguesa/).



formas, nos tecidos ou mesmo nos termos utilizados para designar o que era chique e belo vestir nas ruas do Rio de Janeiro.

Para isso, é necessário entender que a capital fluminense, já no limiar do século XIX, passou por um momento muito importante da sua história, pois, em 1808, o príncipe regente Dom João, juntamente com a família real portuguesa, desembarcou em terras brasileiras e fez morada no Rio de Janeiro. As mudanças estruturais pelas quais tal província passou podem ser compreendidas por meio da necessidade de se criar ambientes sociais e instituições culturais e econômicas ou decretos que impulsionassem a existência de um comércio especializado e luxuoso. Todos eles, nesse sentido, acabaram por dar um considerável impulso ao desenvolvimento da colônia, e mais especificamente da própria capital, como: a criação da Imprensa Régia e a abertura dos portos brasileiros às nações amigas (1808), o estabelecimento do Real Teatro de São João (1813), a chegada da Missão Artística Francesa e dos comerciantes franceses (1816), a criação de um banco nacional o Banco do Brasil (1808) e ainda outros elementos que foram cruciais para dar destaque ao Rio de Janeiro, como centro da colônia portuguesa nos trópicos.

Destaque considerável nesse contexto merece a introdução e aperfeiçoamento da atividade comercial e do comércio de luxo que nasceu concomitantemente à necessidade de abastecer a capital com aspectos mais europeus e modernos. Assim, a partir da década de 1816, o Rio de Janeiro e também outras províncias do Brasil, começaram a recepcionar, de maneira mais sistemática, profissionais e comerciantes que partiam, sobretudo, do continente europeu. Segundo o jornalista Delso Renault, percebe-se então “os primeiros sinais de que a leve indústria francesa iria pouco a pouco esparramar-se pelas Ruas do Ouvidor e Ourives, no comércio a varejo, concorrendo com o comércio inglês por atacado, de utilidades mais pesadas” (RENAULT, 1969: 26). Porém, não eram apenas os produtos franceses que, nesse contexto, começaram a surgir nos anúncios dos principais jornais publicados na capital, mas eram também os nomes dos comerciantes que adquiriam, aos poucos, destaque e fama naquela sociedade. Segundo levantamento feito pelo historiador Adolfo Morales de los Rios, em meados da segunda década, “encontravam-se espalhadas pela cidade 1.619 casas de negócio e no ano de 1828, já havia 1.400 negociantes franceses que se especializavam no comércio a retalho.” (RIOS, 2000: 274). Rios, ainda comenta que a venda e compra de produtos diversos foi uma atividade crescente durante todo o século XIX, pois, a capital fluminense chegou a contar com 4.734 casas comerciais em 1843.



Com a introdução dos franceses e ingleses, o comércio ganhou aprimoramentos e novos serviços e produtos foram colocados à venda para serem consumidos pelas camadas mais abastadas da sociedade fluminense. O principal meio de divulgação desses novos tipos de mercadorias foram os anúncios nos periódicos diários. Renault, sobre os mesmos, nos aponta a presença constante, em tal seção dos jornais, de alfaiates, modistas, costureiras e de todo uma gama de profissionais que estavam envolvidos com a moda daquela sociedade. A questão do comércio do vestuário se dava de maneira tão frequente nesses espaços, que o historiador chega a explicar o porquê, em seu estudo, da recorrência à indumentária, dizendo:

Se voltamos ao comércio de luxo, da moda e do artifício, é porque esses artigos predominam nos anúncios. A Rua do Ouvidor é o reflexo da faceirice importada de Paris. As lojas de fazendas, que atingem a oitenta e cinco, e as de modas, que vão a dezenove, são as mais numerosas e multiplicam-se pelo centro da cidade. Neste comércio variadíssimo o carioca encontra desde as roupas feitas de panos franceses e ingleses até os ricos enfeites de flores de cabeça de senhoras, grinaldas...
(RENAULT)

Ao mapear esses tipos de divulgação da moda vigente na *Gazeta do Rio de Janeiro*, percebe-se que, não raras vezes, a Rua do Ouvidor aparece como o endereço da maioria dessas lojas e armazéns. Conhecida e adjetivada por muitos viajantes, e também por alguns jornais publicados na capital, como “a rainha da moda e da elegância”, a Rua do Ouvidor foi um dos pontos referenciais para o consumo e a criação de modas na sociedade fluminense. As lojas das modistas francesas, os armazéns, as alfaiatarias e os estabelecimentos das costureiras, estavam, em larga medida, localizados nesta rua. Também o belo sexo, assim como os homens de negócios, costumava frequentá-la, afim de ali comprar as novidades chegadas de Paris para as ocasiões especiais. Joaquim Manuel de Macedo, ao mencionar a vinda de artistas franceses para o Rio de Janeiro em 1816, escreveu que, “não foi a palheta do pintor, nem o buril do estatuário, foi somente a tesoura das modistas que conseguiu levantar o monumento da Rua do Ouvidor.” (MACEDO, 1878: 147).

Com relação, mais especificamente, à vinda e localização das modistas francesas no Rio de Janeiro, Renault afirma que “as primeiras estabeleceram-se, inicialmente, de 1818 até 1820, na Rua Direita, dos Ourives e do Cano”. (RENAULT, 1969: 164) Mas, a partir de então, elas começaram a preencher quase toda a Rua do Ouvidor. Como pioneira deste grupo, Madame Josephine, modista da Imperatriz, foi um dos nomes que marcaram essa atividade na



capital oitocentista. Além dessas profissionais, outros também se propunham a vender produtos e serviços relacionados ao vestir feminino, como é o caso dos alfaiates, donos de armazéns, cabeleireiros, sapateiros, joalheiros e ainda uma gama de estrangeiros que não pouparam esforços em trazer tudo o que de mais requintado havia na moda europeia para ser usada e propagada nos trópicos. Os modos de vestir das cariocas, cada vez mais europeizados, marcou um novo momento para o Oitocentos brasileiro, um momento de refinamento dos costumes e mudanças significativas nos parâmetros de sociabilidade. A moda, portanto, não pode ser encarada como um fenômeno à parte e excluída, mas inserida nesse contexto, ela pode nos revelar importantes aspectos da vida social no Rio de Janeiro do século XIX.

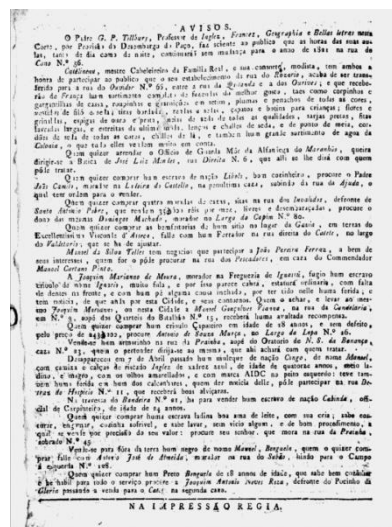
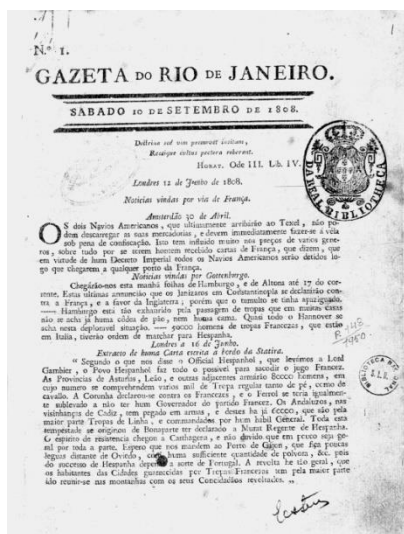
2. Conhecendo a *Gazeta do Rio de Janeiro*

Como destacado anteriormente, já no ano de 1808 a colônia portuguesa nos trópicos, em razão do estabelecimento de Dom João e sua corte no Rio de Janeiro, já contava com uma Impressão Régia e uma tipografia oficial. Tal fato, portanto, foi responsável pela publicação do primeiro jornal brasileiro de cunho governamental a *Gazeta do Rio de Janeiro*. O propósito dos redatores em tal impresso era trazer aos letrados da capital notícias acerca dos eventos políticos e situação econômica do mundo e da colônia brasileira. Por isso, novidades de aspectos político e oficial eram propagadas diariamente nas páginas do periódico. Além dessas, também se noticiavam avisos e anúncios sobre assuntos variados, como: compra, venda e fuga de escravos, venda e compra de casas e fazendas, os principais navios que saíam ou chegavam aos portos cariocas e ainda comerciantes europeus que anunciavam seus produtos e serviços por meio desses anúncios. Não havia necessariamente uma prescrição para como os avisos deveriam aparecer, pois, alguns eram longos, com descrições sobre os produtos, e outros não passam de duas linhas, podendo passar, por vezes, despercebidos. Porém, mesmo que insipientes, tal seção do jornal cumpria um papel fundamental que era, justamente, o de divulgar o novo comércio que se instalara no Rio de Janeiro e serão cruciais para o desenvolvimento da pesquisa.

O primeiro número já prevenia os leitores de que o impresso sairia aos sábados de manhã, e seria vendido na casa de Paulo Martin Filho, mercador de livros, no fim da Rua da Quitanda, ao preço de 80 réis (SILVA, 2007: 10). Mas, logo o periódico passou a circular as quartas e aos sábados, e em alguns momentos saíam números denominados “extraordinários”,



quando os redatores precisassem propagar alguma notícia de última hora. A assinatura também passou por alguns reajustes ao longo do tempo, fixando-se em 1810 o preço de 5\$000 réis semestrais. Os periódicos de maneira geral, mas principalmente aqueles que continham anúncios em suas páginas, tornaram-se documentos elementares para a reconstrução do cotidiano de uma determinada sociedade. No tocante a isso, a historiadora Maria Beatriz Nizza da Silva, em seu estudo sobre a Gazeta do Rio de Janeiro, afirmou que especialmente “a seção de avisos deixa entrever vários aspectos da vida cotidiana que dificilmente se encontram em outra documentação”. (SILVA, 2007: 22).



Sobre a seção do jornal que mais nos interessa, que são os avisos, é necessário colocar que acompanhavam sempre as últimas páginas, e sua extensão dependia da quantidade de avisos que aquele número pretendia comunicar, mas, comumente, não ultrapassavam a última página da *Gazeta*. Em linhas gerais, traziam informações acerca dos principais estabelecimentos que abriam na cidade ou também comunicavam o fechamento dos mesmos. Os mais recorrentes eram: confeitarias, cafeterias, casas de pasto, lojas de modas, alfaiatarias, sapatarias, cabeleireiros, botequins, livrarias e ainda outros tipos de comércios que foram cruciais nos aprimoramentos dessa atividade no Rio de Janeiro. Alguns aspectos dos próprios mercadores também eram destacados nos anúncios, como seus lugares de origem, por exemplo, um profissional francês fazia questão de se apresentar como “chegado de França”, tudo isso era muito comum nos avisos.



Destarte, em seus quatorze anos de circulação, a *Gazeta do Rio de Janeiro* foi um dos principais periódicos responsáveis por divulgar a atividade comercial na capital fluminense, ao lado de outros, como *O diário do Rio de Janeiro*, *Jornal de Anúncios*, *Jornal do Comércio*, que também traziam alguns avisos sobre os estabelecimentos comerciais e seus produtos. Assim, torna-se evidente que o principal meio utilizado para um mercador que quisesse propagar seus produtos e serviços nos primórdios do século, eram os jornais diários e seus anúncios, quando ainda não havia periódicos especializados³ para as mulheres na corte. Dada a recorrência com que apareciam os artigos ligados ao vestir – vestidos, luvas, meias de seda, leques, xales, sombrinhas, joias e outros mais – nosso trabalho é justamente recorrer aos anúncios como importantes divulgadores do que era considerado moda na época de outrora e mais, do que era tido como correto e de bom tom quando o assunto era o vestir das mulheres cariocas oitocentistas.

3. Os estrangeirismos na moda carioca

Colocadas as principais características do impresso em questão, partiremos para a análise dos anúncios de roupas e adornos que foram divulgados no espaço do jornal. Silva, nesse sentido, se debruçou a traçar alguns aspectos desse periódico em seu estudo intitulado *A Gazeta do Rio de Janeiro (1808-1822): cultura e sociedade*. Ao perpassar por vários segmentos do impresso, a autora faz algumas considerações sobre os anúncios de vestuário e modas ali descritos, enfatizando, nesse sentido, que “tudo o que vinha da França aparecia então como algo do melhor gosto e da última moda, até os calçados.” (SILVA, 2007: 40). Tal colocação torna-se perceptível quando analisamos alguns anúncios dessa natureza, como o do comerciante francês Carlos Durand ao noticiar certa vez que,

Recebeu da França vestidos de filó bordados de ouro e de prata, no último gosto, vestidos de garça para baile, luvas de pelica e de seda, para homens e senhoras, coleiras e tirar de caça bordadas, guarnições de ouro e bordados de branco, lenços de cambraia lisos e bordados, cambraia em peça [...] sapatos de seda e de lã para senhoras, botins e sapatos para senhoras e meninas, [...] plumas de todas as cores,

³ O primeiro jornal especializado em assuntos femininos surge no Rio de Janeiro em 1827, o *Espelho Diamantino*. Apesar de sua curta periodicidade (1827-1828), obteve bastante fama, pois, tratava-se de um periódico dedicado a escrever sobre bailes, teatros, modas, romances e tudo quanto pudesse ser considerado do interesse das senhoras cariocas. Após este, outros também vieram à luz na capital, sendo *O Correio de Modas*, *O Gosto*, juntamente com o *Espelho Diamantino*, os primeiros jornais para mulheres publicados no Rio de Janeiro. Fechando, assim, o rol de periódicos existentes – pelo que se tem notícia – antes de 1850.



chapéus de seda e de palha para senhoras. (GAZETA DO RIO DE JANEIRO, 1818: 4).

Evidenciava-se, como visto no excerto, as mercadorias que advinham da França, pois, tal localidade era considerada, pela boa sociedade, como o centro da moda feminina e símbolo do moderno e do novo quando o assunto era vestimentas e adornos. A partir de uma presença maior das mulheres nos espaços públicos, tornou-se imprescindível que alguns parâmetros fossem colocados a elas, um deles foi a necessidade crescente de senhoras e jovens aprenderem a falar e entender o francês. Durand, nesse sentido, utiliza-se de termos como “vestidos no último gosto” para atrair mais clientela e despertar nas senhoras cariocas o desejo de ir até a loja para adquirir tais produtos. Silva, ainda em seu estudo sobre a *Gazeta do Rio de Janeiro*, expõe que esses “mercadores dirigiam sua publicidade à população branca e adulta” (SILVA, 2007: 42), pois, apenas tal camada obtinha poder aquisitivo suficiente para comprar os produtos descritos. Outro aviso, esse de 1820, traz um comunicado da modista Madame Josefina – ignoramos, pois, se essa era aquela mesma modista da Imperatriz citada acima – que se anunciava nos seguintes termos:

Madame Josefina, modista francesa na Rua do Ouvidor nº 156, recebeu pelos últimos navios chegados de França um grande sortimento de fazendas francesas, do melhor gosto e da última moda, como sedas, vestidos de senhora com ricos bordados de ouro, de prata, de pérolas, de seda e outros de várias sortes, corpinhos de caça bordada, tiras bordadas, cambraia muito fina, lenços de cambraia bordados e lisos, lenços e xales de lã fingindo os de camelo, lenços e xales de seda, meias de seda de todas as sortes, luvas, sapatos, leques, perfumes, assim como chapéus e toucados feitos em Paris.

A recorrência aos produtos franceses, como notado, era um traço marcante dos anúncios colocados na *Gazeta do Rio de Janeiro* e referenciais quando se tratava da moda feminina. Além de sabermos quais tipos de mercadorias as senhoras cariocas mais usavam, tais escritos também nos revelam qual era a moda vigente à época, pois, certamente havia nas lojas outras mercadorias à venda, mas a escolha daquelas que mais se ajustavam ao gosto de então (SILVA, 1978: 32), revela quais tinham maior procura pela clientela. Isso significa, em última instância, que é possível detectar, apenas pela leitura dos anúncios, os modos de vestir das mulheres e quais tipos de vestimentas eram considerados de bom-tom na sociabilidade carioca oitocentista. Nessa perspectiva, os anunciantes cumpriam duas funções primordiais, a primeira que era de divulgar seus produtos e atrair compradores e a segunda era mostrar, a partir do que se anunciavam, as últimas tendências em modas chegadas da Europa.



Os acessórios, à medida que as vestimentas se aperfeiçoaram, passaram a ser primordiais para compor um traje de uma senhora fluminense que quisesse ser considerada elegante. Por isso, nota-se o surgimento de uma gama de anúncios de adornos e itens que completavam a composição dos trajes para as diversas ocasiões. Como este que dizia: “Na Rua do Ouvidor nº 8, em casa de Bellard, se acha um completo sortimento de chapéus de senhoras modernos a 6,400, vestidos de seda com rendas, plumas de várias cores, rendas francesas e fitas” (GAZETA DO RIO DE JANEIRO, 1817:4). Três anos mais tarde, outro anúncio vinha dizendo que: “No armazém de M. Ablon, Rua do Ouvidor nº 19, acha-se um sortimento de xales, véus, lenços de renda de França [...] flores, lenços, e xales de seda, plumas, luvas de pelica, meias de seda, tudo por preço muito cômodo” (GAZETA DO RIO DE JANEIRO, 1820:4). Os ornamentos que deveriam estar presente nos trajes femininos eram, geralmente, vendidos nos mesmos estabelecimentos das roupas, por isso, uma modista colocava a disposição os mais variados adereços para compor o modelo.

Segundo Silva, acerca do Rio de Janeiro de outrora, afirma que “um elemento importante da indumentária feminina eram os xales: havia os de seda, de lã fingindo de camelo” (SILVA, 2007: 35), pois, numa cidade pautada em princípios patriarcais, era necessário que a mulher cobrisse os ombros e as costas ao sair de casa, isso demonstrava recato e bons modos. Como mencionado nos anúncios, os chapéus de sol, fossem eles de palha ou de seda, também eram essenciais e completavam um traje diurno, tanto quanto as luvas, as sombrinhas e o leque. Vale lembrar que todos esses produtos eram importados direto da França para ser utilizados no cotidiano fluminense.

Convém destacar que um dos pontos referenciais em modas no Rio de Janeiro do Oitocentos foi a Rua do Ouvidor, dado que os principais endereços de lojas se localizavam nessa rua. Um viajante que esteve na capital à época, teceu as seguintes palavras sobre esta: “a Rua do Ouvidor tem aspecto singular e nela, por momento, a gente se julga em Paris. Caixeiras exageradamente pintadas, com cinturas finas e olhos à espreita, exibem gastos encantos diante dos espelhos, cosem em atitude elegante e lançam as redes de seus olhares pela longa fila das lojas, o que até certo ponto lembra o Palais-Royal” (LEITE, 1984: 116). Além dos viajantes, os jornais também foram grandes responsáveis pela fama da Ouvidor como uma rua essencialmente francesa, onde os membros da boa sociedade costumavam se reunir nos cafés e confeitarias ali estabelecidos. As mulheres, por sua vez, frequentavam as inúmeras lojas de modas que fincaram raízes nela. Porém, não foi apenas nesta que as



modistas e os profissionais da moda se estabeleceram, pois, a Rua do Ourives e da Quitanda também eram endereços bastante mencionados nos anúncios.

No ano 1850, Renault contabilizou na Rua do Ouvidor a presença de “77 casas de ourives, 66 sapateiros, 33 relojoeiros, 25 tipografias, 24 fabricantes de carruagens, 23 casas de modas, 8 retratistas e 4 floristas” (RENAULT, 1969: 234), mas, segundo ele, esse levantamento é incerto por razão do comércio heterogêneo. O essencial é que se compreenda, enfim, que os aprimoramentos pelos quais passou o comércio oitocentista na capital a partir da chegada da corte portuguesa, atingiu as esferas mais diversas da sociedade e uma delas foram os modos de vestir das mulheres, que, gradualmente, passaram por remodelamentos em favor dos estrangeirismos que chegaram junto com a família real e com os comerciantes europeus para fazer a cabeça – literalmente – do belo sexo fluminense.

4. Conclusão

Como já tangenciado ao longo do texto, os estrangeirismos – ou melhor dizendo, as europeizações – na moda feminina tiveram lugar no Rio de Janeiro porque profissionais advindos do Velho Mundo se estabeleceram em terras brasileiras com o intuito de propagar suas mercadorias e seus préstimos à boa sociedade carioca. Os anúncios, nessa perspectiva cumpriram um papel fundamental de divulgação de novos parâmetros, um deles nos próprios modos de vestir das cariocas. Embora o assunto precise ser mais detidamente estudado, a conclusão a que se chega é que o Rio de Janeiro, mais do que as outras províncias brasileiras, foi um terreno propício às redefinições de padrões no cotidiano dos que ali residiam. A moda, então, inserida nos cuidados com a aparência dessa boa sociedade, agiu como um importante elemento de distinção social. Os anúncios, por sua vez, desde os primórdios do Oitocentos, cumpriram, para além de outros, dois papéis fundamentais: um de tornar possível que tais novidades chegassem às mãos daqueles que interessassem seguir os padrões e o outro de dar suporte aos mercadores estrangeiros que procuravam por clientes desejosos de suas mercadorias ou serviços chegados diretamente da melhor localidade europeia no ramo do vestir – a França.

5. Bibliografia



5.1. Documentos

GAZETA DO RIO DE JANEIRO. Rio de Janeiro: editado na Imprensa Régia. (1808-1822).

5.2. Estudos

ABREU, Maurício de. **Evolução Urbana do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: IPLANRIO, 1997.

ALENCASTRO, Luiz Felipe de. **História da vida privada no Brasil.** São Paulo: Vol. 2, Companhia das Letras, 1997.

AZEVEDO, Moreira de. **O Rio de Janeiro: sua história, monumentos, homens notáveis, usos e curiosidades.** Rio de Janeiro: Vol. 1, Instituto Histórico Brasileiro, 1877.

B..., Virginie Leóntine. **A condição feminina no Rio de Janeiro – século XIX.** Míriam Moreira Leite (org.). São Paulo: Edusp, 1984.

CARELLI, Mário. **Culturas cruzadas: Intercâmbios entre França e Brasil.** Campinas: Papyrus, 1994.

CHATAIGNIER, Gilda. **História da moda no Brasil.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

COARACY, Vivaldo. **Memórias da cidade do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: Vol. 3, José Olympio, 1965.

COSTA, Nelson. **Páginas cariocas: trechos de autores brasileiros sobre a Cidade do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: Coleção Cidade do Rio de Janeiro, 1961.

CRULS, Gastão. **Aparência do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: 1º volume, José Olympio, 1965.

EDMUNDO, Luís. **A corte de D. João VI no Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: 2ª edição, Conquista, 1957.

FRANÇA, Jean Marcel Carvalho. **Literatura e Sociedade no Rio de Janeiro oitocentista.** Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1999.

FERREIRA, Tânia Maria Bessone da Cruz. **A presença francesa no mundo dos impressos no Brasil.** In: Revistas Ilustradas: modos de ler e ver no Segundo Império. Rio de Janeiro, Mauad, 2011.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem e modas de mulher.** Rio de Janeiro: 3ª edição, Record, 1997.



_____. **Vida social no Brasil nos meados do século XIX.** Rio de Janeiro: Global, 2008.

GERSON, Brasil. **História das ruas do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: Editora Souza, 3ª edição.

MACEDO, Joaquim Manoel de. **Um passeio pela cidade do Rio de Janeiro.** Brasília: Edições do Senado Federal, 2005.

_____. **Memórias da Rua do Ouvidor.** Rio de Janeiro: Typografia Perseverança, 1878.

NEEDELL, Jeffrey D. **Belle Époque Tropical: sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século.** São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções.** Universidade de Brasília: Brasília, 2002.

RENAULT, Delso. **O Rio Antigo nos anúncios de jornais (1808-1850).** Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 1969.

RIOS, Adolfo Morales de los. **O Rio de Janeiro Imperial.** Rio de Janeiro: Topbooks, 2000.

SILVA, Maria Beatriz Nizza da. **A Gazeta do Rio de Janeiro (1808-1821): cultura e sociedade.**

_____. **Cultura e sociedade no Rio de Janeiro (1808-1821).** São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1978.

_____. **Vida privada e cotidiano no Brasil.** Rio de Janeiro: 1ª edição, Editorial Estampa, 1993.

VIDAL, Laurent; LUCA, Tânia Regina de. (orgs.) **Franceses no Brasil: (séculos XIX-XX).** São Paulo: Editora UNESP. 2009.