

[artigos]





O circuito da moda na corte do Rio de Janeiro

The fashion cycle in Rio de Janeiro's court

Charles Roberto Ross Lopes¹

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2608-8891>

[**resumo**] Esse artigo analisa o nascente circuito da moda que se desenvolve na corte do Rio de Janeiro, nas primeiras décadas do século XIX. Para tanto, recorre aos anúncios publicados na *Gazeta do Rio de Janeiro*, primeiro periódico de cunho oficial editado pela Imprensa Régia durante o período joanino. Tais anúncios consistem no principal meio de divulgação e propaganda dos artigos oferecidos por modistas, costureiras, alfaiates e cabelereiros que se estabelecem na corte. Além disso, eles permitem conhecer sua procedência, os artigos do vestuário e serviços que disponibilizam, os espaços que suas lojas ocupam na cidade e quais as novidades vindas da Europa por eles anunciadas. Enfim, possibilitam acompanhar a difusão das novas tendências da moda e as transformações no gosto das damas cariocas.

[**palavras-chave**] **Gazeta do Rio de Janeiro. Moda. Rio de Janeiro. Século XIX.**

[**abstract**] This article analyzes the nascent fashion cycle that was developed in Rio de Janeiro's court, in the first decades of the 19th century. Therefore, it calls up the advertisements published in *Gazeta do Rio de Janeiro*, the first official periodical edited by Imprensa Régia during the Johannine period. Such advertisements consist of the main means of dissemination and advertising of articles offered by fashionistas, seamstresses, tailors and hairdressers who were established in the court. In addition, they make it possible to find out about their origins, the clothing items and services they offer, the spaces that their stores take place in the city and what news they announce from Europe. Finally, they make it possible to follow the diffusion of new fashion trends and the transformations on the style of carioca ladies.

[**keywords**] **Gazeta do Rio de Janeiro. Fashion. Rio de Janeiro. 19th Century.**

Recebido em: 02-03-2023

Aprovado em: 20-04-2023

¹ Doutor em História PUC-RS. Pesquisador de Pós-Doutorado no PPG em Processos e Manifestações Culturais – Universidade Feevale. lopes.chrr@gmail.com. <http://lattes.cnpq.br/2057231956587051>

Introdução

É somente com a chegada da corte lusitana, em 1808, que o Rio de Janeiro tem contato com a linguagem da moda, da sofisticação e do luxo, então vigentes na Europa. Desse momento em diante, torna-se necessário o uso de uma indumentária apropriada aos novos hábitos da sociedade de corte que se estrutura na cidade. Diante da nova realidade, surge, ainda que de modo incipiente, uma economia de mercado, com a abertura de uma variedade de lojas artesanais. Logo, a sociedade local busca seguir os “valores e modos europeus, civilizando os costumes, eliminando os ares coloniais” (RAINHO, 2002, p. 14-15), a fim de se aproximar da aristocracia lusitana que se estabelece no Rio.

Ocorre o desenvolvimento na nova sede da corte de um comércio varejista, praticado inicialmente por imigrantes ingleses e depois pelos franceses. Desde então, há uma proliferação de estabelecimentos vinculados às modistas. Essas lojas, armazéns e boutiques, além de comercializarem uma diversidade de artigos de moda que compõem as toilettes das senhoras, também servem de ateliês para a execução da confecção das vestimentas e acessórios femininos, elaborados a partir das referências da estética francesa. O “Conde de Gestas, [...] escrevia que o comércio de modas havia tomado um impulso inaudito e que ruas inteiras tinham lojas abastecidas nos armazéns franceses.” (MOTT, 1994, p. 105). Essas mudanças ocorridas no espaço da urbe carioca, impulsionam o processo de apropriação do referencial da moda europeia pela *boa sociedade*, composta pelos

homens e as mulheres que civilizaram seus costumes e fizeram da moda um elemento que acentuava as diferenças existentes entre eles próprios e entre eles e os outros estratos da população. São os homens e as mulheres que, ao europeizar seus corpos, passaram a preocupar-se com a correção do vestuário, com o vestir racional e com a adoção de roupas adequadas à posição que ocupavam na sociedade. São, enfim, aqueles que por meio da aparência e não apenas do dinheiro e do poder, deixavam visíveis as diferenças que marcavam o abismo existente entre a ‘boa sociedade’ e a sociedade comum, ‘abismo do prestígio, do estilo de vida, do acesso ao mando.’ (RAINHO, 2002, p. 17).

Não tarda para que a cidade do Rio de Janeiro se transforme em um centro cosmopolita, na medida em que chegam aos seus portos uma diversificada e numerosa quantidade de produtos provenientes dos continentes europeu, asiático e africano. Em 27 de março de 1810, D. João VI assina um alvará que incentiva a liberdade de venda de mercadorias pelas ruas e lojas da cidade. Essa iniciativa visa impulsionar o mercado interno e estabelece os tributos a serem pagos pelos vendedores, de acordo com as variedades de gêneros por eles comercializadas. Assim, o surgimento de novas possibilidades de desenvolvimento do comércio na corte carioca, cada vez mais chama a atenção de comerciantes ingleses e franceses.²

² O Rio de Janeiro passa a ser o principal entreposto brasileiro das exportações e importações. Uma diversidade de produtos entra e sai de seus portos, muitos dos quais não são negociados localmente, mas enviados para outros centros comerciais do mundo ou para regiões de difícil acesso no interior do país. Dessa maneira, a partir da capital do reino se estabelece um fluxo e um refluxo de mercadorias. E figurando entre as principais Nações de onde se importam produtos está a França, com seus artigos de luxo, sedas, perfumes, drogas, livros e gravuras, etc., e a Inglaterra, de onde vem, sobretudo, tecidos de lã e de algodão.

O centro da área comercial está distribuído entre a rua do Ouvidor, a rua do Rosário e a rua Direita, visto que esses logradouros estão próximos ao Paço Imperial e ocupam a área central da cidade onde há uma grande circulação de pessoas. Nessas vias públicas além de adquirirem artigos de moda, as ricas damas poderiam desfilarem suas indumentárias, cada vez mais elaboradas desde a chegada da corte que trouxe consigo a realização de múltiplas festividades que passam a movimentar a vida social da população da cidade.

A rua que conquista fama exacerbada e proeminente destaque é a do Ouvidor. Tão grande é sua importância no século XIX, que em 1878 suas célebres histórias são narradas pelo escritor Joaquim Manoel de Macedo em seu livro *Memórias da rua do Ouvidor*. Após o processo de abertura dos portos iniciado pela Carta Régia de 28 de janeiro de 1808, a rua é habitada por negociantes ingleses e apenas a partir de 1815, com o término da guerra na Europa, é que os imigrantes franceses abrem ali seus estabelecimentos. Segundo Macedo, “somente a tesoura das modistas que havia de levantar o monumento da *rua do Ouvidor*.” (MACEDO, 2005, p. 97) Entre os anos de 1821 e 1822, muitas modistas francesas fixam seu endereço nesse local. Logo, “Sua Majestade a *Moda de Paris*, déspota de cetra de flores, sedas e fitas, [...] alindou a rua com graciosas, atraentes e enfeitadas lojas [...] A rainha *Moda de Paris* firmou seu trono na *rua do Ouvidor*.” (MACEDO, 2005, p. 106-107, grifos do autor).

Já as atividades dos relojoeiros e dos ourives, fundamentais para o comércio de luxo que se desenvolve então na cidade, tem lugar na rua dos Ourives. Sobretudo após 1818 é que esses profissionais se estabelecem em grande número na referida rua. Assim como outros artífices, eles muitas vezes acabam exercendo atividades comerciais, a fim de complementar seus ganhos financeiros. Não raras as vezes em que encontramos anúncios de ourives que divulgam os serviços de suas esposas, com o intuito de complementar a renda familiar. Como é o caso de “*Catillon, ourives Francês, [...] faz e concerta toda a sorte de jóias, e crava a diamante; a mulher dele concerta e lava as rendas brancas e pretas, os véus, os vestidos de filó de seda bordados, assim como também as meias de seda.*”³

A venda de joias também é anunciada pelos ourives e, embora já houvesse o emprego de bijuterias, elas permanecem como símbolo inconfundível de prestígio social e poder daqueles que as ostentam. “Vende-se um colar, pulseiras, e brincos de diamantes assentados em prata; um florete de ouro com jogo de fivelas para sapatos, ligas, e pescocinho, tudo com diamantes, e várias peças com diamantes, e pedras de cores.”⁴ Outro objeto de extremo valor são os relógios, considerados como indício de riqueza. Na *Gazeta do Rio de Janeiro*, proliferam os avisos em que recompensas são oferecidas para as pessoas que encontrarem relógios furtados ou perdidos, o que evidencia o valor simbólico dessas peças. “Quem tiver achado [...], hum relógio com caixa de ouro *Francês*, correntes e chave de ouro de lei, com uma pedra grande de topázio amarelo, entregue a seu dono o Depositário Geral da Corte do *Rio de Janeiro*, [...] o qual dará as alvissaras.”⁵

³ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 99. RJ: Imprensa Régia, 10 de dezembro de 1817, s/p.

⁴ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 91. RJ: Imprensa Régia, 12 de novembro de 1814, s/p.

⁵ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 28. RJ: Imprensa Régia, 5 de abril de 1817, s/p.

Como podemos observar, os anúncios publicados na *Gazeta do Rio de Janeiro* configuraram-se como uma importante fonte histórica, na medida em que auxiliam na compreensão do nascente circuito de moda que gradualmente se desenvolve na corte carioca. A partir da análise dos textos ali editados é possível conhecer quem são os criadores da arte do bem vestir – alfaiates, costureiras, modistas, cabelereiros, etc. – qual a sua procedência, seus locais de trabalhos, o espaço geográfico que ocupam na cidade e os produtos que esses artistas da moda comercializam em suas lojas.

Gazeta do Rio de Janeiro

O principal meio de divulgação e propaganda dos artigos oferecidos pelos comerciantes são os anúncios publicados no jornal *Gazeta do Rio de Janeiro*.⁶ Se inicialmente esses textos anunciam aulas particulares, vendas de terrenos, alugueis de cavalos, dentre outros serviços, a partir de 1810 seu conteúdo assume um novo formato. A partir de então é oferecido um grande número de mercadorias importadas, como porcelanas, relógios, perfumes, etc., e variados artigos de moda como tecidos, lenços de seda, leques, sapatos, chapéus, luvas, plumas e outros acessórios.

A *Gazeta do Rio de Janeiro* se configura como o primeiro periódico de cunho oficial publicado pela Imprensa Régia durante o período joanino. Sua edição visa informar aos habitantes letrados do Rio de Janeiro sobre os acontecimentos políticos e a situação econômica local, assim como, aqueles ocorridos no cenário internacional. No dia 10 de setembro de 1808 é publicado o seu primeiro exemplar, cujas características formais segue os padrões de outras publicações europeias, como da *Gazeta de Lisboa*, criada em 1715. O periódico “também chegava aos portos lusitanos, circulava no país e fazia parte do rol de jornais considerados de interesse para os gazeteiros portugueses e a sociedade em geral.” (MEIRELLES, 2006, p. 90).

Inicialmente, o jornal circula apenas aos sábados e pode ser comprado na casa de Paulo Martin Filho ao custo de 80 réis. “Faz-se saber ao Público: Que a *Gazeta do Rio de Janeiro* deverá sair todos os Sábados, pela manhã: Que se vende nesta Corte em casa de Paulo Martin, Filho, Mercador de Livros no fim da Rua da Quitanda a preço de 80. r.”⁷ Entretanto, não tarda para que o impresso tenha duas edições semanais, uma publicada nas quartas-feiras e outra aos sábados. Também há a edição frequente de exemplares chamados de “extraordinários”, motivados pela necessidade de noticiar algum acontecimento de última hora. O preço da assinatura do jornal sofre certos reajustes no decorrer dos anos de sua existência, sendo que já em 1810 passa a custar 5\$000 réis semestrais, valor bem diferente do cobrado inicialmente. “Que as Pessoas, que quiserem ser Assinantes, deverão dar os Seus nomes, e moradas, na Sobredita Casa pagando logo os primeiros Seis meses a 1: 900 r.⁸; e lhes Serão remetidas as folhas a Suas Casas no sábado pela manhã”⁸.

⁶ Uma ampla compilação dos anúncios publicados no jornal *Gazeta do Rio de Janeiro*, encontra-se disponível em LOPES (2021) – Anexo 2, p. 286.

⁷ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 1. RJ: Imprensa Régia, 10 de setembro de 1808, s/p.

⁸ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 1. RJ: Imprensa Régia, 10 de setembro de 1808, s/p.

Basicamente, a *Gazeta do Rio de Janeiro* apresenta uma estrutura bastante simples, com a dimensão padrão das folhas estrangeiras (19x13,5cm), formato *in-quarto*, composta por dois seguimentos, ou seja, uma *seção noticiosa* e outra de *avisos/anúncios*. Na *seção noticiosa* são incluídos artigos de diferentes jornais europeus, previamente selecionados pelos redatores. Nela também há espaço para os diversos acontecimentos do cotidiano da realeza e da corte, como festividades do calendário real, aniversários, batismos, peças de teatro, distribuição de títulos de nobreza, chegada de políticos e militares na corte, visitas de artistas europeus, expedições de viajantes, falecimentos de nobres, etc. Além dos acontecimentos culturais, a partir de 1810 são publicadas nessa seção *Cartas Régias* e *Decretos* de D. João VI. A publicação das determinações políticas do soberano, representa uma maneira de informar aos leitores sobre a estrutura político-administrativa da coroa portuguesa sediada nos trópicos.

Mas a seção que nos interessa, devido à recorrência com que aparecem os artigos ligados ao vestir é outra, ou seja, a de *avisos/anúncios*. Eles são redigidos nas últimas páginas do jornal e sua extensão depende da quantidade de anúncios que se pretende comunicar. Há uma infinidade de tipos de anúncios, em sua maioria relacionados à prestação de serviços. Segundo o texto de seus editores, “na mesma Gazeta se porão quaisquer anúncios, que se queiram fazer; devendo enviar na 4ª feira no fim da tarde na Impressão Régia”.⁹ Não se define, portanto, como deve ser o formato desses anúncios, tanto que nos deparamos com longas descrições sobre os produtos anunciados, sua procedência, quem os oferta e seus valores, contrastando com pequenos textos que passam quase despercebidos aos olhos do leitor. Dentre a diversidade de assuntos ali publicados, encontramos informações sobre a compra e venda de casas, propriedades rurais, escravos, relatos da procura por negros fujões, notícias marítimas, registros da entrada e saída de navios dos portos cariocas, saídas de correio, chamadas de leilões, vendas de mapas, livros e periódicos, etc.

Nesse espaço, são publicados também os anúncios de comerciantes, sobretudo europeus, que informam ao público sobre a venda de seus produtos, bem como, os serviços que oferecem. Figuram entre os principais estabelecimentos as lojas de modas, alfaiatearias, sapatarias, casas de pasto, confeitaria, cafeterias, dentre outros tipos de comércio que se desenvolvem nesse momento na cidade do Rio de Janeiro. Além disso, as descrições contidas nesses anúncios nos possibilitam conhecer que tipos de produtos de moda são comercializados, como tecidos, vestidos prontos, luvas, meias de seda, sapatos, chapéus, leques, xales, sombrinhas, águas de cheiro, diademas, joias, assim como, outros artigos que compunham a toilette feminina. Também é realizada referência a alguns aspectos pessoais dos próprios mercadores, principalmente a sua origem, que no caso dos franceses é ressaltada como um recurso que assegura a qualidade de seus produtos e amplia suas vendas em um mercado cada vez mais competitivo. Devemos lembrar que após o período de restauração borbônica a França passa a ser considerada na corte do Rio de Janeiro como uma referência de elegância e bom gosto.

Portanto, como menciona a historiadora Maria Beatriz Nizza da Silva, em seu estudo sobre a *Gazeta do Rio de Janeiro*, “a seção de avisos deixa entrever vários aspectos da vida cotidiana que dificilmente se encontram em outra documentação.” (SILVA, 2007, p. 22). Ao

⁹ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 1. RJ: Impressão Régia, 10 de setembro de 1808, s/p.

longo de sua circulação até 1821, tal seção do jornal, cumpre um importante papel na divulgação do novo comércio que se desenvolve na corte. Ademais, os pequenos textos publicados nesses anúncios, também contribuem para definir e difundir o que é considerado estar na moda, ou seja, o que é aceito como correto e de bom tom para o vestir feminino das damas cariocas oitocentistas.

Os criadores da arte do bem vestir

Após 1816, os tratados comerciais e de amizade selados entre Portugal e França favorecem que muitos franceses migrem para o Rio de Janeiro e instalem seus estabelecimentos comerciais com a oferta de diferentes ofícios: modistas, floristas, alfaiates, cabeleireiros, livreiros, negociantes de perfumes, músicos e bailarinos, professores, etc.¹⁰ Mas, como comprovam os registros de estrangeiros da Intendência da Polícia, o comércio mais significativo é sem dúvida o de tecidos e da moda. O público é atraído pela “última moda”, ou seja, pelos maravilhosos e luxuosos artigos de moda vindos da França, que são continuamente anunciados e referenciados na descrição dos produtos existentes nas lojas.

Com os franceses, a rua do Ouvidor ganha um considerável destaque como a principal área comercial da cidade. Ao longo de toda a sua extensão são instaladas lojas envidraçadas, decoradas segundo a estética parisiense. Redutos do bom gosto, nesses estabelecimentos é possível encontrar uma variedade de produtos, como atestam os anúncios editados pela *Gazeta do Rio de Janeiro*. Sobretudo, a partir de 1820, as célebres modistas francesas chegam a essa rua, que após presenciar a rivalidade comercial existente entre ingleses e franceses, passa a simbolizar a estreita relação dos brasileiros com a França. Logo ela é reconhecida como a mais francesa de todas as ruas da corte carioca, chegando a ser comparada à Rue de Vivienne e a de Saint-Honoré de Paris, conhecidas por suas luxuosas boutiques de artigos de moda. Em sua passagem pela cidade do Rio de Janeiro no ano de 1824, Ernest Ebel relata que:

Ao entrarmos [...] na rua do Ouvidor, acreditamo-nos transportados para Paris, porque nela se estabeleceram os franceses [...]. Não só ali se conseguem os tecidos mais finos e as mil miudezas do luxo e da moda, como estas atraem o transeunte pelo bom gosto e pelo brilho da apresentação. Por trás de uma mesa bem

¹⁰ Em decorrência do contexto das guerras napoleônicas, antes dessa data os franceses são submetidos a uma severa vigilância da Intendência de Polícia, órgão responsável pelo registro dos estrangeiros que chegam ao país. Com o pretexto de zelar pela saúde pública, periodicamente são realizadas inspeções nas naus europeias, o que na realidade busca impedir a entrada clandestina de franceses. O temor das autoridades é, portanto, a disseminação dos princípios revolucionários nos domínios lusos, o que supostamente muitas vezes justifica a prisão sumária de franceses até que seja comprovada sua inocência. No período que compreende os anos de 1808 até 1814, ser francês é motivo de preocupação, vergonha e medo. Apenas com a derrota dos exércitos de Napoleão, em 1815, e com o processo de Restauração dos Bourbons ao poder na França, é que a política da Coroa lusitana adota uma atitude respeitosa em relação aos franceses que querem se estabelecer no Brasil. As relações comerciais e diplomáticas entre os dois Reinos são retomadas em virtude da Restauração. É o fim da arbitrária perseguição aos cidadãos franceses, que após 1816 chegam em grande quantidade ao Rio de Janeiro, como comprovam os registros das entradas marítimas no porto carioca que constam na *Gazeta do Rio de Janeiro*, assim como, os anúncios que passam a circular no mesmo periódico.

polida, senta-se *madame* ou *mademoiselle* elegantemente posta, ocupando meia dúzia de negrinhas, vestidas com esmero e escolhidas pelo físico, ocupadas a costurar [...]. Aí vendem tudo o que o mais exigente *petit-mâitre*, a dama mais elegante possam desejar; naturalmente, por bom dinheiro. (EBEL, 1972, p. 70, 71, 72).

Portanto, para ficar nas imediações das diversas lojas de fazendas, aviamentos, perfumarias, cabelereiros e de outros artigos de moda comercializados, as modistas que a princípio se estabelecem na rua Direita, logo abrem suas portas na famosa rua do Ouvidor. Em seus ateliês, elas recorrem às costureiras de profissão, tanto brasileiras como portuguesas, e também à mão-de-obra das escravas costureiras. Logo, seu ofício dá continuidade a uma arte essencialmente feminina, anteriormente executada pelas senhoras que talhavam os seus vestidos com a ajuda de suas escravas, tendo como modelo os poucos figurinos franceses que tinham acesso. Com as suas agulhas, linhas, tesouras e criatividade, as modistas passam a elaborar e a moldar novos usos, costumes, gostos e desejos.

Não demora para que se desenvolva uma mão-de-obra especializada no domínio da confecção do vestuário, composta principalmente por habilidosas escravas africanas. Nesse contexto, os denominados *escravos de ganho* despontam como uma mão-de-obra sazonal na elaboração de roupas. A manufatura do vestuário e dos acessórios de moda faz com que grupos de escravos, de ambos os sexos, que apresentavam familiaridade com as técnicas da costura, se organizem para aprimorar suas habilidades e compreender o sofisticado exercício de elaboração de trajes. Como menciona Maria Lúcia de Barros Mott, “verifica-se que apesar do luxo e da aparência francesa das lojas e das modistas, estas não dispensavam a mão-de-obra local de origem africana, escrava e livre, aliás como os demais comerciantes.” (MOTT, 1994, p. 107).

Também ocorre a confecção de trajes com peças de roupas pré-fabricadas, o que poupa o trabalho do corte e barateia o seu custo. De acordo com suas preferências, as senhoras realizam os acabamentos finais nas roupas, adornando-as com bordados, pedrarias e todo tipo de acessórios. Essa é uma prática recorrente como podemos verificar na grande quantidade de anúncios publicados pela *Gazeta do Rio de Janeiro*. Em seus textos, são anunciados ornamentos, guarnições, mangas já feitas, além de uma infinidade de artigos que compõem o vestuário.

Pequenas lojas oferecem ao público os serviços executados pelas modistas, como costuras, confecção de flores, chapéus e acessórios, assim como, os trabalhos realizados pelos cabelereiros. Essas atividades têm como principal meio de propaganda a periódica publicidade realizada no jornal *Gazeta do Rio de Janeiro*. A elevada quantidade de anúncios publicados na *Gazeta* é reveladora da notoriedade alcançada por esses criadores da arte do bem vestir. Na sequência, apresentaremos alguns desses criadores responsáveis pelo aprimoramento da estética e do gosto feminino na primeira metade do século XIX.

Alguns alfaiates permanecem confeccionando o vestuário feminino, como o francês *Mr. Gudin*. No ano de 1816, ele anunciava a sua presença no Rio de Janeiro, comunicando ao público que iria transferir a sua loja da rua dos Latoeiros para a rua do Rosário, n. 34.¹¹ Posteriormente, em 1818, muda-se para a rua do Ouvidor, inicialmente no n. 12, transferindo

¹¹ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 91. RJ: Imprensa Régia, 13 de novembro de 1816, s/p.

em seguida para o n. 15.¹² Ao longo de diversos anúncios, o alfaiate apresenta os seus artigos, variedade composta por trajes para homens, vestidos de corte, tecidos e até mesmo a oferta de uma escrava. Já em 1820, o seu promissor percurso na corte faz com que se apresente como: “Alfaiate de S.A.R., a Princesa Real, na rua do *Ouvidor*, N.º 15, há para vender huma negra, de 18 a 20 annos, sem vicio nenhum, que sabe cozer, lavar, engomar e cozinhar.”¹³ Sua esposa, *Madame Gudin*, também é a modista das Infantas D. Januária e D. Francisca. Mesmo após o retorno da Família Real para Lisboa, são muitas as referências feitas ao alfaiate no periódico.

É corriqueiro que esses europeus façam a travessia do Atlântico juntamente com seus familiares. Esse é o caso do *Mr. Dumont*, ourives francês que abre uma loja no n. 41 da rua da Alfandega onde comercializa diversos artigos, que chega ao país acompanhado pelas *Senhoras Dumont*. Não há registro nos anúncios da *Gazeta* sobre qual o grau de parentesco entre ambos, apenas que são modistas que fabricavam flores e chapéus, além de providenciarem o branqueamento ou tingimento de plumas.

A distinção na aparência faz com que haja um intenso interesse pelas últimas novidades da moda vinda da Europa. Atento a esse desejo e sabendo que a prática de andar a cavalo exigia uma indumentária adequada, *Mr. Cezar Bouliech*, em 1818, estabelecido na rua detrás do Hospício, n. 12, noticia que “elle faz vestidos á moda do mais moderno gosto de *Paris*; e faz igualmente vestidos á Amazona, e satisfará muito prontamente ás pessoas, que lhe fizerem o obsequio da sua confiança.”¹⁴ Em outro anúncio que cremos se referir ao mesmo alfaiate, temos ideia da acirrada competitividade que logo se estabelece no mercado de roupas, como indica a garantia de rapidez na execução do traje. “*Cesar*, Alfaiate *Francez*, na rua dos *Ourives*, na esquina da rua do *Ouvidor*, recebeu agora de *Paris* vestidos completos para homem, de veludo bordados de seda, e de veludo bordados de prata e seda. Prepara-se um vestido completo em 24 horas.”¹⁵ No ano de 1820, o referido alfaiate se muda para a rua dos Ourives, n. 31, no canto da rua da Cadeia.

Há um movimento crescente na criação de novos estabelecimentos de moda nas ruas do Rio de Janeiro. E algumas modistas acompanham esse processo, passando a ser proprietárias de suas próprias lojas. *Madame Tachoyssin* exemplifica essa tendência de gestão dos negócios pelas mulheres. Ela inaugura seu armazém na rua da Ajuda, em 1819.

Madame *Tachoyssin* participa ao publico, que acaba de abrir hum armazém, na rua da *Ajuda* N.º 15, quasi defronte da rua de *Santo Antonio*, onde se fazem chapéus, vestidos, e todos os mais enfeites de Senhora: achaõ-se no mesmo armazém todas as fazendas *Francezas*, que podem dezejar para este fim, tanto sedas, como fitas, meias de seda, vestidos de filo bordados de prata, tanto em cortes, como feitos, perfumes, e outros innumeraveis objectos, tudo pelos preços mais moderados.¹⁶

¹² *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 93. RJ: Imprensa Régia, 21 de novembro de 1818, s/p.; *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 99. RJ: Imprensa Régia, 2 de dezembro de 1818, s/p.

¹³ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 47. RJ: Imprensa Régia, 10 de junho de 1820, s/p.

¹⁴ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 32, RJ: Imprensa Régia, 22 de abril de 1818, s/p.

¹⁵ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 81. RJ: Imprensa Régia, 10 de outubro de 1818, s/p.

¹⁶ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 79. RJ: Imprensa Régia, 2 de outubro de 1819, s/p.

Chama a atenção nesse anúncio a referência à comercialização de vestidos de filó bordados de prata, já feitos e em cortes. O que nos leva a supor que *Madame Tachoyssin* possuía costureiras que trabalhavam sob a sua direção. Provavelmente, nos ateliês das modistas é prática comum a presença de outras costureiras, que colaboravam no processo de elaboração das roupas, o que não desqualifica as donas de lojas de artigos de vestuário e de moda, sempre versadas na arte de bem cortar e costurar, que as qualificava para orientar seus ou suas colaboradoras.

Não podemos deixar de mencionar que além dos franceses, comerciantes ingleses desenvolvem suas atividades na corte do Rio de Janeiro. Durante a permanência da Família Real nos trópicos, há um acréscimo na quantidade de imigrantes da Inglaterra que passam a se dedicar ao comércio no Brasil. Pouco mais de dez anos após a transferência da corte lusa, em 1819, já há operando na cidade do Rio de Janeiro em torno de sessenta companhias inglesas. Esse número se explica, sobretudo, pelos benefícios concedidos pelo governo português à Nação amiga, como o pagamento de taxas alfandegárias 15% inferiores aos tributos pagos por brasileiros e portugueses.¹⁷ Portanto, inicialmente, o ambiente é favorável aos britânicos, o que incentiva que algumas modistas oriundas desse país também tentem a sorte na nova sede da monarquia portuguesa. O anúncio a seguir é elucidativo sobre esse aspecto:

*Hannah Fairris, modista Inglesa, na rua do Ouvidor N.º 17, recebeu novamente de Londres e Paris, hum sortimento de pelles de varias cores para guarnecer vestidos, e para bonés, chapéos pretos de palha Inglesa, rufos emprensados de cambraia, bonecas de cera que movem os olhos, vestidos bordados de filo de ouro e prata, e de pérolas, guarnições da mesma qualidade, filo em peça bordado de ouro e prata, rendas de ouro e prata, hum lindo sortimento de flores de ouro e prata e de pérolas, e grinaldas, guarnições de ouro e prata e de pérolas, folhas de parra e rozas de ouro para guarnições, tiras de cassa bordadas, e toucas de cassa bordadas, tudo do ultimo gosto, e por preços commodos.*¹⁸

No ano de 1819, encontramos outro comunicado que parece ser de um parente da modista, talvez seu esposo. O comerciante *Mr. Harris*, com estabelecimento no n. 47 da rua do Ouvidor, “tem para vender, além de fazendas *Inglesas* e *Francezas* das ultimas modas, com que sempre tem o seu armazém sortido, huma grande porção de cabeleiras e enfeites de cabelo para *Senhoras*, plumas muito ricas, e rozas com musgo natural.”¹⁹ Nesse mesmo anúncio encontramos referência direta a chegada de tecidos ingleses aos portos do Rio de Janeiro: “fazendas há pouco chegadas por sua conta da *Inglaterra*, onde erão da ultima moda, e ainda pouco vistas.”²⁰

¹⁷ Sobre essa questão consultar WILCKEN (2010).

¹⁸ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 38. RJ: Imprensa Régia, 10 de maio de 1820, s/p.

¹⁹ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 24. RJ: Imprensa Régia, 24 de março de 1819, s/p.

²⁰ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 24. RJ: Imprensa Régia, 24 de março de 1819, s/p.

Entretanto, ao analisar esses anúncios fica claro que ainda que haja o registro de comerciantes ingleses, as referências do universo da moda feminina na corte do Rio de Janeiro são tributárias da estética francesa. Nesse sentido, proliferam nas páginas da *Gazeta* os anúncios das modistas francesas.

Nem todas as modistas que vêm a se estabelecer na corte alcançam a fama e o sucesso pretendidos. Esse parece ser o caso de dois nomes que observamos apenas uma única referência. O da *Madame Chabry* “natural de *Paris*, faz modas e vestidos de todos os feitios por hum preço módico, e tem modas já feitas, rua da *Barreira de Santo Antonio*, n.º 6.”²¹ E o da *Madame de Lussan*, “*Franceza*, faz saber as *Senhoras Portuguezas* que tem na sua caza no *Beco do Proposito* N. 2, hum sortimento de vestidos, chapéos, flores, penna &tc todas outras qualidades de moda para mulher.”²²

Outras modistas, pelo contrário, alcançam grande projeção na corte, como é o caso de *Mademoiselle Josephine*. Considerada como a mais famosa e antiga modista estabelecida na rua do Ouvidor, ela possui uma seleta clientela, atendendo a D. Carlota Joaquina, as Infantas e a primeira Imperatriz do Brasil, D. Leopoldina. No número 89 da referida rua, a modista desenvolve seu trabalho, cortando vestidos, elaborando toucados e enfeites, de modo que suas peças logo atingem tamanho reconhecimento que entre os anos de 1823 e 1824 seu prestígio não é igualado por nenhuma outra modista da cidade.

Posteriormente, no ano de 1820, observamos o anúncio de uma modista francesa chamada *Josephine Meunier*. Ela comunica que possui uma grande variedade de tecidos e acessórios de moda, oferecendo os seus préstimos para as senhoras da corte. Ainda que não coincida o número da porta com o do estabelecimento de nossa célebre modista, é provável se tratar da mesma pessoa, pois *Madame Josephine* pode ter ocupado outro endereço na rua do Ouvidor até o momento em que começa a fazer sucesso e fixa sua loja no número 89.

Madame Josefina Meunier, modista *Franceza* na rua do Ouvidor N.º 156, recebeu pelos últimos Navios ultimamente chegados de França hum grande sortimento de fazendas *Francezas*, do melhor gosto e da ultima moda, como sedas, vestidos para Senhora ricos bordados de ouro, prata, de pérolas, de seda, e outros de varias sortes, corpinhos de caça bordada, tiras bordadas, cambraia muito fina, lenços de cambraia bordados e lizos, lenços e chalés de lã fingindo os de camello, lenços e chalés de seda, meias de seda de todas as sortes, livas, çapatos, leques, perfumes, assim como chapéos e toucados feitos em *Paris*.²³

Nesse período, não houve modista que obtivesse tanto retorno financeiro talhando inúmeras fazendas quanto *Madame Josephine*. Mesmo após seu matrimônio, decide manter o nome de sua boutique, conhecida como “*Mademoiselle Josephine*”. Como lembra Macedo (2005, p. 148), “já era tanta e tão proveitosa a fama do nome da *modista*, que mulher e

²¹ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 26, RJ: Imprensa Régia, 1 de abril de 1818, s/p.

²² *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 54. RJ: Imprensa Régia, 8 de julho de 1818, s/p.

²³ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 30. RJ: Imprensa Régia, 29 de abril de 1820, s/p.

marido acordaram em conservá-lo na designação da loja.” O companheiro da modista “com espíritoso materialismo reconheceu quanto o nome da esposa valia mais do que o seu na grande realidade da vida.” (MACEDO, 2005, p. 148). Não se tem a referência ao seu nome que ironicamente é denominado por Macedo como *Mr. Quelque Chose*. Talvez se trate do senhor Meunier, que empresta seu sobrenome a modista que oferta seus produtos na *Gazeta do Rio de Janeiro*, em 29 de abril de 1820.

Madame Josephine se destaca, portanto, como uma intérprete verídica das modas parisienses. É “a bonne faiseuse de todas as elegantes em sécia maior, o oráculo das cariocas que se submetiam às exigências caudinas da Moda.” (CARVALHO, 2008, p. 3). Segundo a modista, o trabalho de cortar e ornamentar um vestido se aproxima do processo criativo que envolve o ato da pintura de uma tela, ou da redação de um poema. E afirmava em um português afrancesado: “Sou artista e ainda tenho de imaginar a minha obra: como hei-de marcar o preço do vestido que vai sair das inspirações que eu tiver?” (MACEDO, 2005, p. 148). Segundo menciona Macedo (2005, p. 149) a “*rua do Ouvidor* não pode esquecer e deve honrar a memória de *Mme. Josephine*, que foi *matriarca* das modistas francesas”. E acrescenta ainda que se “a *rua do Ouvidor* quiser algum dia ter as *suas armas*, não pode adotar melhor emblema do que a *tesoura*; mais precisamente a *tesoura* de *Mme. Josephine*.” (MACEDO, 2005, p. 149).

Essa modista pode ser considerada um exemplo dos franceses migrados para o Brasil que obtiveram sucesso comercial na corte. “Seu primeiro associado, Pierre Dillon, após quatro anos retirar-se-ia com enormes capitais e ela mesma deixaria o seu lucrativo estabelecimento para ser gerenciado por terceiros, voltando a residir na França.” (MALERBI, 1993, p. 39). Ao regressar para a pátria *Madame Josephine* cai no completo esquecimento, adotando finalmente o nome do marido. Macedo (2005, p. 149) relata que obteve informações que a modista acabou os seus dias no anonimato e na miséria.

No ano de 1820, surgem na zona central do Rio de Janeiro novas lojas. Como a do alfaiate parisiense *Mr. Frégere*, estabelecida na rua da Moeda, n. 15.²⁴ Com a companhia Frégere e Bernard filho, ele se apresenta como tintureiro e em seu estabelecimento informa que “tingem de todas as cores os diferentes pannos, e estofos de seda, algodão, e lã, meias de seda, chapéus de palha, &tc, e que tirão nódoas de vestidos e mantas de lã de camello, chalés, cazacas &tc, tudo a preço commodo e razoável.”²⁵ No entanto, não temos informações que nos possibilitem afirmar que o público feminino recorre aos seus serviços.

Em outro anúncio nos deparamos com *Francisca Muller* que além de se apresentar como modista, também faz menção que é costureira. Em sua loja na rua do Ouvidor, n. 39, ela aceita encomendas, sobretudo de trajes de corte e de vestidos de festa. Dentre os artigos que comercializa “se achão vestidos e chapéus, [...] corpinhos de setim, e outros enfeites para senhoras; igualmente se empenha a fazer com muita brevidade todas as obras de encomenda, e se encarrega também de aprontar os vestidos de Senhoras para as funções da Corte.”²⁶

²⁴ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 45. RJ: Imprensa Régia: 3 de junho de 1820, s/p.

²⁵ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 79. RJ: Imprensa Régia, 30 de setembro de 1820, s/p.

²⁶ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 97. RJ: Imprensa Régia, 2 de dezembro de 1820, s/p.

Outra modista de que temos conhecimento é *Madame Ablon*, instalada no Rio de Janeiro em maio de 1820, no número 19 da rua do Ouvidor. No anúncio onde consta sua chegada está redigido Oblon, mas nas demais publicações sempre aparece a grafia de Ablon, nome pela qual a chamamos. A diversidade de produtos relacionados ao vestuário feminino, comercializados em sua loja, pode ser observada no anúncio editado em maio de 1820:

No armazem de M. *Ablon*, rua do *Ouvidor* N.º 19, acha-se hum sortimento de chalés, véos, e lenços de renda de *França*, vestidos de cassa bordados dourado fino, de cassa e cambraia bordados no ultimo gosto, guarnições de prata, tiras bordadas, e çapatos de setim, de sarja, de seda e de lã, corpinos de cassa bordados, e de filo de seda muito ricos; flores, lenços e chalés de seda, plumas, luvas de pelica, meias de seda, guarnições para vestidos do melhor gostam, vestidos de cassa e cambraia bordados para crianças, bonnés de renda de *França* para Senhoras e para crianças; tudo por preços muito commodos.²⁷

Monsieur Catelineau é outro famoso francês que virá se fixar na corte carioca em 1816. Mestre cabelereiro criador de penteados, tanto em mulheres quanto em homens, ele acompanha a Família Real em sua transferência para os trópicos,²⁸ e aqui chegando oferece seus préstimos aos membros da realeza. É o primeiro cabelereiro francês a abrir comércio na rua do Ouvidor e que, de acordo com Jean-Baptiste Debret (2016, p. 210), “[a]í, com efeito, se instalou um dos meus compatriotas, trãnsfuga de uma loja elegante da rua de Saint Honoré, em Paris, trocada ao princípio por um recanto escuro atrás do Hospicio, no Rio de Janeiro.” O registro de Debret informa ainda que “[a]í se fixou ele com o seu oficial, já bastante hábil, e uma modista muito inteligente, tríplices talentos com dificuldade conseguiram atender as solicitações dos seus clientes.” (DEBRET, 2016, p. 210).

A inteligente modista a qual o pintor francês se refere é *Madame Catelineau*, esposa do cabelereiro. Ela será beneficiada pelo espírito empreendedor do marido que já em 1820 aposta no comércio de modas. Ambos abrem seu estabelecimento na rua do Ouvidor, n. 65, entre a Rua da Quitanda e a do Ourives. *Monsieur Catelineau* adota a prática de andar a cavalo, comercializando seus produtos a preço de ouro. Certamente obtém bons lucros, acumulando fortuna, o que possibilita que fosse se estabelecer em Portugal, no período posterior a partida de D. João VI do Brasil.

No final de dezembro de 1820, *Monsieur e Madame Catelineau* informam ao público a chegada em sua loja de alguns produtos, como “meias de seda de todas as qualidades, sarjas pretas, fitas lavradas largas, e estritas da ultima moda, lenços e challes de seda, e de ponto de meia, cordões de seda de todas as cores, chailes de lã, e também hum grande sortimento de agoa de *Colonia*, [...]”²⁹

²⁷ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 39. RJ: Imprensa Régia, 13 de maio de 1820, s/p.

²⁸ Segundo CARVALHO (2008, p. 16).

²⁹ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 105. RJ: Imprensa Régia, 30 de dezembro de 1820, s/p.

Quando em 1821, acompanha os membros da Corte lusitana no regresso para Lisboa, o mestre cabelereiro, publica na *Gazeta do Rio de Janeiro* um aviso manifestando a credibilidade que dispensava ao trabalho de sua esposa. “*Catilineau, Mestre Cabeleireiro da Familia Real, faz publico que devendo acompanhar Sua Magestade a Lisboa, deixa procuração, e todos os seus fundos a sua mulher, que tem estado sempre á testa de seus negócios [...]*”³⁰ Segundo ele, “sua caza de negocio não perde com a sua partida, e merece sempre o mesmo crédito.”³¹ *Madame Catelineau* já se dedicava a gerência dos negócios do armazém com admirável competência, mesma antes da partida do companheiro. Não temos ciência se o cabelereiro francês retorna para o Rio de Janeiro para buscar a sua mulher, ou se ela vai ao seu encontro em Portugal.

Outra modista célebre é *Clemence Saisset*, cujo nome de solteira é Henriette Josephine Mees. Nascida em 1800, aos 22 anos de idade vem para o Rio de Janeiro, permanecendo na cidade até 1831. É casada com um comerciante de sucesso e se notabiliza mais por sua beleza do que pelo trabalho do talhe dos vestidos. Teria permanecido anônima caso não tivesse sido uma das concubinas do Imperador D. Pedro I, homem afamado por suas conquistas e muitos amores. Devido a posição que ocupa seu amante e por ser casada com um conhecido comerciante, o caso amoroso da modista é alvo de muitas intrigas e maledicência. Como fruto desse relacionamento, nasce em 31 de maio de 1828, mais um dos tantos filhos de D. Pedro I, batizado de Pedro de Alcântara Brasileiro. A modista estabelecida na Rua do Ouvidor também fica conhecida pela confecção de seus vestidos que vende em sua loja.³²

Nesses anúncios, outro aspecto que chama a atenção é a preocupação de modistas e comerciantes franceses em elaborar uma imagem de novidade em torno de seus produtos, a fim de conquistar a atenção de sua clientela.³³ Ao longo da apresentação dos artigos existentes em suas lojas, assim como, da descrição dos serviços por eles oferecidos, sempre é enfatizado o seu caráter de “*última moda*”, o que “*de mais recente*” está se consumindo nas principais cortes europeias. Dessa maneira, mencionar que um vestido, um corte de tecido, um acessório, um sapato, ou qualquer outro objeto havia “*chegado recentemente*” ao seu estabelecimento, significa afirmar que tais peças consistem no que de mais novo se produz e consome na França, mais especificamente, em Paris. Na mesma lógica, se uma pessoa chegara “*proximamente*” ou “*ultimamente*” da Europa, representa que ela está habilitada a afirmar o que de mais moderno é usado naquele continente, portanto, o que está na moda.

Carlos Durand e Companhia., na rua Direita N.º 9, recebeo de França vestidos de filó bordados de ouro e prata, do ultimo gosto, vestidos de garça para baile, [...], guarnições de ouro, e bordadas de branco, lenços de cambraia lizos e bordados,

³⁰ *Gazeta extraordinária do Rio de Janeiro*, n. 10. RJ: Imprensa Régia, 7 de maio de 1821, s/p.

³¹ *Gazeta extraordinária do Rio de Janeiro*, n. 10. RJ: Imprensa Régia, 7 de maio de 1821, s/p.

³² Outras informações sobre essa modista podem ser consultadas em CARVALHO (2008).

³³ Essa particularidade dos anúncios publicados pelos franceses também é analisada por SILVA (2009), no subcapítulo “1.3 O mercado de moda na corte” (p. 40-81).

cambráia em peça, [...], filós lizos, rendas de linha e de filó, entremeios, plumas de todas as côres, chapéus de seda e de palha para senhoras [...].³⁴

M. Imbert Negociante *Francez* na rua do *Ouvidor* n.º 81, **acaba de receber pelo ultimo navio ultimamente chegado de França** hum grande sortimento de sedas para vestidos de Senhora, leques ricos, e perfumes, fitas de todas as qualidades, vestidos bordados de prata muito rico, [...], chapéus e toucados feitos no armazém de *Madame More* primeira modista de *Paris*.³⁵

Em sua pesquisa, Raquel Stoiani (2009) salienta que os anúncios apresentados pelos profissionais franceses são inovadores por apresentar um novo tom, sobretudo, se comparados aos anúncios realizados até 1815, tanto por ingleses quanto por portugueses. Dentre os armazéns que mais recorrem a publicidade dos anúncios estão o dos franceses Carlos Durand e o de Mr. Bellard. Para a autora:

A intensidade e a vivacidade da presença francesa no Rio de Janeiro, [...], podem ser medidas pela secção de avisos da *Gazeta do Rio de Janeiro*. Chegaram mesmo a sufocar os anúncios dos ingleses no que concerne à moda, pois, após 1815, praticamente não se encontram avisos de ingleses para este tipo de produto. (STOIANI, 2009, p. 65).

A publicação de anúncios contendo o mesmo texto, em diferentes edições da *Gazeta* é reveladora do sucesso obtido na corte por algumas modistas, bem como, por alguns comerciantes cujos negócios estão vinculados a venda de artigos de moda. Essa prática, demonstra o retorno financeiro obtido por ambos, pois mesmo quando em 28 de junho de 1817 os anúncios passam a custar 200 réis por linha, vários profissionais permanecem publicando imensos textos no jornal. Como exemplo, é possível mencionar *Monsieur Catelineau* que publica o mesmo anúncio em diferentes datas entre os anos de 1820 e 1821: 11 de novembro de 1820 (*Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 91), 23 de dezembro de 1820 (*Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 103), 30 de dezembro de 1820 (*Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 105), 3 de janeiro de 1821 (*Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 01) e 6 de janeiro de 1821 (*Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 02).

Catelineau, Mestre Cabelleireiro da Família Real, e sua consorte, modista, tem ambos a honra de participar ao publico, que o seu estabelecimento da rua do *Rosário*, acaba de ser transferido para a rua do *Ouvidor* N.º 65, entre a rua da *Quitanda* e a dos *Ourives*, e que receberão hum sortimento completo de fazendas do melhor gosto, taes como corpinhos e gargantilhas de cassa, roupinhas e guarnições em setim, plumas e penachos de todas as cores, vestidos de filo e seda, tiras bordadas, rendas e sedas, çapatos e botins para crianças; flores e grinaldas, espigas de ouro, de prata, que elles dão muito em conta [...].

³⁴ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 1. RJ: Impressão Régia, 3 de janeiro de 1818, s/p. Grifo meu.

³⁵ *Gazeta do Rio de Janeiro*, n. 18 e n. 19. RJ: Impressão Régia, 1 e 4 de março de 1820. s/p. Grifo meu.

Frequentemente, ao longo dos textos desses anúncios, é feita a menção, sobretudo, a um tipo de tecido³⁶ e suas variedades, ou seja, o algodão. Em princípio do século XIX, a difusão da moda do uso de vestidos leves e com a silhueta longilínea contribui para um aumento progressivo da procura pelo algodão. Esse tipo de tecido passa a ser empregado com recorrência na confecção dos novos trajes, pois além de oferecer o caimento desejado ao corte das roupas, é leve e fácil de manter limpo. Também não podemos esquecer a importância que o algodão possui no cenário econômico dos séculos XVIII e XIX, sendo a indústria algodoeira a principal responsável pelo impulso da Revolução Industrial na Inglaterra, assegurando seu pioneirismo nesse processo. Gradualmente, a produção algodoeira indiana é devastada pela indústria do algodão inglês que absorve toda sua matéria prima e logo estende seus domínios para todos os continentes. Com o fim do Pacto Colonial, praticamente toda a produção de algodão do Brasil é exportada para a Inglaterra, estabelecendo uma forte relação de dependência com essa nação, devido a necessidade de adquirir os seus produtos manufaturados. Em 1810, com a implementação do Tratado de Aliança e Amizade, Comércio e Navegação, os ingleses detêm o controle sobre o mercado dos tecidos de algodão.

O emprego inicial do algodão ocorre na confecção de forros, roupas de cama e cortinas, na elaboração de alguns artigos domésticos e como tecido para estofos. Na primeira metade do século XVII, ele é usado na produção de saiotos estampados e coletes, para na sequência ser utilizado na confecção de vestidos. Devido ao colorido de seus padrões e sua leveza, a partir de meados do século XVII, as fazendas de algodão conquistam cada vez mais o gosto dos consumidores europeus. Tamanho é o seu sucesso que em várias ocasiões ele substitui os linhos e as sedas, não apenas na elaboração de artigos de vestuário, como também na decoração. De acordo com Joana Monteleone:

Ao longo de todo o século XIX, tanto a musselina, como as suas *irmãs*, a cassa, o filó ou o *barége*, reinaram como os tecidos mais utilizados [...]. Todos são uma espécie de tecido de algodão muito fino e transparente. [...] eram muitos usados como parte de “roupas de baixo”, adornos para espartilhos, corpetes, roupões, saias e saiotos. Algumas vezes, esse tipo de roupa podia ser usada como uma vestimenta informal, dentro de casa, em que visitas mais íntimas podiam ser recebidas para um chá. (MONTELEONE, 2013, p. 52).

A elevada quantidade de importações de chitas indianas nos revela a dimensão do apreço que o algodão passa a ter na Europa. Anualmente, a Inglaterra consome mais de um milhão de peças de chitas, mesmo número de peças que chegam todos os anos aos portos da Holanda e da França, por exemplo. Além de testemunhar o intenso vínculo estabelecido por séculos entre a Índia e a Europa, as chitas de algodão possuem aproximadamente 500 anos de história. Tecido originário da Índia, seu nome provém do sânscrito *chintz*, como é denominada uma fazenda estampada, decorada com motivos florais e zoomórficos e por largas riscas em tons de cores escuras e claras. Por volta de 1600, as primeiras peças desse tecido

³⁶ Uma detalhada abordagem sobre a história, os usos e os tipos de tecidos, pode ser consultada em PEZZOLO (2012).

são levadas para o continente europeu por mercadores portugueses e holandeses, onde são comercializadas por elevados preços, devido a sua grande valorização. Tendo em vista as suas ligações com a Índia, os portugueses conheciam há bastante tempo esse produto, indispensável no comércio do Oriente, bem como, na troca por escravos africanos. Mesmo antes do século XVIII, a Índia é a principal fornecedora de tecidos de algodão para quase todo o território da Europa Ocidental.

A preferência por artigos de algodão, logo promove uma redução no consumo de tecidos de seda e de linho. Os próprios costumes são revistos, na medida em que algumas variantes do algodão imitavam tão bem a seda que são utilizados em seu lugar na elaboração dos vestidos. Justamente a seda que por um longo período é considerada como um indicador de pertencimento a alta hierarquia social. Enfim, torna-se moda substituir as ricas sedas estampadas francesas, por finos algodões indianos, que encantam por suas coloridas pinturas florais. Ao promover uma redução na importação das sedas, os tecidos de algodão se tornam bastante populares e sua praticidade e caráter higiênico contribuem para sua larga difusão.

No Brasil, mesmo após a permissão da produção de manufaturas, concedida pelo Alvará de 1 de abril de 1808, o desenvolvimento de fábricas de beneficiamento do algodão é inexistente, conforme é possível verificar nos registros da *Real Junta de Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação*.³⁷ No geral, são poucas as fábricas de outros produtos que constam nos documentos dessa instituição. Como observamos ao longo dos anúncios editados na *Gazeta do Rio de Janeiro*, as peças de tecidos comercializadas na corte carioca são provenientes da Europa, principalmente dos portos portugueses, ingleses e franceses.

Considerações finais

Após a análise dos anúncios publicados na *Gazeta do Rio de Janeiro*, fica nítido que o comércio ligado à moda durante as primeiras décadas do século XIX está vinculado em sua grande maioria aos estrangeiros, nomeadamente, franceses e ingleses. Como grupo de estrangeiros mais expressivos, eles dominam e dividem o espaço comercial da corte, estabelecendo uma forte concorrência entre seus produtos, devido, sobretudo, a facilidade com que conseguem importar mercadorias de seus países de origem. O comércio de tecidos, chapéus, cosméticos, perfumes, roupas e acessórios femininos é praticado pelos franceses, ao passo que os comerciantes ingleses além de se dedicarem a oferta de vestuário masculino, importam sapatos para ambos os sexos e abastecem durante um longo período o mercado interno com seus tecidos, principal artigo de exportação da Inglaterra para o Brasil. Os poucos comerciantes luso-brasileiros também vendem artigos provenientes desses dois países, uma vez que não há em terras brasileiras o desenvolvimento da indústria de tecidos e vestuário. Embora resistam, eles não possuem o mesmo prestígio que seus concorrentes e enfrentam dificuldades em encontrar contatos comerciais na França e na Inglaterra que estejam dispostos a lhes enviar mercadorias.

³⁷ Ver: SILVA (1984, p. 682-685) e LOPES (2009).

Os franceses, naturais da principal potência cultural do período, sabem explorar a atração que sua origem exerce sobre a clientela ansiosa por consumir o que de mais novo há em termos de moda, como bem observamos nas inúmeras referências a sua nacionalidade redigidas nos textos dos anúncios. Não resta dúvida de que a França desponta como o modelo de elegância e de bom gosto, exercendo uma significativa influência sobre a elaboração do vestuário feminino, o que faz com que o comércio francês na corte do Rio de Janeiro obtenha um expressivo sucesso.

Se anteriormente, no período das guerras napoleônicas, houve a intenção de criar uma imagem pejorativa dos franceses, a partir de 1816, vincular determinado produto a sua origem francesa consiste numa forma de destacar o anúncio, devido ao grande prestígio que tudo aquilo que é francês adquire na corte do Rio de Janeiro. Essa mudança de atitude é explicada pelo contexto histórico de Restauração dos Bourbons e, conseqüentemente, com o resgate da memória dos tempos áureos da corte francesa que há séculos define os padrões de elegância e estabelece o que é moda para o restante da Europa. Como vimos ao longo dos anúncios, a menção à França, ou seja, a ênfase nas origens francesas dos diversos artigos comercializados, assim como, das modistas que chegam recentemente de Paris, é um recurso recorrentemente empregado como uma maneira de valorar positivamente um produto ou um serviço. A menção a sua nacionalidade também é realizada por indivíduos de outros países, mas sem o efeito que têm os anúncios franceses.

Portanto, a partir do momento em que são retomadas as relações diplomáticas entre França e Portugal, os franceses passam a exercer predomínio comercial no que se refere aos artigos ligados à moda. Dessa maneira, o predomínio de franceses no comércio de varejo é revelador da expansão da demanda interna por artigos de luxo, cada vez mais latente desde que a corte lusitana veio para os trópicos. A sociedade de corte que se estabelece no Rio de Janeiro consome avidamente os requintes das manufaturas francesas. Por essa razão, o processo que tradicionalmente caracterizara a vida de corte na Europa, no qual as manufaturas de luxo são privilegiadas como prática mercantilista, aos poucos é reproduzido na nova sede do império ultramarino português, em pleno período pós-revolucionário.

De qualquer modo, ainda não é possível mencionar a existência de um comércio de moda, uma vez que não há lojas especializadas unicamente em peças de vestuário. Pelo contrário, os estabelecimentos comerciais oferecem ao público consumidor uma diversidade no mínimo curiosa de produtos, sendo que em um mesmo espaço se encontram alimentos, móveis, livros, objetos decorativos, armas, perfumes, flores, roupas, tecidos, sapatos, dentre outros objetos. Somente a partir de meados do século XIX, com o aparecimento de lojas específicas de enxovais e roupas de luto, é que se inicia uma especialização desse tipo de comércio.

Referências

- CARVALHO, Pinto de. **Modistas e Cabeleireiros**. Século XIX. Lisboa: Apenas Livros, 2008.
- DEBRET, Jean-Baptiste. **Viagem pitoresca e histórica ao Brasil**. Jacques Leenhardt (org.). São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2016.
- EBEL, Ernest. **O Rio de Janeiro e seus arredores em 1824**. São Paulo: Editora Nacional, 1972.
- IMPRESSÃO RÉGIA. **Gazeta do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Imprensa Régia, n. 1 (set. 1808) – n. 130 (dez. 1821).
- LOPES, Charles Roberto Ross. **Os trajés nobres femininos da corte carioca nas aquarelas de Jean-Baptiste Debret (1817-1827)**. 2021. Tese (Doutorado em História) – Escola de Humanidades, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.
- LOPES, Walter de Mattos. **A “Real Junta do Commercio, Agricultura, Fábricas e Navegação deste Estado do Brazil e Seus Domínios Ultramarinos”**: um Tribunal de Antigo Regime na Corte de dom João (1808-1821). 2009. Dissertação (Mestrado em História) – Departamento de História, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2009.
- MACEDO, Joaquim Manuel de. **Memórias da Rua do Ouvidor**. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2005.
- MALERBI, Eneida Maria Cherino. **Relações comerciais entre o Brasil e França, 1815-1848**. 1993. Dissertação (Mestrado em História Econômica) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.
- MEIRELLES, Juliana Gesuelli. **A Gazeta do Rio de Janeiro e o impacto na circulação de idéias no Império luso-brasileiro (1808-1821)**. 2006. Dissertação (Mestrado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.
- MONTELEONE, Joana. **O circuito das roupas**. A corte, o consumo e a moda (Rio de Janeiro, 1840-1889). 2013. Tese (Doutorado em História Econômica) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.
- MOTT, Maria Lúcia de Barros. Madame Durocher, modista e parteira. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 2, n. 3, p. 101-116, jan. 1994.
- PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos**: história, tramas, tipos e usos. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções** – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2002.

SILVA, Camila Borges da. **O símbolo indumentário: distinção e prestígio no Rio de Janeiro (1808-1821)**. 2009. Dissertação (Mestrado em História Política) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

SILVA, Maria Beatriz Nizza da (coord.). **Dicionário da colonização portuguesa no Brasil**. Lisboa: Verbo, 1984.

SILVA, Maria Beatriz Nizza da. **A Gazeta do Rio de Janeiro (1808-1822): cultura e sociedade**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2007.

STOIANI, Raquel. **Napoleão visto pela luneta d'El-Rei: construção e usos políticos do imaginário francês e napoleônico na América portuguesa (ca. 1808-1821)**. 2009. Tese (Doutorado em História Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

WILCKEN, Patrick. **Império à deriva: a corte portuguesa no Rio de Janeiro, 1808-1821**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.

Agradecimentos

Agradeço ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pela concessão de bolsa de Pós-Doutorado Júnior, para a continuação da pesquisa desenvolvida no doutoramento em História, da qual esse artigo é fruto.

Revisora do texto: Regina Zimmermann, editora e mestre em História (PUC-RS).
E-mail: regina.profe@yahoo.com.br