

costuras



Moda, transferências culturais e história do livro¹

*Fashion, Cultural Transfers
and History of the Book*

[ANA CLÁUDIA SURIANI DA SILVA]

Senior Lecturer in Brazilian Studies, em University College London (UCL). É doutora em Letras Modernas pela Universidade de Oxford.

E-mail: a.surianidasilva@ucl.ac.uk

[resumo] Este artigo examina o papel da imprensa na divulgação da moda e a natureza transnacional da revista de moda desde o seu surgimento. Embora o objetivo das primeiras revistas de moda fosse promover a moda parisiense e o domínio cultural francês em todo o mundo, elas gradualmente se transformaram em veículos para as transferências culturais em diferentes direções. As revistas de moda são dotadas de função cultural e de valor econômico e, mais do que o livro, são um produto de um processo artístico, gráfico e intelectual que ocorre em diferentes espaços. Este artigo propõe uma metodologia para examinar como a transferência, adaptação e consolidação de um conceito abstrato – a moda – se materializa na mídia impressa, tendo como ponto de partida o vestuário-escrito e vestuário-imagem, de Barthes, para criar uma tipologia para a variedade de textos e imagens encontrados em uma revista de moda.

[179]

[palavras-chave]

revista de moda; transferências culturais; *A Estação*; história da imprensa; história do livro.

[abstract] This paper examines the role of the press in the dissemination of fashion and the international nature of the fashion magazine since its birth. Although the objective of the first fashion magazines was to promote Paris fashion and French cultural dominance throughout the world, they gradually became a medium for cultural transfers in different directions. Fashion magazines are endowed with a cultural function and economic value and, more so than the book, are the product of artistic, graphic and intellectual processes that occur in different spaces. This paper therefore proposes a methodology to examine how the transfer, adaptation and consolidation of an abstract concept – fashion – materialises in the printed media, having as its point of departure Barthes' written-garment and image-clothing in order to create a typology for the variety of textual and pictorial materials that are found in a fashion magazine.

[keywords] fashion magazines; cultural transfers; *A Estação*; press history; book history.

A revista de moda como produto híbrido, multicultural, transnacional

Antes da invenção do cinema no fim do século XIX e de sua consolidação como um importante meio de comunicação e entretenimento de massa, a moda era difundida por meio da palavra escrita, da imagem impressa, do teatro e, claro, de viajantes, costureiros e comerciantes, entre os quais aqueles que se estabeleceram na rua do Ouvidor, no Rio de Janeiro, depois da transferência da família real para o Brasil em 1808². Embora as viagens tenham adquirido uma nova dimensão no século XIX, graças ao advento dos serviços regulares de transporte de passageiros em navio a vapor entre a Europa e as Américas, o papel desempenhado pela imprensa na difusão da moda não pode ser ignorado. Periódicos com conteúdo de moda possibilitaram a difusão de ilustrações, editoriais, modelos e descrições de trajes em larga escala através da reprodução, tradução, adaptação e recriação de material visual e textual para leitores de diversas localidades. Isso também impulsionou, no século XIX, a disseminação da ideia da moda como o produto cultural de uma cidade – Paris. Por meio de gravuras e moldes, a mesma peça de vestuário podia ser produzida em diferentes lugares, com variados graus de fidelidade às instruções, gravuras e moldes fornecidas pela revista, com tecidos nacionais ou importados e adaptações ao clima local, às medidas específicas do corpo que iria vesti-la e segundo a perícia, a criatividade e o gosto do costureiro ou da freguesa. As tiragens dos periódicos acompanharam o crescimento do número de assinantes e leitores de revistas, que adquiriam os números avulsos das edições semanais, quinzenais ou mensais, ou então, por assinatura.

No século XIX, uma revista de moda era essencialmente um periódico com uma variedade de conteúdos visuais e textuais, incluindo uma coluna de moda e ilustrações. O texto predominava nesse veículo que tinha, ou pelo menos aspirava a ter, uma pronunciada tendência comercial, já que se destinava a fazer face a uma demanda de mercado: fornecer material relacionado à leitura e costura, duas atividades tradicionalmente associadas ao mundo doméstico e às mulheres (BEETHAN, 1996; WATT, 1957). Na primeira metade do século XIX, não havia em circulação no Brasil um único periódico em língua portuguesa exclusivamente dedicado à moda ou no qual o conteúdo textual ou visual relativo à moda fosse predominante³. O primeiro no gênero só apareceria na virada do século com a revista luso-brasileira *O Brazil Elegante: jornal de modas das famílias brasileiras*, da Tipografia Besnar D. Frères, a qual foi publicada aproximadamente entre 1898 e 1904⁴.

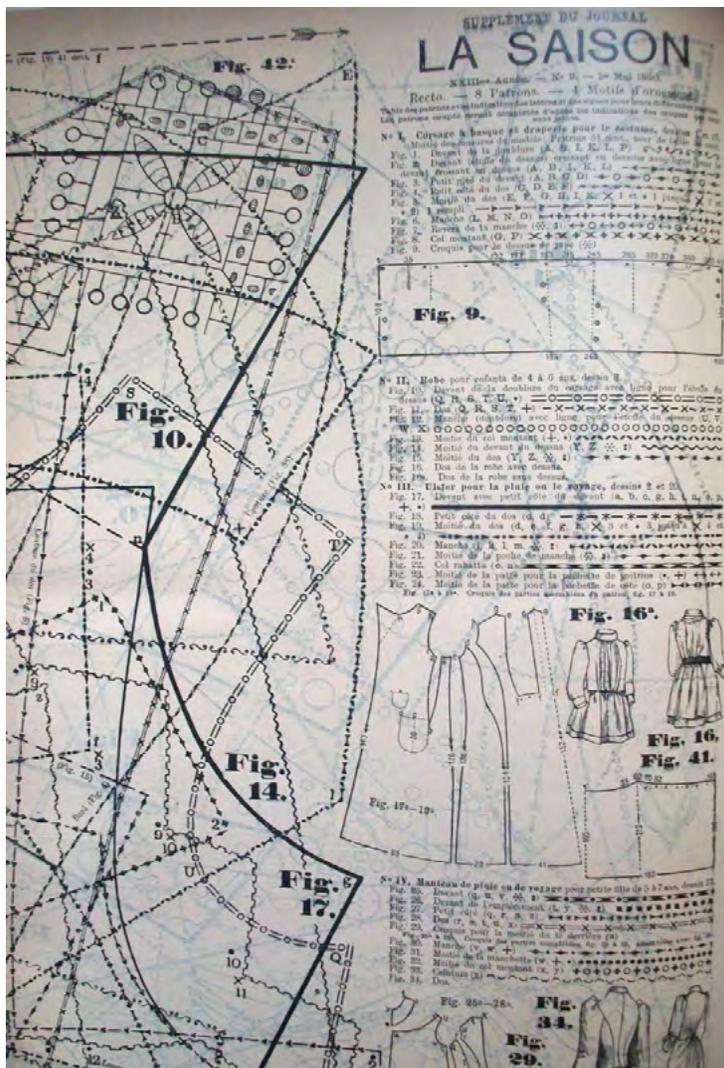


Figura 1: Molde de *La Saison*. Journal illustré des dames, 1^o maio de 1890, J. Lebègue Et Cie, Paris, 1868-[1902?]. *La Saison* era a edição francesa da revista *Die Modenwelt*, que circulava em trez línguas⁵.

Fonte: © Biblioteca Lipperheide, Berlim.

A grande quantidade de revistas de moda em circulação por todas as partes do mundo e a longevidade de não poucas dessas publicações demonstram o sucesso da parceria entre a moda e a imprensa, o que beneficiou ambas as partes. De um lado, consolidou-se um segmento da imprensa que viria a se tornar um dos produtos jornalísticos mais bem-sucedidos até hoje. De outro, um produto cultural europeu encontrou uma forma de difusão, o que estreitou as relações entre Europa e Brasil e intensificou ao longo do tempo as trocas culturais transatlânticas.

É interessante observar que a revista de moda estabeleceu-se como um produto jornalístico híbrido, multicultural, transnacional devido ao seu modo de produção (*knowhow* técnico, maquinaria, editores, desenhistas, escritores), sua constituição física (o papel, a tinta), conteúdo visual (ilustrações copiadas, importadas ou produzidas localmente), textual (traduções, textos originais

escritos para o propósito da revista), anúncios, distribuição e circulação. A revista de moda é um objeto particularmente móvel, dotado, ao mesmo tempo, de uma função cultural e de um valor econômico, resultando, ainda mais do que o livro, de uma produção artística, gráfica e intelectual em equipe, da qual faz parte um número muito grande de agentes que atuam em espaços diferentes (ESPAGNE, 2009).

Como escreve o editor de *La Saison* no editorial de abertura do terceiro ano de circulação da revista:

Fazer uma revista é uma coisa difícil e complicada, cujo segredo só os iniciados conhecem – As revistas ilustradas são mais minuciosas do que as outras, e as revistas de moda ainda mais do que as ilustradas. Elas exigem uma equipe incontável de redatores do sexo masculino e feminino, editores, ilustradores, gravadores, coloristas, artistas de todos os tipos, que não encontramos em uma revista comum, os quais aumentam o batalhão de tipógrafos, impressores, jornalheiros, já tão difícil de manobrar. Quanto esforço para que tarefas tão diversas, separadas, confiadas a mãos estrangeiras formem um todo homogêneo, um todo harmonioso, compacto e correto, em uma palavra, o que podemos chamar de uma revista! (LA SAISON, 1º de outubro de 1869)⁶

[182]

A revista de moda merece, dessa forma, ser estudada a partir do ângulo das transferências culturais, pois nos permite entender o papel da imprensa na transferência de conteúdo e conceito de moda de um lugar para o outro e na inserção de cidades como o Rio de Janeiro no sistema de moda parisiense⁷. Além disso, as revistas de moda merecem ser estudadas sobre o ponto de vista da história do livro, pois esta se interessa "por toda a história da comunicação: a criação, divulgação e uso da escrita e impressão em qualquer meio, incluindo livros, jornais, periódicos, manuscritos e efemêras"⁸.

A questão da origem

Por mais que, num primeiro momento, a revista de moda do século XIX pareça ser um veículo de transposição unilateral da cultura europeia para o Novo Mundo, na verdade ela foi um veículo de promoção de transferências culturais em várias direções e criou novas tendências, que não se limitaram à moda, nos países em que circulava. Um exemplo é a revista *O Brazil Elegante*, mencionada anteriormente, a qual era a edição brasileira de um empreendimento jornalístico muito provavelmente multinacional; como a revista *Die Modenwelt*, de que trataremos posteriormente. Quando *A Estação de Paris*, edição portuguesa de *O Brazil Elegante*, deixou de circular, os editores avisaram aos assinantes num nota que "A Estação de Paris cessado em Lisboa a sua publicação, remeteremos o *Brazil Elegante* aos assinantes, de modo a não ser eles prejudicados por essa suspensão. A Administração" (*O Brazil Elegante*, ano 2, número 12, 1º de junho de 1898).

EXPEDIENTE
Para os annuncios e reclames, é necessario dirigir-se como para qualquer outro negocio ao Sr. A. F. Reynaud, director proprietario do *Brazil Elegante* até os dias 15 e 30 de cada mez na Administração e Redacção, 124 Rua d'Alfandega—Rio de Janeiro.

Aviso aos Assignantes
da
"Estação de Paris"
A *Estação de Paris* tendo cessado em Lisboa a sua publicação, remetteremos o *Brazil Elegante*, aos assignantes, de modo a não ser elles prejudicados por essa suspensão.
A Administração.

AVISO AOS NOSSOS ASSIGNANTES
De hoje em diante «O *Brazil Elegante*» sera publicado a 1 e 16 de cada mez, de modo a poder satisfazer mais rapidamente os nossos numerosos assignantes, sendo as duas datas escolhidas muito mais appropriadas para renovar as assignaturas em tempo.
A ADMINISTRAÇÃO



nia-
rição
estac

tiplas
guarr
que o
ginaç

E
como
remos
cujos l
um ar
ligeira
tes esti
Os
ductor
as tin
das, ab
escolha
tes e m

[183]

Figura 2: *O Brazil Elegante*, ano 2, número 12, 1 de junho de 1898.

Fonte: © Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro.

Com a presença de *O Brazil Elegante* em Portugal, o Brasil estava exportando moda francesa, da mesma forma que o fez para a África, através dos ex-escravos brasileiros restabelecidos nas cidades costeiras da atual Nigéria e República Popular do Benin. Os retratos e fotografias de famílias e de membros de comunidades religiosas dos descendentes brasileiros, que encontramos no arquivo da *Société des Missions Africaines* de Roma, nos revelam que eles se vestiam segundo a moda europeia, pelo menos quando posavam para fotografia. Assim como a arquitetura de suas casas, cemitérios e igrejas, a moda europeia servia como elemento de afirmação de identidade desse grupo de descendentes de brasileiros fora do Brasil (CUNHA, 1985).



Figura 3: Mulheres da comunidade brasileira de Lagos. No Brasil do século XIX, as africanas eram conhecidas por seguirem a moda europeia muito de perto, contrastando com as “crioulas mais conservadoras”.

Fonte: © Société des Missions Africaines, Roma. Foto da autora.

Reproduzida em Cunha, 1985, p. 34.

[184]

Esses dois exemplos nos revelam que, no século XIX, o Brasil não foi somente receptor, mas também mediador e exportador de moda europeia, nesses casos para Portugal, Nigéria e Benin. Isso relativiza a importância da origem da moda e sugere que o foco da pesquisa se direcione para os reencontros culturais, como define Michel Espagne em relação ao livro,   literatura e   mestiçagem:

A pesquisa sobre as transferências culturais procura demonstrar que o contexto de recep o atinge, por meio da importa o, um certo grau de hibridismo, e não ignora a ideia de que tanto o contexto de origem quanto o de recep o são, antes mesmo da transferência, formas híbridas. A pesquisa sobre as mestiçagens nacionais superou há muito tempo a ideia de que haveria inicialmente elementos puramente étnicos ou nacionais, aos quais se sucederia a mestiçagem. Toda constela o nacional resulta de hibridiza es anteriores. Por outro lado,   quase impossível tratar essa sucessão de confluências culturais sem identificar momentos estáveis e consider -los constela es relativamente coerentes⁹.

Nesse sentido e numa perspectiva histórica, o que observamos nas revistas do século XIX   o início do processo de internacionaliza o da moda e do conteúdo que elas veiculavam, fen meno que se desenvolve paralelamente ao seu afastamento de uma origem precisa e definida, se   que esta algum dia existiu. Definir como moda francesa as peças da indumentária e os acessórios impressos na maior parte das revistas de moda do século XIX   um posicionamento ideológico, nacionalista e uma estratégia comercial dos seus editores,

que visavam atender a uma demanda do mundo (pós)colonial por tudo que vinha da Europa, sobretudo da França.

Sobre o lançamento do *Journal des Dames et des Modes*, uma das primeiras revistas de moda francesas ilustradas e uma das mais bem-sucedidas e influentes da época, Annemarie Kleinert escreve:

O outro fato importante a respeito do lançamento do jornal foi a ascensão do nacionalismo. A revolução contribuiu para acentuar o sentimento de unidade nacional. Os alemães e os italianos estavam cientes de pertencer a entidades nacionais, o que estimulou a voga do patriotismo na França. Propagava-se com orgulho a ideia da pertinência a uma nação superior à muitas outras. O setor têxtil precisava de uma publicação que promovesse os produtos franceses. Nada mais natural do que criar uma revista de moda¹⁰.

Como escreve Roland Barthes, "todo sistema indumentário é regional ou internacional, mas nunca nacional" (BARTHES, 2005, p.261). Estou, neste momento, mais interessada na oposição entre regional, nacional e internacional, que se subentende da afirmação de Barthes, do que no seu conhecido conceito de moda como sistema, ao qual voltarei mais tarde para entendermos a importância das revistas de moda como fonte primária para os estudos das transferências culturais. Entretanto, continuemos com a afirmação de Barthes de que a moda nunca, ou melhor dizendo, raramente é nacional¹¹. A partir da análise de estudos históricos sobre a vestimenta e sobre a sua periodização, Barthes conclui que:

Sua apresentação geográfica sempre se baseia em uma "liderança" aristocrática da moda, mas essa liderança nunca é situada em seu contexto político e, no que se refere à nossa indumentária, europeu. Socialmente, aliás, as histórias da indumentária régia ou aristocrática; não só a classe social é reduzida a uma "imagem" (o nobre, a dama etc.) isenta de seu conteúdo ideológico, como também fora das classes ociosas, a indumentária nunca é relacionada com o trabalho feito por quem a usa: e assim, todo o problema de funcionalização do vestuário foi omitido. (BARTHES, 2005, p.261)¹²

Temos que colocar a afirmação de Barthes no contexto da sua pesquisa, já que ela não se aplica necessariamente a fenômenos da moda no mundo contemporâneo, os quais, muitas vezes, trazem a periferia para o centro e põem em primeiro plano a rua em vez dos salões aristocráticos. No entanto, levando-se em conta que suas fontes primárias são duas revistas, *Elle* e *Le Jardin des Modes*, publicadas entre 1958 e 1959 e estudos históricos sobre a indumentária, a sua observação é muito pertinente para a história do livro, porque nos faz constatar que a história da moda é construída a partir de uma seleção de registros visuais e textuais da vestimenta que sobreviveram

ao tempo, os quais são sobretudo impressos. Como os meios de impressão são normalmente dominados pelos grupos que estão no poder, a moda que a revista veicula representa apenas um grupo ou alguns grupos dentro da estrutura social de uma nação. A pesquisa de Annemarie Kleinert sobre o *Journal des Dames et des Modes* também aponta para a "liderança" aristocrática na moda, em grande parte porque

Napoleão recomendava a leitura da revista, apesar do seu desprezo geral pela raça jornalista e por não tolerar a circulação na França de um excessivo número de impressos. Ele tomou o hábito de chamar o *Journal des Dames et des Modes*, em analogia a *Le Moniteur Universel*, O Monitor oficial da moda. Quando as senhoras do seu meio hesitavam sobre uma questão de etiqueta oficial, ele dava o seguinte conselho: "Vejam A Mensageira – ela deve ser o seu Monitor"¹³.

Por um lado, a revista ajudou a criar e a definir o estilo aristocrático e, por outro, contribuiu pela sua popularização pelos círculos mundanos:

O periódico ganhou rapidamente uma popularidade considerável em todos os círculos mundanos. "O que diz o abade", perguntavam as mulheres nas discussões sobre trajes, tecidos transparentes, perucas loiras para mulheres, xales de caxemira ou creme para clareamento da pele. Nos salões [...] o nome da Mensageira estava na boca de todos. [...] Para além do gosto pessoal e sua crescente obsessão imperial, Napoleão tinha razões políticas e econômicas fortes para promover a moda. Consciente de que uma indústria de luxo crescente contribuía para o entretenimento do povo, ele favoreceu esse setor da produção nacional e restringiu as importações de países estrangeiros. Assim como *A Mensageira*, ele estava convencido de que a prosperidade do comércio de luxo era a verdadeira riqueza de uma nação¹⁴.

[186]

Quando as revistas de moda francesas, entre as quais o *Journal des Dames et des Modes*, se transformaram no modelo editorial para as revistas de moda de circulação internacional ou em outras línguas europeias, o estilo da aristocracia francesa passou a representar a moda francesa *tout court*. Percebe-se que chegar a uma definição da origem de um estilo é muito mais difícil do que se imagina e, além disso, que o estilo de um grupo é frequentemente tomado como o de toda uma nação.

Toda revista de moda pode servir como um estudo de caso de reencontros culturais. Certamente, algumas constituirão melhores exemplos do que outras, mas os estudos sobre revistas que circulavam no Brasil no século XIX têm, na verdade, revelado que parece de fato não existir exceção à regra: todas possuem, em maior ou menor grau, esse caráter híbrido, multicultural, transnacional.

Vestuário-imagem, vestuário-escrito e o conteúdo visual e verbal da revista

Proponho, dessa forma, uma metodologia que possa ser aplicada tanto ao estudo das gravuras quanto ao dos textos. A aproximação entre gravuras e textos se sustenta na concepção de moda como sistema de Barthes, da qual apresento um resumo a seguir.

Em *O sistema da moda*, Barthes observa que, nas revistas de moda, as imagens sempre vêm acompanhadas de textos: o vestuário-imagem vem acompanhado do vestuário-escrito, e ambos existem em relação ao que Barthes chama de vestuário real. Cada um desses objetos é apreendido de uma forma diferente. No caso do vestuário real, ele não deve ser apreendido por meio da visão, porque a imagem visual não revela todas as suas complexidades. Deve ser conhecido através do processo mecânico de sua produção: a forma como as costuras e pregas são fabricadas. O vestuário-imagem se manifesta, por sua vez, por via de estruturas icônicas e o vestuário-escrito, de estruturas verbais.

Barthes privilegia o estudo das estruturas verbais do vestuário-escrito por estar interessado em analisar o supercódigo que as palavras impõem ao vestuário real. Partindo da descrição e da classificação do vestuário-escrito, tal como se apresenta em *Elle* e *Le Jardin des Modes*, ele elabora uma análise estrutural e semiológica da indumentária feminina, através do exame da forma como o discurso verbal contribui para a formação do sistema da moda. Para Barthes,

[187]

A linguagem escrita conduz e impõe uma escolha, requer que a percepção de um vestido acabe aqui (ou seja, nem antes nem mais além), restringe a sua percepção ao tecido, ao cinto, ao acessório que o adorna. Assim, toda palavra escrita tem uma função de autoridade na medida em que elege – por procuração, assim falando – ao invés do olhar. A imagem congela um infinito número de possibilidades; as palavras determinam uma certitude única¹⁵.

Uma vez que o material da minha pesquisa é o mesmo de Barthes – textos e imagens em revistas de moda –, a diferenciação que ele estabelece entre o vestuário-escrito e o vestuário-imagem e sua relação com o vestuário real dentro do sistema abstrato da moda me fornecem uma base metodológica para analisar isoladamente esses materiais, para agrupá-los e, ao mesmo tempo, estabelecer relações entre eles. Entretanto, no nosso caso faz-se necessário incluir na pesquisa toda uma variedade de textos e imagens publicados nesses periódicos e tentar examinar o que esses textos e imagens nos dizem a respeito dos processos de transferências culturais. Isso porque esses textos e imagens são vetores de trocas culturais não somente de maneira intrínseca, por sua gênese e processo de fabricação, mas também em razão da sua circulação no espaço¹⁶.

Podemos partir de uma divisão do conteúdo das revistas em dois grandes grupos: em primeiro lugar, o material visual e, em segundo, o textual, os quais

fazem a ponte entre um peça real ou imaginada que serviu de modelo para a produção da imagem e o vestuário que os assinantes ou costureiros podem potencialmente confeccionar, aos quais não temos acesso. O material visual e textual da revista é o suporte físico através do qual se dá a transferência cultural, pois transporta a reprodução de uma peça qualquer – imaginada ou real – das mãos de seu criador para as mãos do consumidor de moda e leitor da revista.

Nas revistas de moda brasileiras do século XIX mais bem-sucedidas, como o *Correio das Modas*, *Novo Correio de Modas* e *A Estação*, a presença da gravura de moda é a força motriz do editorial, o qual visa fornecer uma explicação dos figurinos reproduzidos para os assinantes¹⁷. A descrição do vestuário é o ponto de partida para as transferências culturais e para a transferência do conceito de moda. É a partir dela que o processo de transformação do figurino se inicia, pois oferece orientação ao assinante ou costureiro para adaptá-lo, como se apreende do texto da coluna "Modas" da Figura 4.

[188]



Figure 4: *Correio das Modas*, número 46, 6 de dezembro de 1840.

Fonte: © Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro.

"Modas"

A despeito do que dissemos no último boletim de modas acerca das mangas justas, algumas Senhoras, que não podem ser taxadas por de mau gosto, usam ainda dessas mangas, e na última brilhante reunião da sociedade filarmônica, nos últimos teatros viram-se mangas justas que muito assentavam em braços bem torneados e bem proporcionais: – nem nós dissemos que as mangas largas tinham excluído de todo dos mais elegantes salões suas rivais, pelo contrário afirmamos, sob a palavra honrada dos nossos colegas de Paris, que as Senhoras que primam por seu bom gosto, e que de alguma forma dirigem a moda, não desdenhavam as mangas justas. Seja como for: ao *Correio* incumbe amoldar-se a todos os gostos; e pois pensamos que era dever nosso não preterir por decreto de nossa vontade os figurinos que indicam as mais elegantes formas dessas mangas. Recomendamos às nossas amáveis leitoras o corpinho do vestido da figura sentada: é de uma simplicidade extrema e ao mesmo tempo agradável. O corpinho figura uma jaqueta, com duas ordens de botões que principiam do lugar em que o corpinho se prende à saia do vestido e sobem até ao ombro. As golas são talhadas como as dos roupões e enfeitadas com duas ordens de tiras bordadas.

[189]

Ah ! meu Deus ! quanta costura ! – dirá alguma de nossas leitoras, vendo os fofos da barra do vestido da figura que está de pé. Mas que tem isso ? quando se trata de modas, não se olha para essas coisas: convém saber somente se é bonito, se é elegante, se é de bom gosto. E quem haverá que negue essas qualidades na barra de que falamos ? cremos que ninguém haverá de tão mau gosto que só por mais meia dúzia de pontos rejeite essa barra que tem hoje por si a novidade ?

Não falaremos no mantelete branco, ainda que o achamos primoroso, porque reconhecemos que o tempo não é próprio para usar deles: quando muito uma camisinha bem fina de cambraia ou de renda, alguma manta bem leve, é o que se pode suportar no pescoço neste tempo abracador. (CORREIO DAS MODAS, número, 46, 6 de dezembro de 1840)

Muitos periódicos, como *O Martinho*, que se diziam de moda mas não publicavam imagens por limitações técnicas, contornavam a ausência de material visual no corpo da revista ao se referir a figurinos disponíveis em lojas do Rio de Janeiro, publicados em outras revistas ou mesmo aos trajes vestidos por artistas e personalidades da sociedade¹⁸. Esses figurinos e textos trazem informações, portanto, sobre o processo de produção, transmissão e recepção de um conceito abstrato, que circula entre culturas e se modifica ao longo do percurso.

Em relação aos textos, a primeira etapa é criar uma tipologia do material verbal disponível no periódico. Isso porque, na realidade, como mencionado

anteriormente, um periódico sempre apresenta uma variedade muito maior de textos do que o vestuário-escrito, ou seja, do que as legendas que acompanham o vestuário-imagem. Além dessas legendas, temos os editoriais de moda, as crônicas, os folhetins e a correspondência.

Mesmo que tratem da moda de forma apenas tangencial, esses outros textos podem ser muito mais interessantes do que o vestuário-escrito, porque possuem outras funções no corpo da revista (o que, segundo Barthes, o vestuário-imagem e o vestuário-escrito não têm). Podem assim vir a nos fornecer mais indícios das trocas culturais, dos processos de apropriação, recriação de que a revista resulta conceitual e materialmente. Além disso, podem ser mediados por uma voz narrativa e ganhar corpo e movimento nos textos de ficção. Também podem nos trazer indícios da recepção da moda que a revista veicula, mais precisamente na seção das correspondências e nas descrições dos trajes e acessórios das personagens dos textos literários. Esses outros textos não cristalizam um número infinito de possibilidades, como o vestuário-imagem, nem determinam uma certitude única, como o vestuário-escrito. Abrem, na verdade, um campo de possibilidades em que a vestimenta interage com outros elementos de cultura.

[190]

Por exemplo, o conto "O anjo das donzelas", de Machado de Assis, foi publicado junto com gravuras e descrições de figurinos, como podemos ver na Figura 5. Trata do tipo de leitura a que as jovens da época estavam expostas e seus efeitos em sua formação moral e comportamento (TELES, 2013). Depois de convidar a leitora a entrar no quarto do protagonista, o narrador se detém num detalhe da roupa de Cecília, como no vestuário-escrito e editoriais de moda, publicados no mesmo número do *Jornal das Famílias*. No texto narrativo a eleição de um detalhe tem a função de aguçar a imaginação do leitor para o que não foi descrito:

Ao pé do leito, sobre a palhinha que forra o soalho, estende-se um pequeno tapete, cuja estampa representa duas rolas, de asas abertas, afagando-se com os biquinhos. Sobre esse tapete estão duas chinelinhas, de forma turca, forradas de seda cor-de-rosa, que o leitor jurará serem um despojo de Cendrillon. São as chinelas de Cecília. Avalia-se já que o pé de Cecília deve ser um pé fantástico, imperceptível, impossível; e examinando bem pode-se até descobrir, entre duas pontas do lençol mal estendido, a ponta de um pé capaz de entusiasmar o meu amigo Ernesto C..., o maior admirador dos pés pequenos, depois de mim... e do leitor.

(Machado de Assis, "O anjo das donzelas", *Jornal das Famílias*, setembro de 1864)



Figura 5: *Jornal das Famílias*, setembro de 1864.
Fonte: © Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro.

Espelho ou não do leitor e consumidor de moda, as personagens dos contos e romances publicados em revistas de moda se transformam nos portadores da vestimenta, dando volume e movimento à indumentária da gravura estática. Entretanto, mesmo que o conceito de vestuário-escrito não dê conta da variedade de textos presentes na revistas, ele pode servir como uma unidade de medida do nível de hibridismo de cada texto individualmente e da revista como um todo.

Finalmente teríamos de criar um terceiro grupo, porque muitas revistas de moda da segunda metade do século XIX possuem anúncios, os quais resultam da combinação gráfica entre texto e imagem, e trazem informações muito importantes sobre a circulação de mercadorias, mediadores (representantes, importadores, livreiros, editoras, lojas) e sobre o gosto do público consumidor de moda e leitor de literatura.

Revistas multilíngues

As capas das revistas de moda ou costura atuais, como *Elle*, *Cosmopolitan* (Nova, no Brasil) e *Burda*, têm muito em comum com a primeira página dos periódicos de moda do século XIX, como *La Saison* (1867-1904), *Les Modes Parisiennes* (1843-[188-]), *A Ilustração da Moda* (1876) e *A Estação* (1879-1904). Todas trazem o nome do periódico no frontispício e a imagem de uma mulher vestida segundo a última moda no centro da página. Hoje em dia, a foto da capa é normalmente a de uma celebridade. No século XIX, a gravura representava uma ou duas damas, ou mãe e filha, figuras anônimas, costurando, bordando ou andando num parque, acompanhada(s) ou não de crianças. O editorial de moda ocupava as duas colunas exteriores, podendo continuar na página seguinte. Nas revistas de hoje, o editorial passou para o interior e foi substituído por uma lista das principais seções da revista.

As revistas do século XIX e XX se assemelham não só na diversidade e disposição espacial dos conteúdos, mas também nos seus objetivos: com os anúncios, assinaturas e vendas avulsas visam lucrar e informar suas leitoras. Dispondo dos recursos técnicos muito mais limitados, alguns editores do século XIX conseguiram produzir revistas para uma rede de consumidores de moda internacional e em constante expansão.

Figura 6: Capa e sinopse de três edições diferentes de *Burda* (Offenburg e Munique, Hubert Burda Media)

[192]



<p>Burda World of Fashion 07/2009 Holidays at last!</p> <p>Time for vacation! Pack your suitcases with the loveliest vacation fashions ever – in bright summer colors, classic styles in elegant white or feminine fashions with retro flair. In this issue you'll also find enchanting catwalk trends to sew yourself, children's fashions for sun and sand, and wonderful beach accessories Goes on sale the end of June.</p>	<p>Burda Modemagazin 07/2009 Urlaub in Sicht!</p> <p>Ab in die Ferien! Mit der schönsten Urlaubsmode aller Zeiten: Ob fröhliche Buntwäsche, Klassisches in Edel- weiß oder Feminines mit Retro Flair. Außerdem im Heft: zauberhafte Catwalk-Trends zum Nachmachen, Beauty-Minis fürs Handgepäck und paradiesische Strand-Accessoires Ab dem 19. Juni im Handel</p>	<p>Burda Tendances Mode Juillet 09 Vacances en vue !</p> <p>Selon votre humeur passez du sobre blanc classique à la pétillance des années soixante en turquoise et corail... et ce qui fait la différence: les accessoires à réaliser assortis ! Et comme chaque mois, ni les grandes tailles, ni les enfants ne sont oubliés A partir du 19 juin en kiosque.</p>
---	--	---

Disponível em: <<http://www.burdafashion.com/fr/index/1270777-11000019.html?jsessionid=B272289F6B67FD86F7921B91548D0B53>>. Acesso em: 10 jul. 2009.

A revista *Burda*, fundada em 1949 por Anne Burda em Offenburg, é considerada a primeira revista de costura vendida no mundo inteiro e o primeiro periódico europeu do gênero a circular na China (1984). *Die Modenwelt*, fundada em 1865 por Franz Lipperheide em Berlim, certamente perde para a *Burda* no número de línguas em que circulou (13 contra 16), mas pode ser considerada a pioneira entre as revistas de moda de circulação de fato internacional do século XIX.

Não podemos duvidar de que a constatação de Olivier Compagnon sobre a não linearidade do processo de difusão de um produto se aplica não somente às revistas de moda contemporâneas, como *Burda*, *Elle*, *Vogue* e *Nova*, mas também às suas precursoras do século XIX:

Ao reconstruir os itinerários pessoais de mediadores culturais, identificando as redes de pessoas que se formam durante o processo de difusão de um produto, descrevendo as novas sociabilidades decorrentes dessas redes, uma série de pesquisas têm mostrado que o processo de difusão de um ponto a outro são raramente lineares¹⁹.

Poderíamos argumentar que o periódico de Lipperheide talvez seja o único caso de uma revista de moda do século XIX que tenha circulado em tantas línguas e cujo processo de difusão tenha se dado em várias direções, no mínimo triangular, uma vez que a revista de moda francesa era produzida na Alemanha para o Brasil, Inglaterra, Espanha, Rússia e mesmo países de língua francesa.

[193]

Die Modenwelt se constitui, provavelmente, no melhor estudo de caso, entretanto existiram, no século XIX, inúmeras revistas francesas com edições em português, como a *Ilustração da Moda*, ou que circulavam fora da França, como *Le Journal des Dames et des Modes*, as quais merecem ser estudadas a partir do ponto de vista das transferências culturais e não da influência de um modelo ou cultura sobre outra. Há também o caso do *Jornal das Famílias*, como vimos acima: um periódico produzido em Paris para circulação no Brasil, o que merecia uma pesquisa sobre o seu modo de produção, porque, mesmo que não fosse vendido na França, estabeleceu interações entre profissionais – provavelmente de nacionalidades diferentes – reunidos em torno do objetivo de publicar um periódico destinado a circular em outro espaço, o que certamente teve algum impacto nas suas vidas pessoais e profissionais.

Mesmo sem internet, sem a fotografia em larga escala, a internacionalização e homogeneização dos periódicos de moda já era uma realidade no século XIX. Revistas como *Le Journal de Dames et des Modes* e *Die Modenwelt* assumiram, no seu tempo, a dianteira na corrida para a conquista de uma rede de consumidores crescente, que aspiravam aos mesmos sinais exteriores de bem-estar, status e prosperidade (SILVA, 2014). O fenômeno que Kleinert observa sobre o fim do século XVII e que possibilitou empreendimentos editoriais como os de Jean-Baptiste Sellèque e Pierre de la Mésangère e de Francesco

Bonafide e Guyot intensificou-se ao longo de século XIX e tomou dimensões transnacionais:

Analise os fatores que explicam a propensão dos leitores da época a assinarem uma revista de moda. Primeiramente, a Revolução tinha varrido a hierarquia que existia sob o Antigo Regime e que impunha um código de vestimenta rígida. Ela havia criado uma classe social com poder devido ao dinheiro e que substituíra a nobreza enquanto instigadora de uma nova moda. Os arrivistas gastavam fortunas para copiar fielmente as minúcias regidas pela moda e, assim, confirmar a posição social recentemente adquirida. As mudanças de comportamento, mais evidentes nas províncias, abria a sociedade muito mais às influências urbanas. Após o período de transição dos anos 1793 a 1796, cada um tinha o desejo de afirmação da sua identidade pessoal e social, e esta afirmação acelerava o consumo²⁰.

De *Les Journal des Dames et des Modes* a *Die Modenwelt* desenvolveu-se e consolidou-se um formato padrão para revistas de moda de circulação internacional em várias línguas europeias, que certamente subsiste, atualizado, até hoje em dia, pelo menos no que diz respeito à diversidade dos conteúdos e disposição dos elementos visuais e textuais da capa. A prática da imitação foi crucial para o desenvolvimento de um formato padrão para revistas de moda: a prática da reprodução, impulsionada pela ausência de leis de direitos autorais rigorosas e pela facilidade de reimprimir textos e imagens publicados em outros suportes.

[194]

Segundo o levantamento de Kleinert, entre as inúmeras revistas que plagiavam o periódico de La Mésangère, encontram-se as francesas *L'Arlequin* e *Le Mois*, de Paris, que reimprimiu, em 1799 e 1900, algumas ilustrações de *Le Journal des Dames et des Modes* e séries editadas por Sellèque; a alemã *Magazin des neuesten Geschmacks in Kunst und Mode* (Leipzig, 1799-1801) e suas sucessoras *Le Charis* (1802-1806) e *l'Allgemeine Moden-Zeitung* (a partir de 1806); e a inglesa *Magazine of the Female Fashions of London and Paris* (1798-1806). Há inclusive o caso interessantíssimo de uma revista homônima de Frankfurt, que circulou entre 1º de julho de 1798 e 31 de dezembro de 1848 e copiou a francesa regularmente até 1830 e de maneira mais esporádica até 1879 (KLEINERT, 2001; KLEINERT, 1990).

Além disso, vários conglomerados editoriais foram formados. *Die Modenwelt*, por exemplo, no seu processo de internacionalização, associou-se a outros periódicos já existentes, como *L'Illustrateur des Dames*, de Paris, e *The Young Ladies' Journal*, de Londres, e absorveu outras editoras. Na França, como vimos anteriormente, outras publicações estavam ligadas a *La Saison: La Mode Universelle*, *Les Modes Parisiennes*, *Les Modes de la Saison* e *La Mode de Paris*.



Figura 7: *Die Modenwelt, Illustrierte Zeitung für Toilette und Handarbeiten*, 1º de outubro de 1870 (Berlim e Leipzig: Lipperheide e depois Ullstein, 1865-1942). Revistas de moda associadas: *La Saison*, *Il Mondo Elegante*, *El Correo de la Moda*, *Модный Сбету*, *Tygonik Mód*, *The Young Ladies' Journal*, *Die Modenwelt*, *De Bazar*, *Dagmar*, *A. Divat* [sic].
Fonte: © Biblioteca Lipperheide, Berlim.

[195]



Figura 8: *La Saison, Journal Illustré des Dames*, 16 de fevereiro de 1888. *La Saison, La Mode Universelle, Les Modes Parisiennes, Les Modes de la Saison et La Mode de Paris réunies*.
Fonte: © Biblioteca Lipperheide, Berlim.



Figura 9: Capa das edições em francês e português de outubro de 1876. *Ilustração da Moda* (Paris, Rio de Janeiro, 1876) e *Les Modes Parisiennes* (Paris, 1843-[.....]).
Fonte: © Biblioteca Nacional da França, Paris.

O caderno de moda de *Die Modewnwelt* e o caderno de moda de suas edições estrangeiras eram em quase tudo idênticos, porém os textos eram traduzidos ou adaptados para as respectivas línguas nacionais. A questão da tradução, da adaptação e da criação torna-se essencial no levantamento e análise da diversidade de textos.

Moda e literatura

O que torna algumas edições estrangeiras de *Die Modenwelt*, como a brasileira *A Estação*, ainda mais interessantes é o fato de que o caderno principal, de moda, vinha acompanhado de um suplemento de entretenimento. Em *A Estação* chamava-se "Parte Literária" e publicava artigos, poemas, contos, romances e crônicas de autores brasileiros, como Júlia Lopes de Almeida, Machado de Assis e Artur Azevedo. Dessa forma, encontramos uma variedade muito maior de textos e maior interação entre os agentes dos dois lados do Atlântico e entre os colaboradores e os leitores da revista. Os textos ou grupos de textos de *A Estação* apresentam mais níveis de aproximação e distanciamento do assunto principal da revista, a moda, e da matriz alemã do que as edições estrangeiras de *Die Modenwelt*, que não possuíam um suplemento de entretenimento.

Num mesmo número da revista, o leitor brasileiro poderia encontrar não somente modelos inadequados para as estações do Rio de Janeiro e paisagens de inverno ou primaveris europeias, mas também crônicas a respeito do movimento cultural do Rio de Janeiro, um pouco de colunismo social, notícias políticas e de outras regiões do Brasil, uma seção de correspondência, artigos instrutivos, dicas de beleza e etiqueta, ficção e poesia escritos pelos colaboradores brasileiros. *A Estação*, editada no Rio de Janeiro por Lombaerts, adquiriu aspecto híbrido em razão dessa diversidade de textos, que podemos agrupar da seguinte forma:

1. Legendas das imagens (o vestuário-escrito de Barthes).
2. Editoriais traduzidos ou adaptados (sobretudo a partir de *La Saison*).
3. Artigos sobre moda, beleza, decoração e etiqueta escritos por brasileiros.
4. Traduções de textos literários, escolhidos para o propósito da edição brasileira.
5. Crônicas sobre o movimento teatral e cultural da cidade.
6. Textos de ficção de autores brasileiros.
7. Textos poéticos de autores brasileiros.

Tabela 1: Tradução do editorial de moda da edição francesa para a brasileira

La Saison, 1o.8.1890	A Estação, 30.9.1890
<p>On serait en droit d'espérer en peu de tranquillité pedant les grandes chaleurs sans les raport des nouvelles imaginations de ceux qui font la mode. Eh bien non! La roue tourne toujours, elle ne s'arrête jamais. Maintenant la forme des robes, des jaquettes et chapeaux étant bien fixéee pour la saison d'été et même pour l'automne, on s'occupe de détails et quels détails! les plus importants pour les femmes, c'est-à-dire les milles siens qui complètent une toilette. Voici d'abord des ceintures qui méritent une mention particulière. Ce sont de larges rubans d'or, attachés derrière très négligement et ornés, à l'endroit attaché, de turquoises et autres pierres dans le style byzantin. Le motif se répète au bas de pans. (.....)</p> <p>Blanche de Géry</p>	<p>Tínhamos o direito o direito de esperar um pouco de tranquilidade em relação às novas criações das pessoas que fazem as modas. Pois não há tal! A moda anda sempre, nunca pára. Agora estando bem fixas as formas dos vestidos, das jaquetas e dos chapéus, não só para esta estação como para a seguinte, ocupam-se dos pormenores e que pormenores! os mais importantes para as senhoras, isto é, as mil bagatelas que completam o vestuário. Principiamos pelos cintos que merecem menção especial. São de fitas largas de ouro, atadás atrás simplesmente e ornadas no lugar do atilho???, de turquezas e de outras pedras no estilo bizantino. O motivo repete-se embaixo das pontas do cinto. (.....)</p> <p>Paula Candida</p>

Como discutido anteriormente, nem todos os periódicos que continham em seu título a palavra "moda" publicavam conteúdo de moda. A inclusão da palavra "moda" no título do periódico é indicativa das aspirações dos editores e de uma estratégia de vendas para atrair leitores. A tabela abaixo mostra que mesmo um periódico como o *Espelho* (1859-1860), que sobreviveu por apenas dezoito números, pretendia fornecer para os seus leitores moda e literatura importadas ou nacionais. O *Espelho* publicou irregularmente uma coluna de moda e apenas um figurino de moda, o qual tinha sido reproduzido de uma revista francesa. O periódico deixou de circular com o final da publicação do romance de Alexandre Dumas, como se vê na Tabela 2.

Tabela 2: Conteúdo dos 18 números do *Espelho*: Revista de literatura, modas, indústria e artes (1859-1860), Diretor e redator em chefe, F. Eleutério de Sousa, Tipografia Imparcial de Paula Brito, Tipografia Comercial de F. O. Queiroz Regadas, Tipografia Americana de José Soares de Pinho

Número	Editorial de Moda	Gravura de moda	Folhetim literário
1, 4/9/1859	Sim. "Crônica Elegante"	Não	Amor de Mãe, romance original por M. de Azevedo
2, 11/9/1859	Sim. "Crônica Elegante"	Não	Amor de Mãe, romance original por M. de Azevedo
3, 18/9/1859	Sim. "Crônica Elegante"	Sim. Retirado de Le Moniteur de la Mode	Amor de Mãe, romance original por M. de Azevedo
4, 27/9/1859	Sim. "Crônica Elegante"	Não	Amor de Mãe, romance original por M. de Azevedo
5, 2/10/1859	Sim. "Crônica Elegante"	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas
6, 9/10/1859	Não	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas
7, 16/10/1859	Sim. "Crônica Elegante"	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas
8, 23/10/1859	Sim. "Crônica Elegante"	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas
9, 30/10/1859	Sim. "Crônica Elegante"	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas
10, 6/11/1859	Não	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas
11, 13/11/1859	Sim. "Crônica Elegante"	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas
12, 20/11/1859	Não	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas
13, 27/11/1859	Sim. "Crônica Elegante"	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas; Amor e Fatalidade, M. de Azevedo
14, 4/12/1859	Não	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas; Amor e Fatalidade, M. de Azevedo.
15, 11/12/1859	Não	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas; Amor e Fatalidade, M. de Azevedo.
16, 18/12/1859	Não	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas
17, 25/12/1859	Sim. "Crônica Elegante"	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas
18, 1 ^a /1/1860	Não	Não	O testamento do Sr. Chauvelin, romance de Alexandre Dumas ²¹

Em grande parte, o sucesso das revistas de moda no século XIX deveu-se ao fato de o público ao qual se dirigiam ser também leitor do folhetim, ou seja, do gênero literário mais popular na época e responsável pelo fortalecimento e crescimento da imprensa periódica. A moda, devido à sua natureza sazonal, e a literatura, por meio do folhetim, se adaptaram muito bem à publicação em fascículos.



Figura 10: Anúncios, o romance *Quincas Borba*, de Machado de Assis, e uma gravura reproduzida de *Die Modenwelt* dividindo espaço na “Parte Literária” de *A Estação*. *A Estação*, 30 de junho de 1886.

Fonte: © Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro.

Portanto, não é de estranhar por que muitos editores, numa visão de mercado certa, tenham concentrado esses dois polos culturais numa só publicação e produzido revistas que oferecessem, ao mesmo tempo, moda e literatura. Todo um setor da imprensa periódica – as revistas semanais, quinzenais, mensais – em oposição à imprensa diária de notícias, fortaleceu-se, modernizou-se e, em alguns casos, internacionalizou-se para oferecer moda e literatura a um público que se tornava pouco a pouco global.

É certo que o público era diverso nos diferentes países dos dois lados do Atlântico. Esse poderia ser mais restrito e elitista num determinado país, mais numeroso em outro ou mesmo comportar subgrupos, para os quais havia publicações específicas. O grau de letramento, o gosto literário, a composição étnica da população, o grau de desenvolvimento econômico, a divisão social e mesmo questões climáticas estão entre os principais fatores que determinaram os contornos específicos dos consumidores de revistas de moda e literatura em países tão diversos quanto Brasil, Alemanha, Inglaterra e França. Entretanto, no século XIX, os leitores das revistas desses diferentes países tinham muito em comum: partilhavam o desejo de consumo de moda e literatura, pediam novidades europeias, sobretudo francesas e inglesas, em relação à vestimenta e tinham o gosto pela leitura.

NOTAS

¹ Tradução de Silva, Ana Cláudia Suriani da. Fashion, cultural transfers and history of the book. In: Silva e Abreu (Eds.). *The cultural revolution of the 19th century: theatre, the book-trade, and reading in the transatlantic world*. London: I. B. Tauris, 2016, pp.139-165.

² Sobre costureiras francesas radicadas no Rio de Janeiro, ver Menezes, 2004, pp.61-82.

³ Segundo Marian Wolbers, nas revistas de moda inglesas do século XIX o texto também predominava sobre a imagem. Ver Wolbers, 2009, p.172.

⁴ Ver Silva, 2013, pp.273-85, para as principais características da revista e do editorial de moda brasileiros do século XIX.

⁵ Ver Silva, 2008, pp.67-88. Segundo informação do catálogo on-line da Biblioteca Nacional de Paris, o texto de *La Saison* é em parte idêntico ao de *La Mode de Paris, La Mode Universelle, Les Modes de la Saison, Les Modes Parisiennes*. Em dezembro de 1885 e janeiro de 1886 *La Saison* absorve esses quatro periódicos. Em outubro de 1883 já havia absorvido o periódico *La Boîte à Ouvrage*.

⁶ Tradução de "Faire un journal est une chose difficile et compliquée, dont les initiés seuls ont le secret. – Les journaux illustrés sont plus minutieux que les autres, et les journaux de modes encore plus que les journaux illustrés. – Ils nécessitent un personnel innombrable de rédactrices et rédacteurs, de dessinateurs, des gravures, de coloristes, d'artistes de toutes sortes, qu'on ne rencontre pas dans un journal ordinaire, qui viennent grossir le bataillon des compositeurs, imprimeurs, papetiers, déjà si difficile à manœuvrer; quels efforts pour que ces travaux divers, séparés, confiés à des mains étrangères, forment un ensemble homogène, un tout harmonieux, fondu, compact et correct, en un mot ce qu'on peut appeler: un journal!" (*La Saison*, 1o de outubro de 1869).

⁷ Sistema da moda é entendido aqui como um fenômeno social, artístico e cultural. É um conceito que engloba o negócio, a arte e criação de moda, bem como sua produção e consumo. Sobre a formação do sistema da moda parisiense, ver Kawakura, 2006, e Silva, 2014.

⁸ Tradução de "entire history of communication: the creation, dissemination, and uses of script and print in any medium, including books, newspapers, periodicals, manuscripts, and ephemera" (GREENSPAN; ROSE, 1998, p.ix).

⁹ Tradução de "la recherche sur les transferts culturels s'efforçant de montrer que le contexte de réception atteint, grâce à l'importation, une certaine hybridité, ne néglige pas l'idée selon laquelle le contexte de départ comme celui de réception sont, avant même le transfert, des formes hybrides. La recherche sur les métissages nationaux a depuis longtemps dépassé l'idée selon laquelle il y aurait d'abord eu des substances purement ethniques ou nationales auxquelles aurait succédé le métissage. Toute constellation nationale résulte d'hybridations passées. D'un autre côté, il est presque impossible d'aborder cette succession de rencontres culturelles sans dégager des moments stables et les considérer comme des constellations relativement cohérentes" (ESPAGNE, 2009, pp.204-5).

¹⁰ O *Journal de Dames et des Modes* foi fundado por Pierre de La Mésangère e Jean-Baptiste Selléque e circulou entre 1797 e 1839. Tradução de "L'autre fait important du lancement du journal fut la montée du nationalisme. La Révolution avait contribué à accentuer le sentiment d'unité nationale. Les allemands et les Italiens avaient pris conscience d'appartenir à des entités nationales, ce qui ne faisait que stimuler la vogue du patriotisme en France. On y propageait avec fierté l'idée d'être membre d'une nation supérieure à maintes autres. Les industries du textile avaient besoin d'une publication qui fit de la publicité pour les produits français. Quoi de plus naturel que de créer un journal de mode?" (KLEINERT, 2001, p.15).

¹¹ Barthes faz alusão ao trabalho de André Varagnac, *Definition du folklore*, 1938. A edição inglesa de *The language of fashion* consultada para esta pesquisa anota que "Varagnac diz que o folclore nacional é 'raramente', ao invés do 'nunca' de Barthes" ["Varagnac says that national folklore is 'rare', rather than Barthes' 'never'" (VARAGNAC, 1938, p. 21, apud BARTHES, 2006, p.16).

¹² (BARTHES, 2005, p.261).

¹³ Tradução de "Napoléon recommandait la lecture du magazine, en dépit de son mépris général pour la gent journalistique et malgré son refus de tolérer en France la circulation d'un trop grand nombre de feuilles de presse. Il prit l'habitude d'appeler le Journal des Dames et des Modes, par analogie avec Le Moniteur Universel, Le Moniteur officiel de la mode. Quand les dames de son entourage hésitait sur une question d'étiquette officielle, il conseillait: 'Voyez le journal La Mésangère – ce doit être là votre Moniteur'" (KLEINERT, 2001, p.86). "O Mensageiro" é uma referência a Pierre de la Mésangère, um dos fundadores da revista, o qual antes de virar editor tinha sido padre (KLEINERT, 2001, p.17).

¹⁴ Tradução de "Bientôt la popularité de l'illustré fut considérable dans tous les cercles mondaines. 'Qu'en dit l'abbé?' demandaient les femmes quand il s'agissait de juger les toilettes du jour telles que chiffons transparents, perruques blondes pour femmes, châles de cachemire ou crème pour blanchir la peau. Dans le salon en vue [...] le nom de La Mésangère était sur toutes les lèvres. [...] Napoléon, au-delà de son goût personnel et de son obsession impériale grandissante, avait de solides raisons politiques et économiques de promouvoir la mode. Conscient du fait qu'une industrie de luxe florissante contribue à occuper un peuple, il favorisait ce secteur de la production nationale et restreignait les importations venant de pays étrangers. Tout comme La Mésangère, il était convaincu que la prospérité du commerce de luxe faisait la vraie richesse d'une nation" (KLEINERT, 2001, pp.88-89).

¹⁵ Tradução de "language conveys a choice and imposes it, it requires the perception of this dress to stop here (i.e., neither before nor beyond), it arrests the level of reading at its fabric, at its belt, at the accessory which adorns it. Thus, every written word has a function of authority insofar as it chooses – by proxy, so as to speak – instead of the eye. The image freezes an endless number of possibilities; words determine a single certainty" (BARTHES, 1983, p.13).

¹⁶ Adapte para o meu objeto de estudo o seguinte trecho de Michel Espagne: "O livro não é apenas o vetor de trocas culturais devido à sua circulação no espaço, e neste caso entre a França e a Alemanha. Ele também o é de forma intrínseca, por sua gênese e seu processo de sua fabricação" ["Le livre n'est pas seulement le vecteur d'échanges culturels en raison de sa circulation dans l'espace, et dans le cas qui nous occupe entre la France et l'Allemagne. Il l'est également de façon intrinsèque, par sa genèse et par le processus de sa fabrication."] (ESPAGNE, 2009, p.211).

¹⁷ *Correio das Modas: Jornal crítico e literário das modas, bailes, teatros*, Rio de Janeiro, 1839–40 *Novo Correio de Modas: Novelas, poesias, viagens, recordações, histórias, anedotas e charadas*, Rio de Janeiro: Tipografia Universal de Laemmert, 1852–4; *A Estação*. Jornal ilustrado para a família, Rio de Janeiro, 1879–1904.

¹⁸ *O Martinho: Jornal de recreio que trata dos vivos e dos mortos*, Rio de Janeiro: Tipografia Universal de Laemmert, 1851.

¹⁹ Tradução de "En reconstituant les itinéraires personnels des passeurs culturels, en identifiant des réseaux de personnes qui se forment au cours du processus de diffusion d'un produit, en décrivant les sociabilités nouvelles découlant de ces réseaux, un certain nombre de recherches ont montré que les processus de diffusion d'un point à un autre n'étaient que rarement linéaires" (COMPAGNON, 2009, p.8).

²⁰ Tradução de "Analysons les facteurs qui expliquent la propension des lecteurs de l'époque à s'abonner à un journal de mode. Tout d'abord, la Révolution avait balayé la hiérarchie qui existait sous l'Ancien Régime et qui imposait un code vestimentaire rigide. Elle avait engendré une classe sociale qui devait sa puissance à l'argent et qui remplaça la noblesse en tant qu'instigatrice d'une nouvelle mode. Les parvenus dépensèrent des fortunes pour se démarquer par de menus détails régis par la mode et pour confirmer ainsi une position sociale récemment acquise. Le changement des comportements, évident notamment en province, ouvrait la société beaucoup plus aux influences urbaines. Après la période transitoire des années 1793 à 1796, chacun avait le désir d'affirmer son identité aussi bien personnelle que sociale, et cette affirmation accéléra la consommation" (KLEINERT, 2001, p.14).

²¹ Esta é provavelmente a primeira publicação de uma tradução do romance de Alexandre Dumas em português.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. *Inéditos vol. 3 – imagem e moda*. São Paulo: Martins: Fontes, 2005.

_____. Rolland. *The fashion system*. New York: Hill and Wang; Far-rar, Straus, and Giroux, 1983.

BEETHAN, M. *A magazine of her own?: domesticity and desire in the Woman's Magazine, 1800–1914*. New York: Routledge, 1996

Compagnon, Olivier. L'Euro-Amérique en question. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos. Debates*, 03 fev. 2009. Disponível em: <<http://nuevomundo.revues.org/54783>>. Acesso em: 29 fev. 2012.

CUNHA, Marianno Carneiro. *Da senzala ao sobrado: arquitetura brasileira na Nigéria e na República Popular do Benin*. São Paulo: Edusp, 1985.

ESPAGNE, Michel. Transferts culturelles et histoire du livre. *Histoire et civilisations du livre. Revue internationale*. Genebra: Librairie Droz, 2009, pp. 202–218.

GREENSPAN, Ezra e Rose, Jonathan. An introduction to Book History. *Book History*, 1.1, 1998, pp.ix–xi.

KAWAKURA, Yuniya. *The Japanese revolution in Paris Fashion*. Oxford: Berg, 2006.

KLEINERT, Annemarie. Zwei Zeitschriften mit dem gleichen Titel: das Pariser und das Frankfurter Journal des Dames et des Modes. *Publizistik, Publizistik*, II, 1990, pp.209 – 222.

_____. Annemarie. *Le Journal des Dames et des Modes ou la conquête de l'Europe féminine (1797–1839)*. Stuttgart: Jan Thorbecke Verlag, 2001.

Machado de Assis. *O anjo das donzelas. Jornal das Famílias*, set. 1864. Disponível em: <http://machadodeassis.net/hiperTx_romances/obras/contosavulsos.htm>. Acesso em: 6 jun. 2017.

MENEZES, L. M. de Menezes. Francesas no Rio de Janeiro: trabalho, sonhos e ousadia (1816–1822). *Caderno Espaço Feminino* 12/15, 2004, pp. 61–82.

SILVA, Ana Cláudia Suriani da. *Machado de Assis do folhetim ao livro*. São Paulo: NVerso, 2015.

_____. Ana Cláudia Suriani da. Fashion press and the formation of a fashion system in Brazil. In: SILVA e VASCONCELOS (Eds.). *Books and periodicals in Brazil 1867–1930: a transatlantic perspective. Studies in Hispanic and Lusophone cultures*. Oxford: Legenda, 2014, pp.148–162.

_____. Ana Cláudia Suriani da. From Germany to Brazil: the history of the magazine *A Estação*, an international enterprise. In: HAMMOND e FRASER (Eds.). *Books without borders: the international dimension in print culture*. V. , Palgrave, 2008, pp.67–88.

_____. Ana Cláudia Suriani da. The genesis of the Brazilian fashion magazine and fashion editorial (1827–1851). *Fashion, film and consumption*, 2.3, 2013, pp.273–285.

TELES, Adriana da Costa. Viver e morrer de amor em "O anjo das donzelas". *Machado de Assis em linha*. Rio de Janeiro, v. 6, n. 12, pp. 154–166, dezembro 2013. Disponível em: <<http://machadodeassis.net/download/numero12/artigo10.pdf>>. Acesso em: 11 mar. 2014.

VARAGNAC, André. *Definition du folklore*. Paris: Société d'éditions géographiques, maritimes et coloniales, 1938.

WATT, I. *The rise of the novel*. London: Chatto and Windus, 1957.

WOLBERS, Marian. *Uncovering fashion: fashion communications across the media*. New York: Fairchild, 2009.

PERIÓDICOS

A Estação. Jornal ilustrado para a família. 1879-1904.

A Ilustração da Moda. 1876.

Burda.

Correio das Modas. Jornal crítico e literário das modas, bailes, teatros. 1839-1840.

Die Modenwelt. 1865-1942.

Espelho: Revista de literatura, modas, indústria e artes. 1859-1860.

Jornal das Famílias. 1863-1878.

Journal de Dames et des Modes. 1797-1839.

La Saison. Journal illustré des dames. 1868-[1902?].

Les Modes Parisiennes. 1843-[1889?].

Novo Correio de Modas: Novelas, poesias, viagens, recordações histórias, anedotas e charadas. 1852-1854.

O Brazil Elegante. Jornal de modas das famílias brasileiras, 1898-[1904?].

O Martinho. Jornal de recreio que trata dos vivos e dos mortos. 1851.