

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)

Map of the fashion market in Rio de Janeiro: histories of working
women (1830-1840)¹
Laura Junqueira de Mello Reis

Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar o mercado da moda como um espaço de trabalho utilizado por mulheres para alcançar a autonomia econômica. Para isso, foi elaborado um “mapa do mercado da moda fluminense”, utilizando a metodologia prosopográfica. A fim de apoiar a análise, recorreu-se à ferramenta QGIS para auxiliar na configuração geográfica e social que será apresentada ao longo do trabalho. A pesquisa foca no período compreendido entre as décadas de 1830 e 1840, buscando entender o mercado da moda como um universo predominantemente feminino. Este recorte temporal é justificado pela relevância da circulação geoespacial das mulheres nesse contexto, que se mostrou fundamental para o êxito - ou não - dos seus empreendimentos.

Palavras-chave: História das Mulheres; Moda; Século XIX; Rio de Janeiro.

Abstract

The objective of this paper is to analyze the fashion market as a working space used by women to achieve economic autonomy. To this end, a “map of the fashion market in Rio de Janeiro” was drawn up using the photographic methodology. To support the analysis, the QGIS tool was used to help with the geographical and social configuration that will be presented throughout the work. The research focuses on the period between the 1830s and 1840s, with the aim to understand the fashion market as a predominantly female universe. This time frame is justified by the relevance of the geospatial circulation of women in this context, which proved to be fundamental to the success - or otherwise - of their business ventures.

1

Este artigo é fruto de uma pesquisa apresentada no terceiro capítulo da tese Tecendo modas, costuras e histórias: modistas na primeira metade do XIX no Rio de Janeiro.

Para saber mais, ver: REIS, Laura Junqueira de Mello. Tecendo modas, costuras e histórias: modistas na primeira metade do XIX no Rio de Janeiro. 2024. 309 f. Tese (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

Keywords: Women's History; Fashion; 19th century; Rio de Janeiro.

Introdução

Já neste pouco tempo aprendi que aqui os bonitos vestidos como o meu custam bom dinheiro... Quase não existem. Quanto me daríeis por este? (...)

Não tenho ouro para tanto...mas (...) Já recebi um, não tão bonito, de uma tia que se finou, e por testamento (Queiroz, 1954, p. 15).

O trecho em destaque figura nas primeiras páginas do romance *A Muralha*, escrito por Dinah Silveira de Queiroz, em 1954. No romance, a personagem principal, Cristina, sai de Portugal com destino à colônia e chega ao Brasil, mais precisamente, a São Paulo, no começo do século XVIII. Constantemente, ao longo da trama, demonstra-se espantada com os costumes locais e destaca a dissemelhança entre as indumentárias e os adornos. No trecho em questão, quem fala é Joana Antônia, outra portuguesa que atravessa o Atlântico, companheira de viagem de Cristina.

A história se desenrola a partir do romance entre Cristina e seu primo, Tiago, que é brasileiro. A viagem da personagem principal teve como objetivo o casamento entre as famílias, prática usual na época. Ao final do romance, Cristina está habituada ao Brasil e finda a sua história na colônia, que fora registrada pela constante demarcação da diferença entre as mulheres da corte e as locais. As europeias teriam um acesso mais fácil a modistas, costureiras e *marchandes de modes*; no entanto, caso realmente almejasse, Cristina poderia ter encontrado costureiras no Brasil, já que, no começo do século XVIII, existia o ofício por aqui; tal como havia armarinhos, onde era possível encontrar tecidos e adornos, possivelmente não tão bonitos, conforme aponta o trecho, e não tão sofisticados como os europeus, mas presentes na colônia (Baseggio; Silva, 2015). Apesar do romance de Queiroz se passar em São Paulo, a partir do trecho destacado é possível refletir sobre a relação entre as mulheres - com condições financeiras para investir em indumentárias - e o vestuário.²

2

A citação ao romance foi feita como subterfúgio introdutório com o intuito de ilustrar as relações sociais presentes na colônia durante o século XVIII e como forma de adentrar ao século subsequente, não obstante, não utilizamos a literatura como uma fonte de análise.

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

Ao longo dos anos, com o crescimento da colônia e as mudanças socioeconômicas presentes no Brasil, essa estrutura foi modificada aos poucos, principalmente a partir do século XIX, quando, com a expansão territorial francesa comandada por Napoleão, este direcionou-se para Portugal, com a fuga da família Real em direção ao Brasil. A vinda da Família Real para o Rio de Janeiro, em 1808, modificou as relações sociais, políticas, econômicas e culturais (Silva, 1978).

Com a chegada dos portugueses, diversos locais, inspirados em referências francesas, foram criados na cidade, tais como o Jardim Botânico, inaugurado por D. João VI em 1808; a Academia Imperial de Belas Artes, pelos artistas da Missão Francesa; e a Biblioteca Nacional, entre outros. Aos poucos, a cidade foi crescendo e se definindo, enquanto capital. Para tanto, surgia a necessidade da criação de lugares onde seriam comercializados tecidos, indumentárias e adornos, tão bonitos quanto os utilizados na Europa e fariam jus à Cristina, por exemplo.

A França exercia uma influência significativa como símbolo de modernidade para o Brasil, impactando diretamente a moda, tanto na colônia portuguesa, quanto em Portugal. Nesse contexto, é plausível considerar que, ao mencionar seus elegantes vestidos, Joana Antônia fazia referência a trajes inspirados nas tendências da moda francesa da época. (Goebel, 2019).

No Brasil, a partir de 1816, com a queda de Napoleão e o fortalecimento dos laços entre Portugal e França, diversos franceses começaram a desembarcar nos portos fluminenses. Esse fluxo de imigrantes continuou a aumentar nos anos seguintes. Em 1819, por exemplo, conforme o relatório referente ao comércio dos portos de Havre e de Ruão com o Brasil, sete navios, vindos de Havre, aportaram no território fluminense (BR RJANRIO RE.0.ANT, ARF.34/). Apenas três anos depois, em 1821, 42 embarcações francesas entraram no Rio de Janeiro.

As imigrantes francesas desempenharam um papel crucial no desenvolvimento do mercado de moda fluminense, especialmente por meio da atuação de modistas, já que traziam da França - país cuja modernidade e exuberância eram fatores demarcantes - as últimas novidades no campo da moda (Souza, 2005).³ Essas profissionais contavam com o trabalho

3

Neste artigo o conceito de campo é baseado na perspectiva de Pierre Bourdieu. Entendendo campocom um espaço, físico ou não, onde acontecem as relações que analisamo neste paper. Cada Campo possui e segue lógicas distintas, o Campo da Moda, por exemplo, não segue a mesma lógica de um Campo Religioso já que seus agentes sociais e, consequentemente, seus hábitus, são outros. Além disso, o Campo é um espaço onde se desenvola uma disputa de poder que é dominada, no Campo da Moda, por aqueles que conseguem tornar-se referências; por isso, na primeira metade do século XIX, o Campo da Moda era, em todas as vias, fossem sociais, culturais, políticas e/ou econômicas, dominado pelas francesas.

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

de diversas mãos, destacando-se a participação de costureiras, que podiam ser mulheres brancas ou negras, incluindo as livres, libertas ou escravizadas. A multiplicidade e pluralidade de mulheres trabalhadoras nesse campo determinou uma história multifacetada, marcada por diversos contextos sociais, econômicos e políticos. Esse panorama transcendeu a simples confecção e uso das vestimentas, configurando uma série de comportamentos e dinâmicas sociais intrínsecos ao século XIX. Segundo Macedo (1963), as francesas rapidamente fizeram-se presentes na Rua do Ouvidor:

As senhoras fluminenses entusiasmaram-se pela rua do Ouvidor, e foram intransigentes na exclusiva adoção da tesoura francesa. Nenhuma desde 1822 se prestou mais a ir a saraus, a casamentos, a batizados, a festas e reuniões sem levar vestido cortado e feito por modista francesa da rua do Ouvidor. Houve revolução econômica: os pais e os maridos viram subir a cinquenta por cento mais a verba das despesas com os vestidos e os enfeites das filhas e das esposas. A rainha Moda de Paris firmou seu trono na rua do Ouvidor (Macedo, 1963, p. 107).

Na construção desses lugares, muitas vezes chamados de Casas de Moda, às mulheres brancas e de classe superior, em sua maioria francesas, destinavam-se os espaços de maior fascínio; enquanto para as demais, os lugares inferiores. Essa distinção pode ser compreendida quando temos em mente a sociedade escravocrata do Oitocentos⁴, nas palavras da historiadora Beatriz Nascimento (2021):

Da maneira como estava estruturada a sociedade na época colonial, ela se estabeleceu de maneira extremamente hierarquizada, podendo-se conceituar como uma sociedade de castas, na qual os diversos grupos desempenhavam papéis rigidamente diferenciados. Em um dos polos desta hierarquia social encontramos o senhor de terras, que concentra em suas mãos o poder econômico e político; no outro, os escravos, a força de trabalho efetivam da sociedade. Entre estes dois pontos encontramos uma camada de homens e mulheres livres, vivendo em condições

4

Forma utilizada para referenciar o século XIX, muito utilizada em trabalhos historiográficos.

NAVA

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

precárias. Por estar assim definida, a sociedade colonial se reveste de um caráter patriarcal que permeia toda sua estrutura, refletindo-se de maneira extrema sobre a mulher (Nascimento, 2021, p. 55).

Além disso, é crucial ressaltar que, na maioria dos casos, o trabalho feminino nos primeiros anos do século XIX era desempenhado por mulheres brancas pobres, bem como por mulheres negras, tanto escravizadas quanto livres e forras. Nesse sentido, o campo da moda como espaço de trabalho envolveu uma diversidade de mulheres, permitindo que inúmeras histórias fossem narradas.

A delimitação deste estudo no período compreendido entre as décadas de 1830 e 1840 foi uma decisão que visa aprofundar a compreensão da realidade desse universo laboral, em um recorte temporal mais concentrado. Com uma abordagem político-social, é fundamental destacar que o trabalho feminino no setor da moda, na primeira metade do século XIX, esteve inserido em um contexto de intensas transformações, incluindo o processo de independência, o governo de D. Pedro I, a regência e o início do governo de D. Pedro II. Esses eventos, somados ao crescimento urbano e nacional, influenciaram de maneira significativa o campo de trabalho feminino ligado à moda⁵.

Para alcançar nosso objetivo, buscamos elaborar um mapeamento do mercado da moda, com base em uma abordagem biográfica prosopográfica. A prosopografia é uma metodologia que examina um grupo de indivíduos segundo critérios definidos pelo/a pesquisador/a. Este grupo não precisa, necessariamente, ter uma coesão pré-existente, podendo ser delineado conforme a perspectiva do/a investigador/a (Heinz, 2024). No presente trabalho, cujo intuito é fazer uma breve análise sócio-histórica do trabalho feminino com a moda no Oitocentos, consideramos as mulheres envolvidas com a moda no século XIX fluminense como um grupo específico.⁶

Para esta pesquisa, as principais fontes de análise foram os jornais do período, tanto os diários, como o *Jornal do Commercio* e o *Diário do Rio de Janeiro*; quanto as folhas dedicadas ao público feminino, como *Espelho Diamantino* e *A Mulher do Simplício*. O levantamento, a partir dos anúncios publicados nos periódicos, encontrou, na década de 1810, sete

5
Sob nossa perspectiva, a moda pode ser conceituada como um campo que transcende o vestuário, abrangendo tanto a produção e a confecção de indumentárias quanto a construção social do ato de estar ‘na moda’, vinculada ao uso de peças elaboradas por determinados agentes.

6
Muitos foram os grupos que exerceram influência no mercado da moda oitocentista fluminense, mas que não são citados neste trabalho já que ultrapassam o objetivo delineado. Os alfaiates, por exemplo, foram figuras cruciais na história da moda, mas não serão citados e/ou analisados neste artigo.

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

mulheres que se autointitulavam modistas ou modistas/costureiras; 17, nos anos de 1820; 20, em 1830; 64, nos anos 1840; e 103, na década de 1850. Esse aumento exponencial será abordado no decorrer deste artigo e está presente na Figura 1.

Os jornais, enquanto fontes de pesquisa, são amplamente reconhecidos na historiografia, como demonstrado por diversos historiadores ao longo das últimas décadas, entre os quais podemos destacar Marco Morel e Isabel Lustosa. Da mesma forma, os anúncios como fontes de investigação também não são uma novidade, sendo reconhecida a necessidade de uma análise crítica e aprofundada de seu conteúdo.

Para realizar as análises propostas neste artigo, buscamos combinar essas fontes com outros dados documentais, como os Registros de Entrada e Saída presentes no Fundo de Polícia da Corte (A.N.R.J.), que forneceram informações essenciais para a compreensão das trajetórias de algumas das mulheres mencionadas, como nome completo, idade, origem e estado civil.

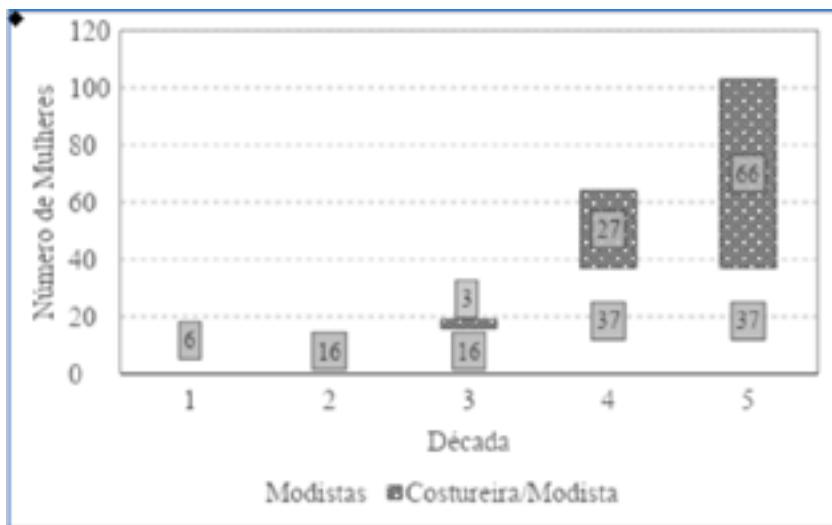
Breve análise do mercado da moda (1830-1840)

A década de 1840 marcou um período de crescimento do mercado da moda e, como consequência, um aumento do número de mulheres trabalhadoras. A partir da ferramenta *Qgis*, foi possível identificar um aumento na quantidade de mulheres que se autodefiniam enquanto modistas e apresentavam-se nos jornais mais populares da cidade. A expansão geográfica permitiu que os comércios voltados para a moda se firmassem na freguesia da Candelária, região mais central, e ocupassem outras freguesias presentes no centro da cidade, como a de Sacramento. No entanto, eles também se expandiram para outras freguesias não centrais.

NAVA

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Figura 1 - Crescimento do número de modistas e modistas/costureiras no Rio de Janeiro entre as décadas de 1810 e 1850.



Fonte: elaborado pela autora.

Com a expansão territorial e o número crescente de trabalhadoras, os ofícios relacionados às modistas passaram a se diversificar de acordo com o espaço social e geográfico ocupado pelas Casas de Moda. As lojas situadas na renomada Rua do Ouvidor, frequentemente chamada de Vivienne brasileira⁷, eram comandadas por modistas de grande prestígio, em sua maioria, imigrantes francesas. Em contraste, os estabelecimentos localizados em áreas mais distantes desse ponto central eram dirigidos por mulheres com menor projeção social, muitas das quais apresentavam seus trabalhos sem preocupação em identificar seus anúncios.⁸ Além disso, esses espaços, frequentemente, ofereciam serviços complementares, como lavagem de vestimentas e adornos, ampliando o escopo de atuação dessas trabalhadoras. Produtos com pequenas avarias ou peças de segunda mão podiam ser encontradas com maior facilidade em freguesias como Sacramento, São José e Santanna.

A rua Vivienne era um luxuoso endereço parisiense. Os contemporâneos do século XIX afirmavam que a rua do Ouvidor se comparava a ela pelo luxo e beleza das Casas de Moda presentes no local.

7

Embora não haja dados específicos sobre muitas dessas mulheres, é possível, com base na classe social a que pertenciam, inferir que os estabelecimentos de moda poderiam ser, em sua maioria, de propriedade de mulheres brancas ou negras. No entanto, ao considerarmos o contexto de uma sociedade escravocrata, é plausível que fosse mais difícil encontrar mulheres negras à frente desses negócios, devido à estrutura de exclusão e discriminação da época. Contudo, isso não implica que tal situação fosse completamente impossível.

8

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

Figura 2 - Região central da cidade do Rio de Janeiro e as Casas de Moda na década de 1830.



Fonte: elaborado pela autora, a partir de ImagineRio. Disponível em: <https://www.imaginerio.org/pt/map>.

Figura 3 - Região central da cidade do Rio de Janeiro e as Casas de Moda na década de 1840.



Fonte: elaborado pela autora, a partir de ImagineRio. Disponível em: <https://www.imaginerio.org/pt/map>.

A partir da análise dos mapas das Figuras 1 e 2, foi desenvolvido o conceito de “mapa da moda”, que permite compreender as relações no campo da moda sob uma perspectiva simultaneamente social e geográfica.

10

No original: On a besoin d'une personne qui sache travailler dans les modes; rue du Ouvidor n. 64, chez Mme. Lacarrière.

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
 Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

Além das expansões mencionadas, outro aspecto identificado nos mapas foi a relação entre a presença de modistas em freguesias mais afastadas do centro e o anonimato das mulheres trabalhadoras. Esse fenômeno pode ser explicado pelo alto custo das publicações da época, calculadas com base no número de caracteres que seriam utilizados. Assim, para aquelas que não eram amplamente conhecidas na corte, bastava que os anúncios destacassem os serviços oferecidos, sem mencionar nomes (Tabela 1). Consequentemente, quanto mais distante a localização do centro do Rio de Janeiro, menor era o reconhecimento dessas trabalhadoras, o que limitava sua capacidade de investir em publicações elaboradas e personalizadas.

Tabela 1 - Proporção de mulheres identificadas nominalmente em anúncios por década.

Identificação	1830	1840	Total
Número de identificações nominal em anúncios			
Sem	8	21	29
Com	14	55	69
Total	22	76	98
Percentual de identificação nominal em anúncios			
Sem	36%	28%	30%
Com	64%	72%	70%

Fonte: elaborado pela autora.

9

De forma concisa, é possível dizer que a prosopografia é uma metodologia utilizada para compreender semelhanças e dissemelhanças em trajetórias de vida. No caso dessa pesquisa, utilizamos o método prosopográfico como forma de compreender as similaridades na vida das mulheres que atuavam no campo da moda. Em 2007, a historiadora britânica Katharine Keats-Rohan publicou uma coletânea com diversos artigos sobre a metodologia; logo na introdução, Keats-Rohan aborda as críticas recebidas por Lawrence Stone, um dos principais nomes da prosopografia, além de completar o texto discorrendo sobre as diversas maneiras de se fazer uma análise proposográfica. Ver em: Keats-Rohan, Katharine Stephanie Benedicta, ed. Prosopography approaches and applications: A Handbook. Vol. 13. Occasional Publications UPR, 2007.

Histórias entre costuras

Para exemplificar essa dualidade, apresentemos, de forma breve, algumas das muitas histórias encontradas a partir das nossas pesquisas e mapeadas no sentido prosopográfico do termo.⁹ Uma das principais modistas presentes na corte na década de 1830-1840 foi Mme. Hortense Lacarrière. Ela chegou ao Brasil pela primeira vez em 1834, mas retornou algumas vezes a Paris, com o objetivo de comprar mercadorias e entender o que estava em voga na capital francesa. Em 1844, por exemplo, Hortense Lacarrière anunciava seus produtos recentemente chegados de Paris

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

e com bom gosto, afinal teriam "sido escolhidos por Mme. Lacarrièr presenteamente em Paris" (Jornal do Commercio, n. 241, 1844, p. 4).

Em 1839, ela embarcou diretamente de Havre, na barca *La Henriette*, para o Rio de Janeiro, dessa vez, na companhia de sua filha (Jornal do Commercio, n. 269, 1839, p. 4). Era relativamente comum nesse período a vinda de imigrantes francesas com seus filhos, sem a presença de uma figura masculina como companhia. Essa ausência, em sua maioria, indicava a viuvez em território europeu e a vinda para um novo país, na busca de uma oportunidade de vida. Poderia indicar ainda que eram mães solteiras, o que, em seus países de origem, as colocaria em uma posição de vulnerabilidade social; mas também poderia significar a tentativa de expansão nos negócios de um casal para o Brasil, com um cônjuge vindo para a América e o outro, permanecendo na Europa. Este parece ter sido o contexto de Mme. Lacarrièr, já que, em 1856, é comunicado o falecimento do seu sócio e marido, Sr. Lacarrièr, em Paris (Correio Mercantil n. 187, 1856, p. 1).

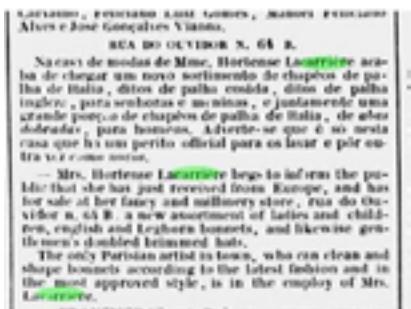
A partir dos anos de 1840, Mme. Lacarrièr estava cada vez mais presente nos jornais. Com o objetivo de atrair um amplo público consumidor, ela lançava mão de muitos recursos atrativos. Em 1841, por exemplo, declarava que acabara de chegar em sua loja um especialista que lavava e confeccionava chapéus *como na forma parisiense* (Jornal do Commercio, n.303, 1841, p. 4). Além disso, publicava os seus anúncios em português e inglês, de forma que pudesse ampliar a clientela. A modista sabia que as suas consumidoras não eram apenas brasileiras, mas principalmente também francesas, inglesas e alemãs. No mais, a adoção de línguas europeias atribuía à anunciante ares de civilidade e poder, e que demonstrava assim o domínio de outros recursos linguísticos.

NAVA

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

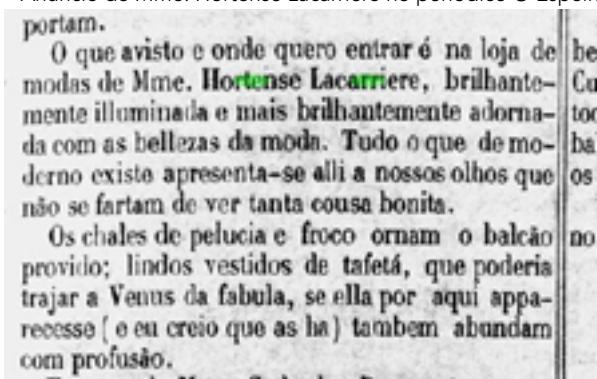
Figura 4 - Anúncio de Mme. Lacarrièr no Jornal do Commercio, 1842.



Fonte: Jornal do Commercio, n. 316, 1842, p. 4.

É justo afirmar que Mme. Lacarrièr pode ser considerada uma das principais modistas do Brasil nas primeiras décadas do século XIX, dado o seu impacto significativo no campo da moda, especialmente no Rio de Janeiro, e a sua associação com a influência das tendências francesas no período. O seu estabelecimento funcionou por mais de 20 anos (dos anos 1830 até o começo da década de 1860), o que registra que, de fato, ela era bastante procurada e tinha uma clientela fiel que acompanhava o seu comércio. Lacarrièr foi um exemplo de sucesso. O êxito do seu negócio pode ser atribuído tanto aos constantes anúncios publicados nos periódicos femininos do período, conforme podemos ver na Figura 4, quanto à presença de diversas mulheres que a acompanharam ao longo de sua trajetória, colaborando para o crescimento e reconhecimento do seu empreendimento.

Figura 5 - Anúncio de Mme. Hortense Lacarrièr no periódico O Espelho, em 1859.



Fonte: O Espelho, n. 1, 1859, p. 12.

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

O estabelecimento localizado na rua do Ouvidor nº 61/64 aparecia com frequência nos jornais, publicando anúncios com o objetivo de atrair boas costureiras que pudesse auxiliar Mme. Lacarrièr em seu ofício (*O Despertador*, n. 976, 1841, p. 4). Tais anúncios eram feitos em português e francês, o que demonstra a viabilidade de relacionamento entre as próprias imigrantes francesas: “Procura-se uma pessoa que saiba trabalhar com modas; rua do Ouvidor n.64, na casa da Mme. Lacarrièr” (*Jornal do Commercio*, n. 225, 1845, p. 4).¹⁰ Possivelmente, em razão desses recursos, costureiras francesas trabalharam auxiliando Mme. Lacarrièr. Após o período de experiência, muitas abriram os seus próprios modelos de negócio e tornaram-se, além de modistas e costureiras, donas de estabelecimentos pela cidade.

Em 1849, a modista Julie Giraud, que até então trabalhava com Mme. Lacarrièr, decidiu desvincular-se da famosa modista e abriu seu próprio negócio na rua da Quitanda nº 101 (*Jornal do Commercio*, n. 252, 1849, p. 3). Posteriormente, mudou-se para rua dos Latoeiros, nº 53, onde anunciava a exclusiva dedicação à produção coletes para senhoras (*Jornal do Commercio*, n. 297, 1852, p. 3). Três anos depois, Mme. Giraud já se encontrava em outro endereço: Rua do Lavradio, nº 48 (*Jornal do Commercio*, n. 346, 1852, p. 2). Em 1853, ela seguiu em direção ao sobrado nº 38 da Rua dos Ourives (*Jornal do Commercio*, n. 237, 1853, p. 3). No ano seguinte, se encaminhou para o nº 58 da Rua da Assembleia (*Diário do Rio de Janeiro*, n. 299, 1854, p. 4), como indica a Figura 6.

Figura 6 - Mapa do ano de 1850 com as ruas do Latoeiros, do Lavradio, Ourives, Cadeia (Assembleia) e São José em destaque; no meio, entre as ruas do Latoeiros e Lavradio, o Morro de Santo Antônio.



Fonte: elaborado pela autora, a partir de ImagineRio. Disponível em: <https://www.imaginerio.org/pt/map>.

NAVA

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

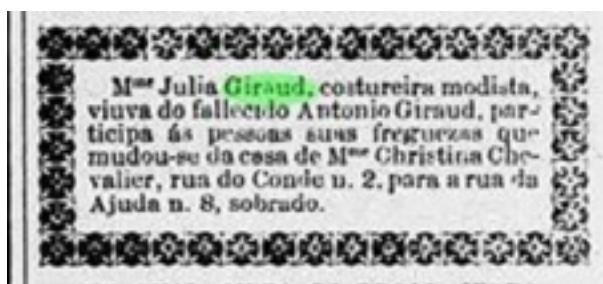
Artigos

Em 1856, Mme. Giraud decidiu associar-se à Mme. Chevalier:

Madame C. Chevalier, costureira-modista, rua do Conde 2, recebeu um grande sortimento de chapéus para mulheres cujo preço varia de 10 e 12\$000 até 30\$000. Mme. Chevalier, tem em sua casa, Mme. J. Giraud, muito conhecida por sua habilidade e a perfeição de seu trabalho, pode se ocupar da confecção de toda espécie de roupa no espaço de um dia (Courrier du Brésil, n. 44, 2 novembre de 1856, p. 8) ¹¹

Simultaneamente, e provavelmente configurando uma estratégia para ela conseguir manter-se estável financeiramente, Mme. Julie Giraud também estava oferecendo seus serviços na Rua S. José n. 60, sobrado (Correio Mercantil, n. 11, 1856, p. 3) e na Praça da Constituição n. 8 (Correio Mercantil, n. 137, 1856, p. 4). O ano de 1856 foi um desafio na trajetória de Mme. Giraud, uma vez que seu marido, Antônio Giraud, faleceu em virtude de uma tuberculose pulmonar (Correio Mercantil, n. 27, 1856, p. 3). Esse episódio e a nova condição de viúva de Julie Giraud, de certa forma, justificam os diversos trabalhos que ela ofereceu ao longo desse ano e a sua tentativa de associar-se a outra modista, além de disponibilizar seus serviços de forma independente. Em 1857, Mme. Julie optou por sair da loja de Mme. Chevalier e seguiu sozinha no sobrado do n. 8 da Rua da Ajuda, como mostram as Figuras 7 e 8:

Figura 7 – Anúncio de Mme. Julie Giraud no Correio Mercantil, 1857.



Fonte: Correio Mercantil, n. 23, 1857, p. 3.

No original: Madame C. Chevalier,
couturière-modiste, rue du Conde
2, a reçu un grand assortiment de
chapeaux pour dame dont le prix
varie de 10 et 12\$000 jusqu'à 30\$000.
Mme. Chevalier, ayant dans sa
Maison Mme. J. Giraud, très connue
pour son habileté et la perfection
de son travail, peut se charger
de la confection de tout espèce
de vêtement dans l'espace d'une
journée.

Maison Mme. J. Giraud, très connue
pour son habileté et la perfection
de son travail, peut se charger
de la confection de tout espèce
de vêtement dans l'espace d'une
journée

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Figura 8 – Anúncio de Mme. Julie Giraud no Correio Mercantil, 1857.



Fonte: Correio Mercantil, n. 30, 1857, p. 3.

É instigante notar que, após o falecimento de Antônio Giraud, Mme. Julie Giraud passou a ser referenciada como sua viúva, fazendo uma associação entre os dois que, antes da morte, não acontecia. Esse apagamento da figura de Mme. Giraud e a associação poderiam passar despercebidas, mas dizem muito sobre as relações de gênero e a história das mulheres no Oitocentos fluminense, mesmo em um espaço que foi e continua sendo, predominantemente, associado às mulheres: o universo da moda e o campo das costuras.¹² Nas palavras de Gerda Lerner: “os conceitos patriarcais estão estabelecidos em todos os construtos sociais daquela civilização [a ocidental], e de tal maneira, que permanecem em grande medida invisíveis” (2022, p. 23).

Esses foram alguns dos muitos caminhos seguidos por Mme. Giraud, enquanto tentava se estabelecer de forma independente na corte. Nesse contexto, é possível perceber que a sua saída da Casa de Mme. Lacarrièr a distanciou do epicentro da moda, levando-a para uma área mais afastada do centro comercial de moda da cidade. Somente em 1858, quase 10 anos após deixar a casa de Mme. Lacarrièr, Mme. Julie Giraud conseguiu retornar à Rua do Ouvidor (Correio Mercantil, n. 264, 1858, p. 3). Contudo, a sua permanência nesse centro da moda foi breve e, no ano seguinte, ela se encontrava na Rua da Vala, nº 55 (Correio Mercantil, n. 96, 1859, p. 3).

A Rua da Vala, hoje Rua Uruguaiana, era o oposto da Rua do Ouvidor: funcionava como uma espécie de vala, que escoava os dejetos da cidade; em contraponto e relativamente próxima, a Rua do Ouvidor era, como já vimos, modelo de luxo e civilização, com as grandes Casas de Moda. Na década seguinte, Mme. Giraud associou-se novamente a outra Casa de

12

Essa definição parte de uma feminilidade branca e desencontra as concepções de trabalho que as mulheres negras já estavam submetidas. Quando falamos em uma feminilidade branca diferenciamos de uma feminilidade negra considerando que destas sempre fora esperado uma força excessiva e capacidade para realizar trabalhos duros; enquanto o mesmo não acontecia com as mulheres brancas. GONZALEZ, Lélia. Por um feminismo afro-latino-americano: Ensaios, intervenções e diálogos. RIOS, Flávia; LIMA, Márcia (orgs.). 1^a ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2020. CARNEIRO, Sueli. Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. In: HOLANDA, Heloísa Buarque. Pensamento feminista: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

Moda, dessa vez, de Mme. Forain, na Praça da Constituição nº 13 e, assim, encerrou as suas atividades no Rio de Janeiro (*Diário do Rio de Janeiro*, n. 193, 1860, p. 4).

Como analisado, até 1849, Mme. Lacarrièr contou com o apoio de Mme. Giraud. Após a saída de Giraud, Lacarrièr contratou a costureira francesa Louise Frey, que desempenhou um papel significativo no empreendimento até 1854. Louise Frey imigrou para o Brasil em busca de uma oportunidade de melhoria de vida, seguindo o exemplo de outras imigrantes francesas (Menezes, 2024). Alinhando-se inicialmente a uma modista de sucesso, Frey decidiu, em 1855, desvincular-se de Lacarrièr e abrir a sua própria Casa, localizada na Rua dos Latoeiros, nº 78 (*Jornal do Commercio*, n. 132, 1856, p. 3).

Após cinco anos à frente de seu próprio negócio, Mme. Frey tornou-se uma das modistas oficiais da SS. MM. Imperatriz. Não sabemos se essa associação foi uma causa ou consequência, mas após o contato com a Imperatriz, Louise Frey mudou para a Rua do Ouvidor, nº 119 (*Courrier du Brésil*, n. 25, 1860, p. 6). A parceria com a Imperatriz simboliza o sucesso de seus negócios e reflete a estratégia inteligente de Frey, ao se associar a uma modista renomada, até estabelecer-se de forma independente na cidade, criando vínculos sólidos que lhe permitiram seguir sozinha a sua trajetória.

Dessa forma, foi criada a Casa de Moda de Mme. Lacarrièr, que estabeleceu conexões sociais com outras imigrantes francesas em busca de oportunidades de trabalho e reconhecimento, permitindo-lhes, posteriormente, abrir seus próprios negócios.¹³ Os dois exemplos analisados nesta pesquisa – Mme. Giraud e Mlle. Frey – revelam trajetórias que, embora apresentem semelhanças, também se diferenciam em alguns aspectos. A relação com Mme. Lacarrièr foi vantajosa para Mlle. Frey, contribuindo para o seu crescimento no mercado de moda, enquanto para Mme. Giraud, essa mesma relação não resultou no mesmo nível de sucesso.

Para ilustrar as relações formadas a partir desse empreendimento e do trabalho feminino, elaboramos a imagem da Figura 10, com base no modelo proposto por Pierre Bourdieu em *O costureiro e sua grife* (2008). Nesse estudo, ele apresenta um quadro que analisa as dinâmicas da Haute Couture parisiense, destacando os laços criados por grandes

13

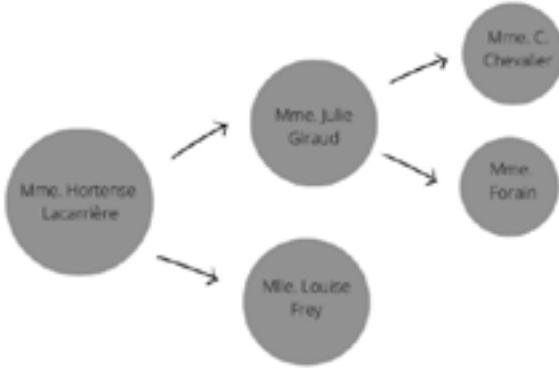
Embora a modista estivesse inserida em uma sociedade escravocrata e o mercado da moda frequentemente utilizasse mão de obra escravizada, não há dados específicos sobre a situação na Casa de Lacarrièr.

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

costureiros, como Christian Dior, com aqueles que trabalhavam para ele e, posteriormente, se desvinculavam de sua marca para fundar seus próprios negócios. Esse modelo permite entender de forma mais clara as conexões e trajetórias que se formavam no campo da moda na época, em Paris e no Brasil.

Figura 9 - Esquema sobre as relações estabelecidas entre Mme. Lacarrière, Mme. Giraud e Mlle. Frey.



Fonte: elaborado pela autora

No esquema apresentado na Figura 10, destacamos Mme. Lacarrière, já que as demais relações no campo da moda foram formadas a partir de seu estabelecimento. Sua Casa de Moda funcionou como um ponto central, promovendo conexões entre diversas modistas e colaboradoras, e serviu de base para o surgimento de novos negócios e trajetórias no setor. Assim, temos Mme. Giraud e Mlle. Frey ligadas a ela por setas distintas, já que as duas trabalharam para a mesma modista em épocas diferentes e, posteriormente, apresentando Mme. Giraud e o relacionamento que ela construiu com Mme. Chevalier e Mme. Forain, a fim de estabelecer-se com mais segurança na corte.

Este foi um dos muitos exemplos encontrados em nossa pesquisa, pertencente ao grupo de mulheres que, no século XIX, se destacaram no campo da moda. Por outro lado, existia um número considerável de trabalhadoras que permaneceram no anonimato, mas foram igualmente fundamentais para a estruturação e o mapeamento do mercado da moda.

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

Para essas mulheres, o esquecimento imposto por uma narrativa patriarcal foi ainda mais severo, sendo que, apenas por meio de uma análise minuciosa das fontes e o cruzamento de dados foi possível identificá-las — embora não pelo nome, mas sim, pelas configurações sociais que elas ocuparam e representaram. Na figura 10 é possível verificar, através do mapa da região central da cidade, a localização das trabalhadoras que tinham seus nomes referenciados nos anúncios e daquelas “desnomeadas” que, em contraponto, tinham seus negócios em regiões menos afamadas e centralizadas, demonstrando um afastamento do eixo central e a possibilidades de outros modelos de negócio.

Em 1831, por exemplo, uma “senhora estrangeira” oferecia seus serviços por meio de uma publicação do *Diário do Rio de Janeiro* (n.1000005, 1831, p. 3). Nele, a senhora afirmava “lavar, consertar e fazer toda a qualidade de chapéus de palinha tanto para Sras., como para homens, e especialmente para as senhoras modistas por um modico preço; na rua do Lavradio n. 24”. Nesse trecho, é possível notar que a senhora dita estrangeira não só produzia os chapéus de palha, como também dispunha a consertá-los e lavá-los, tal como o especialista empregado na loja de Mme. Lacarrière alguns anos depois.¹⁴ Ambos citavam que os chapéus eram tanto para o público feminino, como para o masculino, mas diferenciavam-se na referência aos chapéus parisienses, que a senhora estrangeira – provavelmente não francesa – não mencionava. Apesar de não citarem valores, podemos inferir que o trabalho da loja de Lacarrière, em um estabelecimento situado na rua do Ouvidor e a referência à Paris, seria mais custoso do que o da senhora que estava na rua do Lavradio.

O trabalho da “senhora estrangeira”, entretanto, apresentava diferenças significativas, além do ponto mencionado anteriormente. Essa trabalhadora enfatizava que vendia diretamente para as senhoras modistas, destacando ainda a possibilidade de oferecer um “módico preço”. Essa estratégia aponta para uma nova dinâmica de comercialização no campo da moda: a venda direcionada a outras modistas, em vez do atendimento direto ao público consumidor. Esse dado sugere a possibilidade dessa senhora ter produzido artefatos destinados à comercialização pelas renomadas modistas da Rua do Ouvidor, e não, necessariamente, criados por elas. Tal

13

Não é possível afirmarmos se a modista era mesmo estrangeira ou se apenas utilizou esse marcador como forma de se destacar das modistas e costureiras brasileiras. Sendo considerada estrangeira ela poderia, de certa forma, alcançar as afamadas modistas da Rua do Ouvidor.

NAVA

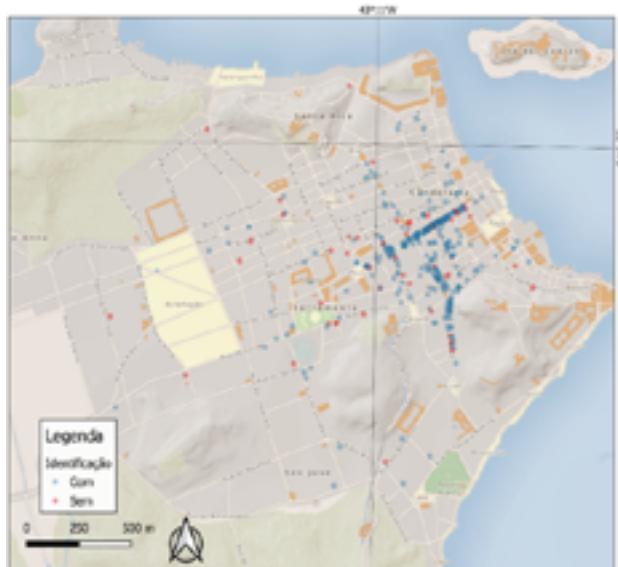
Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

prática revela um trabalho realizado por mulheres de classes sociais mais baixas, muitas vezes, em condições invisibilizadas e “por trás dos panos”.

Por sua vez, já no decênio seguinte, uma costureira anunciava seus serviços na Rua do Sabão nº 299, onde encontra-se hoje uma parte da Avenida Presidente Vargas. A costureira validava seus feitos, afirmando que havia trabalhado na Casa de uma das melhores modistas da corte e, por isso, seus futuros clientes poderiam confiar nos produtos e trabalhos oferecidos (Diário do Rio de Janeiro, n. 109, 1840, p. 4). Essa retórica era comumente empregada pelas mulheres que atuavam no campo da moda, servindo como uma estratégia para reafirmar a qualidade de seus trabalhos, ao associarem as suas competências às renomadas lojas onde elas prestaram auxílio.

Figura 10 - Mapa das localizações anunciadas com e sem identificação nominal entre 1816 e 1859.



Fonte: elaborado pela autora, a partir de ImagineRio. Disponível em: <https://www.imaginerio.org/pt/map>.

Nos casos mencionados, observa-se que as mulheres empregaram estratégias para continuar oferecendo seus produtos e serviços em um campo que, embora estivesse em constante expansão, apresentava uma concorrência também crescente. Essas trabalhadoras, frequentemente, enfrentavam jornadas duplas ou

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

triplas, dividindo-se entre diferentes atividades para sustentar o seu trabalho e a sua permanência na cidade. Pode-se imaginar, por exemplo, que algumas delas recorreriam à Rua da Imperatriz para adquirir chapéus com pequenos defeitos que, posteriormente, eram consertados e revendidos como novos, evidenciando a sua criatividade e resiliência, diante das adversidades do mercado.

Às modistas, pechincha – Vendem-se, muito em conta, cinco dúzias de chapéus de senhora, há pouco chegados de Paris, alguns com pequena avaria, que é fácil remediar nas mãos de qualquer senhora modista: trata-se na r. da Imperatriz nº125, 2 andar, até 10 12 hrs da manhã (Jornal do Commercio, n. 27, 1847, p. 4).

Conclusão

Por meio da conceitualização do “mapa da moda”, produzido a partir da ferramenta *Qgis*, percebemos a expansão do mercado da moda na cidade do Rio de Janeiro e a presença de mulheres trabalhadoras nesse campo. Visto como algo estritamente feminino, a moda foi um espaço encontrado por muitas mulheres para trabalharem e conseguirem viver e sobreviver. É preciso, ainda, destacar que o campo da moda era, assim como tantos outros no Oitocentos, racializado e restrito.

Este artigo teve como objetivo analisar o crescimento exponencial do mercado da moda no século XIX, abordando as suas dimensões sociais, econômicas e geográficas. Observou-se que as mulheres buscaram e encontraram maneiras de se estabelecerem e garantirem a sua permanência na cidade por meio de seus próprios esforços e atividades laborais, demonstrando resiliência e criatividade, em um contexto de intensas transformações e desafios. Assim, formava-se um ciclo potente e representativo da força das mulheres trabalhadoras no Oitocentos.

A partir do uso do *Qgis*, foi possível identificar as relações geográficas que, por sua vez, permitiram a análise das dinâmicas sociais, econômicas e culturais, construídas pelas mulheres trabalhadoras. De forma complementar, a aplicação da metodologia prosopográfica possibilitou um detalhamento das semelhanças e especificidades dessas relações. Em todos os casos — seja como modistas renomadas ou costureiras —, as mulheres demonstraram protagonismo em suas trajetórias, delineando seus

NAVA

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres
trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

movimentos a partir de seus interesses e objetivos pessoais, reafirmando as suas agências, em um contexto historicamente desafiador. A pluralidade das mulheres que atuavam nesse campo demonstra a sua amplitude e as possibilidades que permitiram a elas, solteiras, casadas, viúvas, com filhos ou sem eles, conquistarem autonomia financeira.

Este artigo é uma fração do potencial ainda não totalmente explorado na historiografia das mulheres e da moda. Silvana Barbosa (2020) sugere que se deve adotar uma abordagem mais detalhada ao analisar fontes e bibliografias, reconhecendo a importância de enfatizar os sujeitos em nossas pesquisas. No contexto deste estudo, as mulheres, além de estarem presentes, desempenharam um papel fundamental no desenvolvimento do campo da moda, que influenciava tanto a economia quanto a geografia da cidade, no período recortado.

Referências

Fontes Manuscritas

A.N.R.J. Fundo de Polícia da Corte. Acessado 10 de fev. 2022.

A.N.R.J. Fundo Luís Gastão D'Escragnolle Dória. Acessado 07 de fev. 2022.

Fontes Impressas

A MULHER DO SIMPLÍCIO OU FLUMINENSE EXALTADA. Rio de Janeiro: Tipografia de Tomaz D. Her e C, 1832-1846.

CORREIO DAS MODAS: Jornal Crítico e Literário das Modas, Bailes, Teatros etc. Tipografia de Eduardo e Henrique Laemmert, 1839-1840.

O DESPERTADOR. Rio de Janeiro: Tipografia da Associação do Despertador, 1838-1841.

DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO. Rio de Janeiro: Tipografia Real, 1821-1878.

ESPELHO DIAMANTINO: Periódico de Política, Literatura, Belas Artes, Teatro e modas. Rio de Janeiro. Tipografia de P. Plancher – Seignot, 1827-1828.

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres
trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Tipografia do Jornal do Commercio, 1827-2013.

Bibliografia

BARBOSA, Silvana Mota. Da história política a uma história social da política: uma definição. In: BARATA, Alexandre Mansur; SÁ, Luiz César de; BARBOSA, Silvana Mota. Cruzando Fronteiras: histórias no longo século XIX. 1º ed. Rio de Janeiro: Gramma Livraria e Editora, 2020, p. 7-32.

BOURDIEU, Pierre. O Costureiro e sua Grife: contribuição para uma teoria da magia. In: A Produção da Crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Tradução: Guilherme J. de Freitas Teixeira & Maria da Graça Jacintho Setton. Porto Alegre: Zouk, 2008, p. 113-190.

CRANE, Diana. A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

DEBOM, Paulo; SILVA, Camila Borges; MONTELEONE, Joana (orgs). A história na moda, a moda na história. São Paulo: Alameda, 2019.

GOEBEL, Felipe. O alvorecer do sistema da moda no reinado de Luís XVI e Maria Antonieta: novos atores sociais e novos estilos. Dissertação (mestrado em História Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Programa de Pós-graduação em História Social, 2019.

HENZ, Flávio M. Como se escolhem os escolhidos?: nota metodológica sobre a definição do grupo-alvo em prosopografia. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol 37, nº 81, e20240110, 2024.

LERNER, Gerda. A criação da consciência feminista: A luta de 1200 anos das mulheres para libertar suas mentes do pensamento patriarcal. Trad. Luiza Sellera. São Paulo: Editora Cultrix, 2022.

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

MACEDO, Joaquim Manuel. Memórias da rua do Ouvidor. São Paulo: Saraiva, 1963.

Mapa do mercado da moda fluminense: histórias de mulheres
trabalhadoras (1830-1840)
Laura Junqueira de Mello Reis

Artigos

MENEZES, Lená Medeiros. Francesas no Rio Imperial: A ‘França Antártica’ no feminino plural. Rio de Janeiro: Editora Ayran, 2024.

MIRANDA, Karoline Nascimento. Mulher negra, trabalho e resistência: Escravizadas, libertas e profissões no século XIX. *Epígrafe*, 7(7), 83-96, 2019.

MONTELEONE, Joana. Costureiras, mucamas, lavadeiras e vendedoras: O trabalho feminino no século XIX e o cuidado com as roupas (Rio de Janeiro, 1850-1920). *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 27, n. 1, e48913, 2019.

NASCIMENTO, Beatriz; RATTS, Alex (orgs). Uma história feita por mãos negras: relações raciais, quilombos e movimentos. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.

_____. A mulher negra no mercado de trabalho. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (org). Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019, p. 259-263.

PELLEGRIN Nicole. Les vertus de “l’ouvrage” : Recherches sur la féminisation des travaux d'aiguille (XVIIe-XVIIIe siècles). *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 46 (4), 1999, p. 747-769.

REIS, Laura Junqueira de Mello. Modistas francesas de civilizadas a luxuosas exacerbadas: como processos políticos modificaram a forma de perceber as imigrantes (1815-1832). *Revista do arquivo geral da cidade do rio de janeiro*, v. 21, 2022, p. 171-194.

REIS, Laura Junqueira de Mello. Tecendo modas, costuras e histórias: modistas na primeira metade do XIX no Rio de Janeiro. 2024. 309 f. Tese (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

SANTOS, Saionara Bonfim; VIEIRA, Cristina Maria Coimbra; CAVALCANTI, Vanessa Ribeiro Simon. A relevância social e política da história das Mulheres no brasil. *Cad. Cedes*, Campinas, v. 44, n. 122, p.6-16, Jan.- Abr., 2022.

SOUZA, Gilda de Mello e. O espírito das roupas: a moda no século XIX. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.