

MODA E LITERATURA: O CASO DA REVISTA *A ESTAÇÃO*¹

Ana Cláudia Suriani da Silva

Ana Cláudia Suriani da Silva é doutora em Letras Modernas, mestre em Literatura Européia pela Universidade de Oxford. Ensina literatura brasileira e língua portuguesa na Universidade de Birmingham. <a.c.surianidasilva@bham.ac.uk>

RESUMO

Este artigo reconstrói a história de *Die Modenwelt*, da editora Lipperheide, uma revista de moda com sede em Berlim que reproduzia as mesmas ilustrações, legendas, editoriais e moldes em treze línguas européias diferentes: uma das primeiras revistas – se não a primeira – verdadeiramente internacional, que contribuiu para a uniformização da imprensa feminina. *Die Modenwelt* começou a circular na Alemanha em 1865, e no Brasil, com o nome de *A Estação*, em 1879. Era editada por Lombaerts e contava com a colaboração de grandes escritores brasileiros, entre eles, Machado de Assis, Artur Azevedo e Júlia Lopes de Almeida. O artigo sugere que a editora foi bem sucedida porque, em primeiro lugar, já havia na época um público internacional para moda européia, sobretudo francesa, que aspirava aos mesmos sinais exteriores de status, e, em segundo, porque conseguiu criar um produto global que atendia ao mesmo tempo às especificidades do mercados locais, a partir da publicação de um suplemento literário para o qual escreviam autores nacionais.

Palavras-chaves: Lipperheide, Lombaerts, internacionalização da imprensa, revistas de moda, *A Estação*, Machado de Assis, Artur Azevedo, Júlia Lopes de Almeida

O livro *Zum fünfundzwanzigjährigen Bestehen der Modenwelt 1865-1890*² é uma fonte muito rica para os historiadores do livro. Como o próprio título indica, trata-se da edição comemorativa dos 25 anos de existência da revista ilustrada alemã *Die Modenwelt. Illustrierte Zeitung für Toilette und Handarbeiten*³, publicada por Franz Lipperheide, em Berlim. O caso da editora de Lipperheide talvez não tenha sido muito diferente da maior parte dos editores no mundo, os quais, explica Robert Darnton, “*treat[ed] their archives as garbage*”.⁴ De fato, não se sabe com certeza se a destruição dos arquivos coincide com o fim da carreira editorial de Lipperheide, que vendeu a editora no início do século XX, ou com a Segunda Guerra Mundial. A sede da editora se situava no centro de Berlim, na Potsdamer Strasse, rua que foi parcialmente destruída durante a guerra. A fachada de uma das casas que a editora ocupou ainda existe até hoje, com o seu interior totalmente restaurado.

Em qualquer um dos dois casos, os arquivos de Lipperheide aparentemente não sobreviveram. Hoje em dia, a Kostümbibliothek de Berlim detém a coleção particular de Franz e Frieda Lipperheide, composta pelos livros, pinturas, gravuras, desenhos e fotografias adquiridos pelo casal com os lucros da editora.⁵

A perda dos arquivos certamente dificulta a pesquisa, porém não impossibilita a reconstituição parcial da história da editora. A companhia Lipperheide combinava a produção de periódicos centralizada em Berlim com uma série de colaborações com outras editoras na Europa e Américas. Seu objetivo era a divulgação da moda parisiense e de bens de consumo europeus pelo ocidente. Para estudarmos a dimensão exata desse empreendimento multinacional, teríamos então que realizar

pesquisas em vários arquivos da Europa, América Latina e Estados Unidos, em busca do que sobreviveu dos vinte periódicos diferentes ligados a *Die Modenwelt*, publicados ao todo em treze línguas diferentes, entre eles *A Estação. Jornal Ilustrado para a Família*, da editora Lombaerts, que circulou no Brasil entre 1879 e 1904.

Esse trabalho ganharia muito com a investigação da natureza das relações comerciais existentes entre Lipperheide e os editores das diferentes versões de *Die Modenwelt*, a partir dos contratos, da correspondência comercial trocada entre os editores locais e a matriz alemã. Do lado brasileiro, a pesquisa ainda está por ser feita. Hallewell afirma que a editora Lombaerts foi comprada por Francisco Alves e que o seu prédio, na rua dos Ourives, 17, foi demolido em 1904 para dar abertura à atual Avenida Rio Branco.⁶ Será que os arquivos da editora Lombaerts também se perderam nas obras de modernização da cidade do Rio de Janeiro?

O presente artigo não pretende abranger todas as edições da revista, nas treze línguas em que ela circulou, embora um dos meus objetivos seja entender como Lipperheide negociava com as outras editoras ou tipografias nos outros países.

Fundada em outubro de 1865, o objetivo da revista *Die Modenwelt* era ensinar às donas-de-casas como fabricar vestimentas para toda a família, bordar e decorar suas casas. No começo *Die Modenwelt* era essencialmente um jornal de modas, com seis páginas ricamente ilustradas. A página do frontispício trazia uma grande gravura de duas senhoras bem vestidas, que também poderiam vir acompanhadas de crianças. No fundo a paisagem era de um parque, de um lago, do interior de uma casa ou ainda de um salão festivo. Conforme a posição em que as senhoras eram desenhadas – sempre de pé, mas ora de perfil, de costas ou de frente, o ilustrador explorava os detalhes da gola ou do decote, das mangas ou da calda do vestido. O editorial de moda ocupava as duas colunas exteriores da primeira página e versava

sobre as tendências da indumentária da família na alternância das estações europeias. Além do mais, uma vez que o interesse do maior contingente de leitores – esposas e filhas – concentrava-se predominantemente na educação familiar, *Die Modenwelt* era também um jornal de princípios, enfatizando, sobretudo, os valores morais da família. Em tom de conversa, a redatora Frieda Lipperheide também poderia trazer lições sobre a etiqueta de mesa e de salão. A palavra de ordem era a elegância discreta e sem extravagância:

Não cabe à moda particularizar; cada mulher precisa escolher no meio da grande variedade disponível aquilo que é adequado às suas circunstâncias, à sua idade, à sua personalidade; com verdadeiro tato feminino ela precisa evitar o exagerado e impertinente; com bom-gosto na forma, cor e tecido ela precisa distinguir o justo e conveniente e saber vestir-se de maneira correta.⁷

As páginas internas da revista traziam mais gravuras. A descrição de Marlyse Meyer para essa parte da revista brasileira *A Estação* se aplica muito bem a *Die Modenwelt*, uma vez que os dois periódicos, como veremos com detalhe mais adiante, eram produzidos a partir da mesma matriz editorial. A grande variedade de artigos na citação abaixo nos mostra que não somente a vestimenta se submetia às mudanças periódicas, mas também os objetos de ornamentação em geral:

vestidos, chapéus, toucas, mantéis, roupa de baixo, aventais de luxo, pelissas, saias, corpetes etc. etc. em matéria de indumentária feminina; e mais, peças de decoração, trabalhos de agulha, tamboretas, cache-

*pots, móveis diversos – todas as ilustrações com legendas explicativas externas, remetendo ao molde mensal, que também vem à parte.*⁸

Na verdade, a ideia de publicar um periódico de modas parisienses não era na época nenhuma novidade. A autoridade cultural de Paris no comércio da moda já havia sido reconhecida muito anteriormente.⁹ Na Alemanha, por exemplo, antes de *Die Modenwelt*, circulava a *Pariser Damenkleider-Magazin*¹⁰, de Stuttgart. No Brasil, o *Correio das Modas*, com ilustrações e moldes impressos em Paris, era publicado pela editora Laemmert, desde 1840. O que parece ter sido novidade no empreendimento editorial de Lipperheide foi a criação de um formato padrão para a publicação de revistas de modas de circulação multinacional nas diversas línguas européias existentes. Como as revistas anteriores, *Die Modenwelt* propunha e defendia uma moda internacional de orientação francesa. Parece-me, no entanto, que o periódico de Lipperheide foi o primeiro a alcançar leitores em um número maior de países diferentes, tirando além do mais a supremacia do francês como língua mediadora.

O interesse de Lipperheide em expandir seus negócios por toda Europa e do outro lado do Atlântico poderia representar, em parte, uma necessidade econômica, já que o custo da produção de um jornal ilustrado era provavelmente muito alto. Afinal, de acordo com Robert Gross,

the trouble started with Gutenberg. His ingenious invention, with its interchangeable parts, was the model of the modern machine, costly to build, inexpensive to operate, demanding large scales to compensate for the heavy capital investment. In the relentless quest for market,

*succeeding generations of publishers pushed the dynamic logic of mass production to its limits.*¹¹

O projeto de Lipperheide de criar um periódico de moda multinacional se concretizou através do que podemos chamar de associações com outros periódicos já existentes: “Antes mesmo do lançamento do primeiro número, conexões foram estabelecidas com editores estrangeiros, de forma que *Die Modenwelt* pôde aparecer desde o começo em três línguas”¹². Os dois outros jornais eram o francês *L’Illustrateur des Dames*, de Paris, e o inglês *The Young Ladies’ Journal*, de Londres. Até o final da década de 1880, o modelo jornalístico de *Die Modenwelt*, suas ilustrações e editorial de moda eram reproduzidos em 13 línguas diferentes.

Começamos a perceber que a criação de um periódico brasileiro nos moldes da publicação alemã se inseriu num projeto comercial mais amplo. Precisamos, então, determinar onde e como se davam a produção e a impressão das edições estrangeiras de *Die Modenwelt*. O próximo passo será a constituição de um panorama do conjunto das publicações que derivaram de *Die Modenwelt*. Posteriormente, poderemos enfim avaliar as opções feitas por Lombaerts para adequar seu produto às conjunturas sócio-culturais brasileiras.

Parece-nos que as diferentes edições estrangeiras de *Die Modenwelt* eram produzidas seguindo um dos três modelos comerciais que apresento a seguir. No primeiro caso, a editora Lipperheide traduzia, editava e imprimia o periódico estrangeiro, o qual era posteriormente enviado ao país de circulação. Esse parece ser o caso de *La Estación* e *The Season* (New York). No segundo modelo, as pranchas eram enviadas ao editor local, o qual se encarregava da paginação e da impressão da revista. Esse é o caso de *A Estação* e de *La Saison*, na maior parte do tempo.¹³ *The Young Ladies’ Journal* representaria o terceiro modelo. O periódico britânico

manteve um formato independente, mas partilhava muitas características com *Die Modenwelt*. Na revista semanal inglesa, como na revista hebdomadária alemã, encontramos artigos sobre a vestimenta, trabalhos de agulha, além de pranchas coloridas de modas.

Podemos concluir, a partir das informações contidas em *Zum fünfundzwanzigjährigen Bestehen der Modenwelt*, que Lipperheide concentrou em Berlim e Leipzig o pessoal encarregado da composição do jornal: redatores, tradutores, desenhistas. Em Berlim ou Leipzig eram talhadas as xilogravuras e litogravuras que iriam ilustrar tanto o caderno de modas como a folha de entretenimento, da qual tratarei posteriormente. Por sua vez, a revisão, impressão, distribuição na Alemanha ou envio dos periódicos para os demais países da Europa ou América aconteciam em Leipzig. A tipografia Otto Dürr era responsável pela impressão e K. F. Koehler pela embalagem e distribuição dos periódicos. Eram no total 398 empregados, entre redatores, diretores, desenhistas, coloristas, xilogravadores, bibliotecários, tradutores, revisores, tipógrafos, operadores de máquina, encadernadores, carregadores, distribuidores, bombeiros, dos quais 225 eram homens e 173 mulheres. Todo esse pessoal trabalhava para a produção de *Die Modenwelt* e *Illustrierte Frauen-Zeitung*, revista da qual tratarei mais adiante, seja em Berlim (99), Leipzig (283), Erfurt (1), Constança (6), Viena (4), Paris (3), Londres (1) e Roma (1).¹⁴

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

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 redacteurs, 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 manoeuvrer; quels efforts pour que ces travaux divers, séparés, confiés à des mains étrangères, forment un ensemble homogènes, un tout harmonieux, fondu, compact et correct, en un mot ce qu'on peut appeller: un journal! (La Saison, 1.10.1869)

Vemos, assim, que o casal Lipperheide estava explorando as novas possibilidades oferecidas pelo progresso dos meios de transporte e pelas inovações da indústria jornalística. Beneficiava-se, ao mesmo tempo, do desenvolvimento da malha ferroviária europeia e das linhas de vapor transatlânticas, da profissionalização da imprensa, do desenvolvimento da arte gráfica e das técnicas de impressão, para multiplicar o número de exemplares e ampliar o espaço geográfico de circulação do seu periódico.

O apêndice 1 contém a lista das edições estrangeiras de *Die Modenwelt*, seus editores e lugar de publicação. Os dados talvez não sejam muito precisos, porque refletem apenas um momento da produção: o ano de 1890. A maioria desses periódicos circulou durante um longo período. A respeito da revista brasileira, por exemplo, não é verdade que *A Estação* foi lançada em 1872. Na verdade, o periódico, que começou a circular no Brasil em 1872, foi a revista *La Saison. Edição para o Brasil*. Aparentemente, na revista *La Saison*, que circulava no Brasil, a

explicação das gravuras vinha ao mesmo tempo em francês e em português. É a informação que encontramos em um reclame publicado por Lombaerts em 2 de agosto de 1876 no jornal diário *O Globo*, no qual era anunciado o lançamento do número de 1 de julho de 1876.

Vale a pena dizer que, em 1876, pelo menos três periódicos diferentes disputavam o crescente mercado das revistas de modas no Rio de Janeiro. No mesmo jornal *O Globo*, encontramos anúncios ainda da *Gazeta Ilustrada dos Dous Mundos* e da *Ilustração da Moda*. O primeiro periódico seria, segundo o anúncio de 3 de agosto de 1876, uma nova publicação quinzenal de Londres, com conteúdo e ilustrações mais variados, entre os quais o assunto político, uma seção de literatura e belas artes, e figurinos de modas com gravuras provenientes de Paris e Londres. O preço da assinatura anual sairia por 20\$000, com valor promocional para os 5.000 primeiros assinantes: 15\$000.

A *Ilustração da Moda*, por sua vez, no anúncio de 9 de julho de 1876, proclama-se o único jornal de modas parisienses escrito em língua portuguesa, além de o melhor e mais barato:

O editor deste importantíssimo jornal, o melhor e mais barato até agora conhecido, tem a honra de participar para as Exmas. senhoras que já têm à sua disposição dos 1º ao 5º números, com lindos figurinos coloridos, muitas gravuras, folha de moldes e bordados, e artigos variados de literatura dos autores mais célebres, Littré, L. Figuiet e outros.

Em comparação com *La Saison*, *A Ilustração da Moda* era de fato um periódico

mais barato. O preço da assinatura anual de *La Saison* anunciado naquele reclame de 2 de agosto de 1876 é 12\$000 para a corte e 14\$000 para as províncias. Mesmo sendo uma folha mais cara, *La Saison* não deixa, no entanto, de se apresentar como “o melhor e mais barato jornal de modas”. Em reclame posterior, Lombaerts muda, no entanto, de estratégia. Ele não volta a afirmar que *La Saison* era o jornal de modas parisienses mais barato da corte. Ao invés disso, o editor enfatiza a superioridade da revista, deixando subentendido que aí o leitor encontraria a melhor relação entre custo e benefício. A assinatura era, de fato, mais cara, porém *La Saison* apresentava maior fartura e variedade de gravuras:

A superioridade incontestável da Saison está hoje provada. Nenhuma outra folha de modas, guardadas as proporções de preço, é tão variada, rica e barata. Nenhuma, ainda mesmo as que são hebdomedárias, chegam a perfazer no fim de um ano o total de 2.000 gravuras de modas em fumo, 24 lâminas representando cerca de 100 toilettes cuidadosamente coloridos, mais de 400 moldes em tamanho natural e um sem número de explicações para fazer por si, não somente tudo quanto diz respeito ao vestuário de senhoras e crianças, como também todos esses artigos de fantasia e gosto que enfeitam e dão graça a uma casa de família”. (O Globo, 10.9.1876)

A Estação começou a ser publicada em janeiro de 1879. Não é de se estranhar que Lombaerts considerasse a nova revista impressa em sua própria oficina como a continuação, em língua portuguesa, de *La Saison*, periódico que ele próprio vinha comercializando há sete anos. O que importava para Lombaerts era o primeiro ano de circulação no Brasil de *La Saison*, porque esses dois periódicos faziam parte do

mesmo empreendimento multinacional. Além do mais, ao estabelecer a conexão entre *La Saison* e *A Estação*, Lombaerts estava se valendo de uma estratégia comercial. Ele transferia o público cativo de um periódico para outro. Lombaerts não revelou de início a verdadeira filiação da sua revista, ou seja, a um empreendimento multinacional de origem alemã. Assim, seus leitores acreditariam que tinham, diante de si, uma revista francesa autêntica. Somente quando *A Estação* foi acusada de ser uma publicação falsa, por apresentar moda francesa produzida entre Leipzig e Berlim, é que Lombaerts revelou aos seus leitores a complexidade desse empreendimento editorial:

“A Estação, dizem, é um jornal alemão, e vós que julgais, seguindo os seus conselhos, trajar segundo os preceitos da Capital universal da moda, que é Paris, enganai-vos redondamente porquanto vestis apenas trajes ideados em Berlim”.

Para tal argumentação baseam-se os detractores da Estação no fato de serem algumas das edições em diversos idiomas deste jornal impressas, em Leipzig.

O tronco da organização de que A Estação é um dos ramos está na verdade plantado em Berlim. Aí publica-se Die Modenwelt, jornal de modas que hoje, só sob este título tem edição maior do que a de todos jornais de modas publicados em Paris reunidos.

Aí redigida, aí são gravados os desenhos, aí é impressa e aí é traduzida em alguns dos quatorze¹⁵ idiomas para dar a luz a vinte publicações diferentes, cujo elemento artístico é o mesmo. (A Estação, 15.1.1885)¹⁶

Dessa data em diante, em pelo menos duas ocasiões, os editores revelam aos assinantes que outras edições de *A Estação* encontravam-se à venda no Rio de Janeiro:

Recreio – Existe A Estação em idioma holandês, o preço de assinatura é o mesmo em qualquer dos 14 idiomas em que se publica. (A Estação, 31.3.1888)

Sorocaba – A Estação existe em francês, inglês, alemão, italiano, espanhol, português, holandês, dinamarquês, russo, sueco, boêmio, polaco, croato, húngaro e eslavo. Temos coleções de números iguais em todos esses idiomas que podem ser vistos em nosso escritório, bem como fornecemos assinatura a quem o deseje do jornal em qualquer desses idiomas. (A Estação, 31.7.1888)

A França era, certamente, o país que ditava as regras de etiqueta e que lançava a moda na qual *Die Modenwelt* se inspirava para a produção das suas gravuras. Entretanto, os assinantes de *La Saison* não eram os primeiros a folhearem as novidades parisienses. O tempo hábil para a tradução, composição e impressão do periódico francês a partir de *Die Modenwelt* era de aproximadamente um mês. É o que pude verificar da comparação entre os números de 1869 das duas revistas. O número da revista francesa, de 1.11.1869, reproduz a mesma disposição da página, as mesmas gravuras (acompanhadas das descrições explicativas) do número de *Die Modenwelt* de 1.10.1869. Os artigos de fundo, no entanto, não são os mesmos. Em

La Saison, ele se chama *Chronique de la Mode* e é assinado por Mèlainie. Em *Die Modenwelt*, Frieda Lipperheide assina um artigo intitulado *Neue Moden*. A redatora francesa debruça-se sobre aspectos práticos da vestimenta, enquanto Frieda Lipperheide trata de aspectos da moda em geral.

Além do mais, pude verificar que, mesmo a impressão de *La Saison*, nem sempre se deu na França. Os números de 1869 eram impressos em Leipzig, por Jules Klinhardt, Impr. Neste mesmo ano, *Die Modenwelt* era impressa por A/U Edelman, também em Leipzig. Durante o ano de 1872 até 1.12.1872, a impressão de *La Saison* era feita em Bruxelas, por A. N. Lebègue e Cie. A partir de 16.12.1872, volta a se dar em Leipzig, mas, dessa vez, na tipografia A. Edelman. Aparentemente, existia mais de uma edição de *La Saison* destinada à circulação em países diferentes: na Alemanha, de impressão em Leipzig por Otto Dürr; na Bélgica; e, finalmente, na França, impressa por J. Lébegue em Paris. É o que podemos constatar a partir da consulta dos números de 1890.

Foge aos objetivos deste estudo acompanhar a história da impressão dessas diversas revistas. Ao apresentar algumas variações ocorridas com a passagem do tempo na sua produção, meu intuito foi mostrar que, interligadas, *Die Modenwelt* e suas edições estrangeiras funcionavam como uma grande engrenagem. Se aos nossos olhos, seu funcionamento parece ultrapassado, diante da alta velocidade que notícias e imagens circulam hoje na internet, para seus contemporâneos, no entanto, era complexo e representava novidade naquele período específico.

Espero ter demonstrado que *A Estação* deve ser vista como uma peça a mais dentro dessa grande engrenagem, que, com outros periódicos europeus, como a *Revue des Deux Mondes*, colaborou para a universalização dos valores culturais europeus. Como escreve Friedrich Melford:

*Die Modenwelt, onde quer que a cultura européia estenda as suas mãos brancas. Sob o sol quente equatorial ou lá onde o inverno eterno domina, é sempre a mesma folha, com o mesmo conteúdo, as mesmas imagens, sem nenhuma seleção particular ou exclusão, anunciando em 13 línguas o que a moda cria de novo e o que a arte do trabalho manual feminino tem a ensinar, seja uma criação do nosso tempo ou algo retirado de velhos baús.*¹⁷

Quando folheamos, hoje dia, as grandes revistas destinadas ao público feminino, como a *Vogue* e *Marie Claire*, ou mesmo uma revista informativa hebdomadária, como *A Época*, vivenciamos a mesma experiência dos leitores de *Die Modenwelt*, pois tais revistas, nossas contemporâneas, circulando em línguas diferentes em mais de um país, seguem, como as publicações derivadas de *Die Modenwelt*, um mesmo conceito e padrão editoriais.

Ao inculir uma atmosfera transnacional no periódico, os editores tinham em vista não só os leitores, mas também os anunciantes. Um exemplo concreto é a tentativa da revista britânica de criar um ambiente internacional nas notas direcionadas aos anunciantes. Os editores de *The Young Ladies' Journal* alegavam que a revista circulava por todo o mundo e era lida por aproximadamente meio milhão de membros de famílias, constituindo, assim, “*a most grand medium for advertisers*”.¹⁸ Apesar de podermos considerar esses números apenas como a expressão da ambição dos editores, eles representam o volume de leitores que a revista esperava alcançar. Encontramos na revista brasileira as mesmas aspirações. Naquele editorial de 15 de janeiro de 1885, vimos que Lombaerts revela a complexidade cultural e econômica da produção do seu periódico e enfatiza o caráter internacional de sua circulação. Lombaerts reivindica a mesma tiragem de 500.000 exemplares para o conjunto das revistas associadas a *Die Modenwelt*, assegurando

aos leitores e anunciantes brasileiros uma alta escala de circulação do periódico.

O que é mais interessante tanto na nota do jornal inglês direcionada aos anunciantes quanto nesse editorial da revista brasileira é a confirmação de que o projeto de *Die Modenwelt*, orientado pela autoridade cultural francesa, reunia leitores de diferentes países em uma mesma audiência global, a qual aspiraria aos mesmos sinais externos de prosperidade e bem-estar. O que dava forma a essa audiência global que a revista alega alcançar era o cultivo dos mesmos valores culturais europeus, tomados como universais. Porém, até que ponto podemos comparar, entre si, as audiências de cada periódico na sua circulação nacional? Mesmo que compartilhassem as mesmas aspirações de consumo, será que os leitores assumiam o mesmo escopo social em cada país?

Braithwaite acredita que a nova onda na Inglaterra, na segunda metade do século XIX, de periódicos femininos com receitas, moldes¹⁹ e explicações de costura e dicas de economia do lar liga-se à inserção da mulher no mercado de trabalho:

The growth of industrialization brought new opportunities to thousands

of young women who deserted the traditional role of domestic service and found clerical jobs and work in the bustling distribution and retail trades. The shortage of servants meant that the middle classes, in particular, were often confronted with their own domestic chores. This brought a demand for household hints and information, recipes, dressmaking tips and other domestic necessities.²⁰

Parece-me que *Die Modenwelt* foi criada para atender a esse mesmo mercado

crescente. Pelo menos na Alemanha, como constata Adelheid Rasche, *Die Modenwelt* “se endereçava a leitoras da classe média burguesa alemã, na qual a mulher era acima de tudo responsável pela decoração da casa e pela vestimenta da família.”²¹ Do lado brasileiro, quando Lombaerts publica o primeiro número de *A Estação*, encontramos no artigo de fundo a mesma promessa da revista alemã de proporcionar às leitoras os meios para ostentar um estilo de vida elegante, mas com economia:

Começa com este número o oitavo ano do nosso jornal... Acabamos de folhear a coleção completa dos números publicados sob o título La Saison, edição para o Brasil, e não é sem experimentarmos um intenso sentimento de satisfação que vimos as provas do pouco que temos feito, mas que muito foi, para atingirmos ao alvo que almejamos. Às nossas amáveis leitoras, aquelas principalmente que nos acompanham desde 1872 perguntaremos: cumprimos nós fielmente o nosso programa, auxiliando e aconselhando as senhoras mais econômicas, fornecendo-lhes os meios de reduzirem a sua despesa, sem diminuição alguma do grau de elegância a que as obrigava a respectiva posição na boa sociedade, inculcando ou fortificando-lhes o gosto para o trabalho e moralizando a família a que, por seu turno, saberão inculcar sentimentos iguais?... O jornal de modas brasileiro pois, que outrora seria uma impossibilidade, é possível hoje. A Estação será o primeiro jornal nesse gênero. (A Estação, 15.1.1879)

Não podemos nos esquecer que as revistas de moda, em geral, mesmo hoje em dia, promovem um desejo de ascensão social. Na verdade, as revistas de moda transformaram-se, desde o século XIX, num ótimo guia de camuflagem, uma vez

que propagam os preceitos da moda – lançada normalmente por um grupo de prestígio – pelas camadas inferiores da sociedade. Como observa Gilda de Mello e Souza, a sociedade do século XIX não opõe mais barreiras intransponíveis, nem mesmo entre a burguesia e a nobreza. No século XIX, a possibilidade de “comunicação entre os grupos substitui a antiga rigidez, ou melhor, a fixidez relativa da estrutura social, por uma constante mobilidade”.²² E a moda ocupa papel importantíssimo nesse jogo de aproximação entre as classes, pois segundo Souza, ela é

*um dos instrumentos mais poderosos de integração e desempenha uma função niveladora importante, ao permitir que o indivíduo se confunda com o grupo e desapareça num todo maior que lhe dá apoio e segurança. E como as modas vigentes são sempre as da classe dominante, o grupos mais próximos estão, a cada momento, identificando-se aos imediatamente superiores através da imitação da vestimenta.*²³

Não devemos, entretanto, tomar o artigo de fundo inaugural de *A Estação* ao pé da letra e concluirmos, apressadamente, que a revista brasileira se direcionava apenas aos setores médios da sociedade. Lombaerts parece ter sido mais ambicioso em relação ao público que queria alcançar, para inclusive adequar sua publicação às limitações do mercado editorial brasileiro, que não contava com uma classe média muito numerosa. Para isso, transformou sua publicação em uma revista mais variada, ainda de modas, mas, ao mesmo tempo, de alta literatura e belas artes. No rol de escritores que colaboravam para a revista, encontramos Machado de Assis,

autor já na época consagrado e que, por isso, trazia prestígio à revista. Outros colaboradores eram Artur Azevedo, Olavo Bilac, José Moraes e Silva, Lúcio de Mendonça, Raimundo Correa, Alberto de Oliveira, Valentim Magalhães, Guimarães Passos, Alfredo Leite, Maria Carolina Guerra Juca, Prisciliana Duarte, Maria Clara Vilhena da Cunha e Inês Sabino Pinho Maia e Júlia Lopes de Almeida.

As gravuras de belas artes vinham da Alemanha, da revista *Illustirte Frauen Zeitung*, também pertencente a Lipperheide. Essa revista, criada em 1874, era na verdade uma edição ampliada de *Die Modenwelt*, composta pelo mesmo conteúdo de moda, além de uma parte literária, intitulada “Ausgabe der *Modenwelt* mit Unterhaltungsblatt”²⁴. Lombaerts seguia, assim, o mesmo modelo da revista alemã, ao lançar um suplemento literário, que circulava com o caderno de modas importado e que trazia gravuras artísticas, em sua maioria alemãs, além de crônicas, textos informativos ou literários traduzidos ou mesmo da pena dos colaboradores brasileiros.

Na verdade, entre as diversas edições estrangeiras de *Die Modenwelt* que pude consultar, apenas *La Stagione* não possuía um suplemento literário. Pude, então, comparar o suplemento literário de *A Estação* com o de *Illustirte Frauen Zeitung*, *La Saison* e *La Estación*. Consultei ainda o período inglês *The Young Ladies' Journal*, o qual também publicava literatura e ilustrações, mas que mantinha um formato independente, como já foi observado anteriormente.

Da comparação do conteúdo literário e das ilustrações desses diferentes suplementos literários, pude perceber que Lombaerts foi o único editor que reforçou a ligação com a Alemanha, por meio da importação de material artístico também para essa parte da revista. Os suplementos literários de *La Saison* e *La Estación*, nos anos consultados, não apresentam ilustrações. E *The Young Ladies' Journal* contém gravuras produzidas localmente para ilustrar os fascículos dos romances populares de publicação hebdomadária. Em relação à qualidade literária das narrativas seriadas

em cada um desses periódicos, Lombaerts foi, além do mais, o único a publicar narrativas de um autor já consagrado pelos seus contemporâneos, cuja obra foi canonizada ainda em vida. Os outros periódicos publicavam, sobretudo, literatura popular. No inglês, por exemplo, encontramos romances da pena de Eliza Margareth J. Humphreys, Florence Marryat, Eliza Lynn Linton, Florence Warden and Gertrude Warden.

Verificamos, assim, a tendência de publicarem nos outros periódicos narrativas escritas por mulheres, que só recentemente têm recebido maior atenção dos críticos, como a própria Eliza Lynn Linton, e Helene Böhlau; esta colaboradora na *Illustrierte Frauen-Zeitung*.

A revista *A Estação* atraía, naturalmente, as mulheres casadas pertencentes à classe comercial ascendente, da qual a personagem Sofia, do romance *Quincas Borba*, talvez fosse o melhor exemplo literário. Para essas damas, a ostentação de beleza, cultura e estilo representavam sinais exteriores de prosperidade econômica. Isso porque, ainda segundo Souza,

O encanto feminino e a determinação masculina não se excluem mutuamente: na verdade, são parcelas que se somam na contabilidade astuciosa da ascensão. A graça de trazer o vestido, de exhibir no baile os braços e ombros, fazendo-os melhores “por meio de atitudes e gestos escolhidos”, é simétrica ao talento e ambição, exigidos pela carreira²⁵.

Por sua vez, para as jovens solteiras em busca de um casamento acima do seu nível social, a ostentação desses sinais exteriores de prosperidade era, muitas vezes, o caminho mais curto para a ascensão social. Tanto mulheres casadas quanto

solteiras não somente tinham que dominar o francês e saber tocar piano, como também tinham que se apresentar em sociedade de acordo com a última moda francesa.

Em nota bibliográfica a respeito do romance *A família Medeiros*, de Júlia de Lopes de Almeida, percebemos que, de fato, *A Estação* tomava como modelo as famílias mais “distintas” da sociedade fluminense. Valentim Magalhães, o autor da nota, deixa claro o público que a revista idealiza. Ele não se dirige, necessariamente, às leitoras da roda da elite, mas, antes, àquelas que, mesmo não pertencendo a esse grupo privilegiado, a ele tem acesso, como Sofia do início de *Quincas Borba*.²⁶ Dessa nota, também subentendemos que a fortuna adquirida ou a aristocracia de berço não são os únicos meios de obter distinção social. A distinção social se faz também pela educação e elegância, essas sim suscetíveis ao aprendizado:

Suas excelências contam, bem sei, entres as suas relações, as famílias mais distintas da sociedade fluminense, quer pela educação, quer pela elegância, quer pela fortuna. Não quis acrescentar pela aristocracia, porque tal distinção não se compadece com o igualitarismo do regime democrático que felizmente nos rege.

Mas podia fazê-lo, tomando o desterrado vocábulo na acepção de nata ou escol social.

Acostumadas, assim, ao trato com essas famílias que povoam os bairros caros e fazem a fortuna dos empresários de ópera lírica, porque delas fazem parte, venho, como procurador oficioso de D. Júlia Lopes de Almeida, pedir-lhes a gentileza de se relacionarem com a família Medeiros.

Oh! Não a procurem por Botafogo ou Laranjeiras.

Seria inútil: essa família é paulista e mora no interior do próspero e rico

estado de S. Paulo. (A Estação, 31.3.1893).

A *Estação* também poderia perfeitamente interessar as damas da classe abastada, porque a revista promovia os valores culturais prezados pela própria elite carioca, a qual buscava legitimação, identificando-se com a cultura tradicional e aristocrática européia.²⁷ Assim, para os membros da elite, *A Estação* expressava a fantasia de identificação cultural com a Europa. Para os setores médios, *A Estação* alimentava as aspirações de ascensão social ao patamar da elite.

Tentei mostrar como o projeto de *Die Modenwelt* constituiu uma rede de periódicos de orientação cultural francesa, com aspirações transnacionais.

Transcendendo as fronteiras nacionais, o conceito editorial de *Die Modenwelt* formava uma audiência que partilhava os mesmos desejos de consumo. Também, procurei delinear o público alvo, principalmente o das edições brasileira, alemã e inglesa da revista. Espero ter demonstrado que podemos aplicar ao estudo de periódicos uma das principais questões que Robert Darnton levanta a respeito da história dos livros em geral: os periódicos, assim como os livros, não respeitam os limites linguísticos, muito menos as fronteiras nacionais.²⁸

Vemos, assim, manifestar-se, já na segunda metade do século XIX, a tendência galopante da uniformização da imprensa que verificamos durante o desenrolar de todo o século XX. Como escreve Robert Gross:

The modern media shrank the globe, annihilating time and space. Millions read the same news, saw the same images, craved the same goods. Theirs was a standardized experience of mass culture, and if the content differed from nation to nation, the effects did not. Popular

*tastes, shaped by dominant media, transcended national boundaries.*²⁹

A *Estação* declarava-se uma publicação transnacional, pregando a disseminação da cultura européia. Ao mesmo tempo, outros periódicos brasileiros no período estavam publicando artigos, como os de autoria de Sílvio Romero e Joaquim Nabuco, alimentando o debate a respeito da criação de uma história e de uma literatura nacionais.³⁰ Assim, ao mesmo tempo em que os intelectuais brasileiros defendiam a independência política e literária do País, a produção de cultura material no Brasil e, mais especificamente, o seu comércio editorial se inseria num processo global, seguindo padrões estabelecidos na Europa.

Na verdade, estamos lidando aqui com duas esferas de interesses. De um lado, as motivações políticas defendiam a soberania da nação. De outro, as motivações comerciais intensificavam as ligações entre Europa e Brasil. Com periódicos, como: *A Estação*, os leitores brasileiros se beneficiavam de ilustrações de alta qualidade, as quais, se talhadas nas tipografias brasileiras, aumentariam o custo da produção. O Brasil, além do mais, já possuía uma longa experiência como produtor de matéria-prima para Portugal, França e Inglaterra, em troca de artigos europeus. O preço a pagar pelo cosmopolitismo foi dessa forma a intensificação da dependência cultural pela Europa, veiculada pela matéria impressa, artigos de luxo, por sua vez, transportados pelos vapores transatlânticos.

Mesmo assim, o formato de *A Estação*, com seu caderno de modas importado e suplemento literário de composição nacional, sofreu inflexão nacional. *A Estação* pôde alcançar a tiragem invejável de 10.000 exemplares³¹ e, portanto, circular por 25 anos, porque Lombaerts soube muito bem harmonizar a ideia do que era cosmopolita a que era local, mesmo que tenha colaborado no estreitamento da dependência cultural do Brasil em relação à Europa, naquele período.

NOTAS

1. Uma versão em inglês deste artigo foi publicadaa em Books without Borders, v. 1, The Cross-National Dimension in Print Culture, organizado por Robert Fraser e Mary Hammond, com o título: "From Germany to Brazil: The History of the Fashion Magazine A Estação, an International Enterprise", Londres, Palgrave/Macmillan, 2008, pp. 67-87.
2. A tradução do título em português é "Vinte e cinco anos de existência de *O mundo da moda*", Leipzig, Otto Dürr, 1890.
3. Em português, lê-se: "O mundo da Moda. Jornal Ilustrado para a Toilette e Trabalhos Manuais".
4. Robert Darnton, "What is the History of Books?", In: *The Kiss of Lamourette*, London, Faber and Faber, 1990, p 127.
5. Essa coleção foi doada à cidade de Berlim antes mesmo da morte do casal: Franz Joseph Lipperheide (1838-1906), Wilhelmine Amalie Friederike Lipperheide (1840-1896).
6. Laurence Hallewell, *Books in Brazil: a History of the Publishing Trade*, London, The Scarecrow Press, 1982, pp. 113 e 153.
7. "Die Mode ist nicht verantwortlich für Das, was die Einzelne thut; jede Frau muß aus der Fülle des Vorhandenen wählen, was ihren Verhältnissen, ihrem Alter, ihrer Persönlichkeit angemessen ist; sie muß mit echt weiblichem Tact das Uebertriebene, das Ungehörige zu vermeiden, mit Geschmack in Form, Farbe und Stoff das Richtige, das Passende herauszufinden und auf die richtige Weise anzuwenden wissen". (*Die Modenwelt*, 1.9.1870, citado por Adelheid Rasche, *Frieda Lipperheide, 1840-1896. Ein Leben für Textilkunst und Mode im 19. Jahrhundert*, Berlim: SMPK, p. 19. São minhas as traduções do alemão.
8. Marlyse Meyer, "Estações". In *Caminhos do imaginário no Brasil*, São Paulo, Edusp, 1993, p. 81.
9. Ver sobre o assunto Dulcilia Buitoni, *Mulher de papel*, São Paulo, Editora Loyola, 1981. No capítulo 2, "Origens da representação: século XIX", encontramos uma breve história da imprensa feminina e os nomes dos primeiros periódicos na Alemanha, Inglaterra, França e Brasil. Ver, também, Brian Braithwaite, *Women's Magazines*, London, Peter Owen, 1995, pp. 9-28; e, ainda, Evelyne Sullerot, *La Presse Féminine*, Paris, A. Colin, 1963, pp. 5-13.
10. Em português, lê-se: "Revista de roupas parisienses para senhoras".
11. Robert Gross, "Books, Nationalism, and History", *Papers of the Bibliographical Society of Canada* 36,2, 1998, p. 109.
12. *Zum fünfundzwanzigjährigen Bestehen der Modenwelt*, op. cit., pp. 5- 6.
13. Veremos, posteriormente, que os primeiros números de *La Saison* que foram impressos na Alemanha.
14. "Statistisches zur Herstellung der *Modenwelt*". In: *Zum fünfundzwanzigjährigen der Modenwelt*, op. cit., pp.47-49.

15. Em *Zum fünfundzwanzigjährigen der Modenwelt*, encontramos a informação de que *Die Modenwelt* era publicada em 13 línguas: alemão, inglês, holandês, dinamarquês, sueco, francês, italiano, espanhol, português, russo, polonês, checo e úngaro. Não pude esclarecer por que nesse editorial e em algumas notas da seção “Correspondência”, os editores de *A Estação* declaram que a sua revista era publicada em 14 ou mesmo 15 línguas diferentes.
16. Marlyse Meyer, quem primeiro verificou a conexão entre *A Estação* e *Die Modenwelt*, também cita esse artigo, e o registra como sendo publicado em 15. 12.1885. A data exata é 15.01.1885. Fica anotada, aqui, essa pequena correção (Marlyse Meyer, “Estações”, op. cit., p. 93).
17. “*Die Modenwelt*, überall wohin europäische Cultur ihre weissen Hände streckt. Unter der heissen Aequator-Sonne oder da, wo fast ewiger Winter herrscht, es ist stets dasselbe Blatt, mit demselben Inhalt, denselben Abbildungen, ohne irgend welche besondere Auswahl oder Weglassung, in dreizehn Sprachen verkündend, was die Mode Neues schafft und was in der Kunst der weiblichen Handarbeiten es zu lehren giebt, sei es eine Schöpfung unserer Zeit, sei es, was aus alten Truhen hervorgeholt wurde”. Friedrich Melford, “Die Modenwelt von 1865-1890. In: *Zum fünfundzwanzigjährigen der Modenwelt*, op. cit., p. 13.
18. *The Young Ladies’s Journal*, 1.10.1890, p. 254.
19. De acordo com Sullerot, o molde de papel apareceu primeiro na França, no periódico *Souvenir* (1849-1855), e se chamava “*modes vrais, travail en famille*” (Sullerot, op.cit., p. 7). Na Inglaterra, Braithwaite atribui a invenção do molde de papel, assim como da revista popular, a Samuel Beeton, que começou a publicar *The Englishwoman’s Domestic Magazine*, em 1852. (Braithwaite, op. cit., p. 12).
20. Brian Braithwaite, *Women’s Magazines*, op. cit., p. 14.
21. Adelheid Rasche, op. cit., pp. 17- 19.
22. Gilda de Mello e Souza, *O espírito das roupas: a moda no século XIX*, São Paulo, Companhia das Letras, 1987, p. 112.
23. Gilda de Mello e Souza, op. cit., p. 130.
24. Em português, lê-se: “Edição da *Modenwelt* com Caderno de Entretenimento”.
25. Gilda de Mello e Souza, op. cit., p. 83.
26. Vale a pena anotar, aqui, que a primeira versão de *Quincas Borba* foi publicada de forma seriada, na revista *A Estação*, de 15 de junho de 1886 a 15 de setembro de 1891.
27. Ver sobre o assunto Jeffrey Needell, *Belle époque tropical: sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século*, São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
28. Robert Darnton, “What is the History of Books?”, op. cit., p. 135.
29. Robert Gross, “Books, Nationalism, and History”, op. cit., p. 109.
30. Ver sobre o assunto Roberto Ventura, *Estilo Tropical. História cultural e polêmicas literárias no Brasil: 1870-1914*, São Paulo, Companhia das Letras, 1991.
31. Este é o número de assinatura reivindicado pelos editores em *A Estação*, 15 de março de 1882.

REFERÊNCIAS

FONTES PRIMÁRIAS

- A Estação*. Rio/Porto, 1879-1904. Rio de Janeiro National Library.
- La stagione*. Milan, 1892-1896. Lipperheide Art Library, Berlin.
- La saison*, Brussels, 1887-1891. National Swiss Library, Bern.
- La saison*, Paris, 1868-1873. Lipperheide Art Library, Berlin.
- Les Modes de la Saison*. Paris, 1881-1885. Lipperheide Art Library, Berlin.
- The Season*. London, 1884-1897. British Library.
- Young Ladies' Journal*. London, 1864-1920. British Library. Lipperheide Art Library, Berlin (1874-1890).
- Die Modenwelt*. Berlin, 1865-1904, 1924-1926, 1939. Lipperheide Art Library, Berlin.
- Illustrierte Frauen Zeitung*. Berlin, 1874-1911. Lipperheide Art Library, Berlin.
- Zum 25jährigen Bestehen der Modenwelt 1865-1890*. Berlin [Leipzig: Otto Dürr], 1890.

FONTES SECUNDÁRIAS

- Braithwaite, Brian. *Women's Magazines: the First 300 Years*. London: Peter Owen, 1995.
- Buitoni, Dulcília. *Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina*. São Paulo: Editora Loyola, 1981.
- Darnton, Robert. *The Kiss of Lamourette: Reflections in Cultural History* London: Faber and Faber, 1990.
- Dürr, Johannes Friedrich. *Zweihundertundfünfzig Jahre einer Leipzig Buchdruckerei und Buchhandlung*. Leipzig: Dürrische Buchhandlung, 1906.
- Gross, Robert. "Books, Nationalism, and History", *Papers of the Bibliographical Society of Canada*. Toronto: Bibliographical Society of Canada 36/2 (1998).
- Hallewell, Laurence. *Books in Brazil: a History of the Publishing Trade*. N.J. and London: The Scarecrow Press, 1982
- Machado de Assis. *Philosopher or Dog? (Quincas Borba)*, introduction by Louis de Bernières, translated from the Portuguese by Clotilde Wilson, London : Bloomsbury, 1997.
- Meyer, Marlyse. *Caminhos do imaginário no Brasil*. São Paulo: Edusp, 1993.

Needell, Jeffrey. *A Tropical Belle Epoque: Elite Culture and Society in Turn-of-the-century Rio de Janeiro*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

Rasche, Adelheid, ed. *Die Kultur der Kleider. Zum hundertjährigen Bestehen der Lipperheideschen Kostümbibliothek*. Berlin: SMPK, Kunstbibliothek, 1999.

Rasche, Adelheid. *Frieda Lipperheide (1840-1896). Ein Leben für Textil und Mode im 19. Jahrhundert*. Berlin: SMPK, Kunstbibliothek, 1999.

Souza, Gilda de Mello e. *O espírito das roupas: a moda no século dezenove*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

Sullerot, Evelyne. *La Presse Féminine*. Paris: A. Colin, 1963.

Ventura, Roberto. *Estilo tropical. História cultural e polêmicas literárias no Brasil: 1870-1914*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.
