



A EMPREITADA DE CAMILLE ADOLPHE GOUBAUD NA FORMAÇÃO DE UMA REDE DE IMPRESSOS DE MODA FRANCESA NO SÉCULO XIX

CAMILLE ADOLPHE GOUBAUD'S ENDEAVOR TO CREATE A FRENCH FASHION PRINTING NETWORK IN THE 19TH CENTURY

EVERTON VIEIRA BARBOSA¹

Resumo

Este artigo busca apresentar o papel do redator Camille Adolphe Goubaud na formação de uma rede de impressos de moda franceses no século XIX. Para isso, analisaremos as estratégias utilizadas na criação, gestão e distribuição nacional e internacional do impresso *Le Moniteur de la Mode*, e na compra ou junção de outras revistas para constituir um monopólio no segmento de publicações sobre vestimentas e acessórios. Consideramos que essa rede buscou universalizar a moda parisiense em outros países ao mesmo tempo que tentou atender aos diferentes gostos e interesses dos consumidores franceses, pois as revistas compradas e/ou anexadas por Goubaud continuaram a circular em solo francês. Assim, compreendemos que essa pesquisa permite um breve panorama inicial sobre a produção e difusão de um segmento de impressos ainda pouco estudado pela historiografia, além de contribuir na reflexão e discussão sobre a circulação transatlântica dos impressos.

Palavras-chave: Camille Adolphe Goubaud, *Le Moniteur de la Mode*; imprensa de moda; circulação de ideias; internacionalização.

Abstract

*This article seeks to present the role of editor Camille Adolphe Goubaud in the formation of a network of French fashion publications in the 19th century. To do this, we will analyze the strategies used in the creation, management and national and international distribution of the printed material *Le Moniteur de la Mode*, and in the purchase or merger of other magazines to create a monopoly in the segment of publications on clothing and accessories. We consider that this network sought to universalize Parisian fashion in other countries while at the same time trying to meet the different tastes and interests of French consumers, as the magazines purchased and/or attached by Goubaud continued to circulate on French soil. Thus, we understand that this research allows a brief initial overview of the production and dissemination of a segment of printed matter that is still little studied by historiography, in addition to contributing to reflection and discussion on the transatlantic circulation of printed materials.*

Keywords: *Camille Adolphe Goubaud; le Moniteur de la Mode; fashion press; circulation of ideas; internationalization.*

¹ Doutor em História pela Universidade Federal Fluminense e professor na Université Catholique de Lille e na Université Catholique de l'Ouest. É pesquisador associado ao Centre d'Histoire Culturelle des Sociétés Contemporaines (CHCSC), ao Réseau transnational pour l'étude de la presse en langues étrangères (TRANSFOPRESS) e ao grupo de pesquisa Imprensa e circulação de ideias: o papel dos periódicos nos séculos XIX e XX. Suas pesquisas se concentram nas mediações e transferências culturais da imprensa. E-mail: semusico@hotmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2480-7397>.

Os primeiros passos para a constituição de um periódico internacional de moda francesa

Conhecido como o século da imprensa (Charle, 2004), o Oitocentos foi a época de predomínio absoluto de jornais e revistas como os principais suportes de informação e de comunicação social. Sem a necessidade de competir com a variada gama de dispositivos utilizados em nosso século, tais como o rádio, a televisão, os celulares e tantos outros aparelhos conectados à internet, a imprensa era o único recurso midiático existente no século XIX capaz de alcançar outras cidades, países e continentes, transmitindo diferentes conteúdos visuais e textuais a um variado público leitor.

O conjunto de textos e imagens inseridos nos jornais e nas revistas da época eram escolhidos por seus redatores, editores e demais homens e mulheres de letras ligados à produção e circulação dos impressos. Esses indivíduos, também conhecidos como *passeurs culturels* (Cooper-Richet, Mollier, Silem, 2005), *hommes double* (Charle, 1992) ou ainda *intelectuais mediadores* (Gomes, Hansen 2016) eram os principais agentes históricos responsáveis pelas transferências culturais (Espagne, Werner, 1988) de tudo aquilo que acontecia num determinado tempo e espaço e que poderia interessar o seletivo e restrito grupo de homens e mulheres que adquiriam e liam esses materiais.

Dentre esses mediadores culturais, damos destaque nesta pesquisa à Camille Adolphe Goubaud (1808-1879), um redator marselhês instalado em Paris e que se engajou na publicação, circulação e internacionalização da revista de moda² *Le Moniteur de la Mode* entre 1843, quando o periódico foi lançado, até 1879, ano de morte desse homem de letras.

Para produzir sua revista de moda e fazê-la circular em vários países do mundo, Goubaud utilizou diferentes estratégias editoriais e comerciais e realizou vários acordos estabelecidos com ilustradores, litógrafos, redatores e comerciantes ligados à diferentes atividades e venda de produtos. Todos esses mecanismos contribuíram na construção e fixação de uma rede de revistas de moda que contribuiriam para manter o universalismo da cultura francesa no mundo, senão em todo o Ocidente.

É sabido que o universalismo francês já era uma realidade em diferentes dimensões culturais, tais como na língua (Lescure, 2012), na literatura (Casanova, 1999) e, em nosso caso, nas modas. Conforme explicam Dominique Waquet e Marion Laporte,

² Segundo Ana Claudia Suriani da Silva, “No século XIX, uma revista de moda era essencialmente um periódico com uma variedade de conteúdos visuais e textuais [...] exclusivamente dedicado[s] à moda ou no qual o conteúdo textual ou visual relativo à moda fosse predominante” (SILVA 2017, 180).

O que poderia ser mais favorável do que a literatura, a pintura, a música, a arquitetura, a escultura para transmitir na França, mas especialmente fora da França, a imagem de um país rico em capacidade de criação, emoção, estética, e cuja moda do vestuário vai, de fato, atrair a atenção, e, assim, suscitar a adesão. Pois a moda-vestimenta é o contrário de um fenômeno isolado e se encontra sempre incluída num movimento de criação ou num movimento cultural mais amplo. Para que a moda exista, ela precisa de um contexto de apoio. As criações artísticas francesas do século XIX souberam dar-lhe isso (WAQUET, LAPORTE 2022, 89, Tradução do autor).³

Assim, podemos compreender que a criação de vestimentas, e, em nosso caso, a produção de revistas de moda francesa no século XIX vinham de encontro com um movimento duplo: de um lado, o interesse francês em manter a hegemonia cultural da *República mundial das Letras* (Casanova, 1999) sob os demais países, e de outro lado, o desejo das nações, especialmente as recém-independentes na América Latina, de se apoiarem na cultura e no vestuário francês enquanto marca de civilidade, modernidade e progresso para projetarem suas identidades nacionais em construção.

Ao que concerne a produção da imprensa de moda, é importante salientar que antes da criação do *Le Moniteur de la Mode*, em 1843, outros impressos do mesmo gênero já circulavam em Paris (Gaudriault, 1983; Kleinert, 1982) e em alguns países da Europa (Batchelor, Powell 2018, Borchert, Dressel, 2004). Além disso, desde 1839 já existia na capital francesa uma *Sociedade de jornais de moda reunidos* (Le courrier français n° 163 12/06/1839) sob a direção do ex-cabelereiro Louis-Joseph Mariton, que foi responsável pela gestão de, pelo menos, nove revistas de moda (Steele, 2017, 96; Davis, 2008, 9). Assim, podemos observar que a formação dessa rede de impressos de moda, bem como a circulação de outras revistas do gênero na França e em outros países, concorreria com as revistas de moda dirigidas por Goubaud.

Nesse panorama, o redator marselhês não se intimidou com a existência de diferentes impressos de moda e seus respectivos redatores, adentrando no universo da edição e da publicação com o lançamento do *Le Moniteur de la Mode*. Desde o início de sua aventura editorial, Goubaud fixou diferentes acordos e parcerias na construção de sua própria rede de periódicos de moda. O casal de comerciantes Popelin-Ducarre foi um dos primeiros parceiros do redator. Esses indivíduos eram proprietários de uma fábrica de bordados em Paris, e em

³ Do original : “Quoi donc de plus favorable que la littérature, la peinture, la musique, l’architecture, la sculpture pour véhiculer en France, mais surtout hors de France, l’image d’un pays riche en capacité de création, d’émotion, d’esthétique, et dont la mode vestimentaire va de ce fait attirer l’attention, puis susciter l’adhésion. Car la mode-vêtement est tout le contraire d’un phénomène isolé et se trouve toujours comprise dans un mouvement de création ou un mouvement culturel plus large. Pour que la mode-vêtement existe, il lui faut un contexte porteur. Les créations artistiques françaises du XIX^e ont su le lui donner” (WAQUET, LAPORTE 2022, 89).



Nancy, confeccionando gorros, golas, lenços, vestidos infantis e outras peças (Bazar Parisiense 01/01/1826, 70).

Desde 1838, o casal de comerciantes havia deixado a rua Beaurepaire, número 22, para se instalar na rua Neuve-Vivienne, número 41, localizada mais ao centro de Paris e perto de outras lojas de vestimentas da moda. A mudança de endereço permitiria aos sócios de Goubaud de se aproximarem do nicho comercial na qual já atuavam há alguns anos, por conseguinte, facilitando o acesso de suas clientes e angariando novas interessadas em seus produtos. Além disso, o endereço se tornou o escritório de assinaturas do *Le Moniteur de la Mode*, contribuindo para ampliar a visibilidade da revista entre o público atraído por informações atualizadas do mundo da moda.

A sociedade estabelecida entre o casal Popelin-Ducarré et Goubaud pode ter sido motivada pela visibilidade e notoriedade que os comerciantes adquiriram no ramo das vestimentas. No ano seguinte à instalação dos proprietários no centro de Paris, eles alcançaram o terceiro lugar no concurso quinquenal da exposição de produtos da indústria francesa, ganhando a medalha de bronze (Gabalde, Duret, 1939). Ainda em 1939, o casal lançou uma revista de moda chamada *Nouveautés (Novidades)*, com o objetivo de divulgar ao público consumidor os principais produtos vendidos em seu estabelecimento comercial. O periódico, que circulava mensalmente com uma ilustração de modas, foi publicado até 1843, quando a parceria firmada com Goubaud encerrou as atividades do periódico de Popelin-Ducarré, dando origem ao *Le Moniteur de la Mode*.

A sociedade estabelecida entre o casal de comerciantes e o redator marseelhês foi anunciada no periódico *Le Droit*, dois meses após o lançamento da revista de modas. Conforme descrito no jornal, os novos parceiros comerciais realizaram a assinatura de um contrato comercial no dia 20 de maio de 1843, registrado nos nomes de Antoine-Popelin Ducarré e Adolphe Camille Goubaud. O documento declarava a união dos indivíduos “para a fundação e publicação de uma revista de modas, sob o título de Moniteur de la Mode, Journal du Grand Monde, e para a fundação e publicação de todas as outras revistas de modas” (Le Droit 02/06/1843, 04, Tradução do autor).⁴

O que chama a atenção nessa primeira parte do registro é a possibilidade de os sócios Goubaud e Popelin-Ducarré lançarem outros periódicos do mesmo gênero, vindo de encontro

⁴ Do original : “pour la fondation et la publication d'un journal de modes, sous le titre de Moniteur de la Mode, journal du grand monde, et pour la fondation et publication de tous autres journaux de modes” (Le Droit 02/06/1843, 04).

com os interesses do redator na formação de uma rede de impressos de moda francesa. Na continuação do documento, era declarada que a razão social da sociedade seria Goubaud et Companhia, e que a gestão e as assinaturas pertenceriam ao redator, enquanto Popelin-Ducarré permaneceria como simples acionário. Além disso, o escritório da sociedade ficaria localizado no Boulevard Montmartre, número 15, enquanto a gráfica responsável pela publicação do periódico seria Bourgogne et Martinet, localizada na rua Jacob, número 30, e, por fim, a sociedade, iniciada dia 15 de fevereiro do mesmo ano duraria, ao menos, dezoito meses (*Ibid.*).

Com a sociedade estabelecida, não tardou muito para que a primeira revista de moda de Goubaud alcançasse o mundo. Isso porque, no mesmo ano de lançamento, *Le Moniteur de la Mode* já era endereçado para diferentes correspondentes localizados em várias cidades da França, e também em outros países. Além de Paris, a revista de moda era enviada para Lion, Estrasburgo e Marselha, sendo distribuída nos respectivos departamentos dessas cidades francesas. No exterior, o periódico era distribuído em Genebra e Viena na Suíça, em Estugarda e Frankfurt na Alemanha, em Nápoles, Livorno e Turim na Itália, em Bruxelas na Bélgica, em Hamburgo na Holanda e em Nova Iorque nos Estados Unidos (*Le Moniteur de la Mode* 1843). O alcance da revista de moda em outros países europeus e do outro lado do Atlântico revelava, assim, o interesse de Goubaud e seus sócios na internacionalização do periódico, aproveitando do universalismo da cultura francesa sobre o mundo no século XIX.

A parceria firmada entre o redator e os comerciantes Popelin-Ducarré também renderiam novos frutos. Logo após o lançamento do *Le Moniteur de la Mode*, a rede de impressos de moda que Goubaud almejava, começava a ganhar forma com a publicação de outros periódicos: “O primeiro, sob o título: Moniteur de la mode; a segunda, no âmbito do *Le Parisien*, jornal de alfaiates; o terceiro, sob o do *Echo du Moniteur de la Mode*; e a quarta, sob o título: *Le Castor*, jornal da *Chapellerie parisienne*” (*Gazette des tribunaux* 31/07/1845, 06, Tradução do autor).⁵

A variedade de periódicos que se formava ao redor da empresa de Goubaud sinalizava, de um lado, a ramificação dos segmentos do mundo da moda, com revistas direcionadas aos chapeleiros, sapateiros, alfaiates, cabelereiros e demais profissionais do setor. De outro lado, a rede de impressos revelava a sagacidade do redator na produção de diferentes revistas que pudessem englobar um grande número de leitoras e consumidoras na assinatura de suas folhas e na compra dos variados produtos anunciados e vendidos nas lojas do casal Popelin-Ducarré.

⁵ Do original : “Le premier, sous le titre de : Moniteur de la mode ; le deuxième, sous celui du Parisien, journal des tailleurs ; le troisième, sous celui de l’Echo du Moniteur de la Mode ; et le quatrième, sous celui : Le Castor, journal de la Chapellerie parisienne” (*Gazette des tribunaux* 1845, 06).

Três anos após o início da aventura editorial encabeçada por Goubaud, diferentes jornais anunciaram que a administração do *Le Moniteur de la Mode* já contava com mais de oito mil assinaturas (Journal des débats politiques et littéraires 19/03/1846, 4; La France 21/03/1846, 4; Le Constitutionnel n°84, 22/03/1846, 4; Le droit 11° ano n° 71, 23/03/1846, 4; Démocratie pacifique 15° ano n° 82, 23/03/1846, 4; La Patrie n° 24, 24/03/1846, 4; La Reforme 27/03/1846, 4; Journal des villes et des campagnes 32° ano n° 44, 28/03/1846, 8), número bastante expressivo para a época. Ainda que a quantidade de assinantes não correspondesse à realidade, sua divulgação em diferentes impressos de grande circulação servia como uma estratégia de marketing para atrair a atenção das leitoras e, conseqüentemente, de novas assinantes. No mesmo anúncio, a grande quantidade de clientes inscritos era justificada graças às ilustrações de moda litografadas por Reville, Lecomte, Gervais, Blanchart, Tavernier e outros gravadores, e desenhadas pelo artista Jean-Baptiste David (1808-1892) que assinava suas criações com o pseudônimo Jules-David.

O ilustrador, que já era celebre por diferentes trabalhos realizados anteriormente, havia sido contratado pelo casal Popelin-Ducarré, em 1842, para elaborar as estampas de moda, anexadas na revista *Nouveautés*. Uma vez estabelecida a parceria entre os comerciantes de moda e o redator Goubaud, David tornou-se o ilustrador oficial da rede de periódicos gerida por essa sociedade. Suas ilustrações concorriam em beleza, detalhe e precisão com as de Suzanne Héloïse Colin, conhecida como Héloïse Leloir e sua irmã Adèle-Anaïs Colin (1822-1899), conhecida como Anaïs Toudouze. As irmãs desenhavam para as revistas de moda da sociedade de jornais de moda reunidos, dirigido por Louis-Joseph Mariton, tais como *Le Bon Ton* et *Le Follet*.

A concorrência entre Goubaud et Mariton não se resumia apenas nas belas ilustrações anexadas nos impressos, mas a disputa também ocorria na circulação das revistas em toda a França e no exterior. Assim como *Le Moniteur de la Mode*, outros periódicos de Goubaud também foram enviados para algumas cidades francesas e em outros países, potencializando a internacionalização de sua rede de impressos. A revista *Le Parisien*, por exemplo, recebeu uma versão inglesa entre os anos de 1845 e 1852, intitulada *Le Parisien: Theoric journal of the tailors' art*, circulando na Inglaterra e nos Estados Unidos, e uma versão em alemão ano de 1851, chamada *Le Parisien: Theoretische Zeitschrift der Schneiderkunst: Ergänzung des Modeblatts: Zeitung für die Elegante Welt*, circulando na Alemanha.

As traduções para o alemão e o inglês realizadas pela empresa de Camille Adolphe Goubaud inserem-se no contexto de universalismo da cultura francesa. Afinal, como nem todos

os leitores estrangeiros dominavam a língua francesa, a transposição dos textos para o idioma local facilitaria a assimilação do sistema simbólico da moda. Tal como analisam Gisèle Sapiro e Johan Heilbron (2008) o processo de tradução está inserido num sistema assimétrico, ampliando as escalas da desigualdade entre os países no contexto de mundialização. Assim, traduzir obras e autores franceses para outras línguas fortalecia a hegemonia literária da França nesses espaços.

Como aponta Roger Chartier (2021), o procedimento da tradução e sua consequente edição também devem ser analisadas por diferentes procedimentos, envolvendo a instabilidade das obras traduzidas, as variantes textuais e os suportes em que esses textos serão inseridos, para, então, compreender sua materialidade e circulação internacional.

Para além das cidades e dos países já evocados, ao longo da década de 1850, o principal periódico da rede de Goubaud, *Le Moniteur de la Mode*, passou a ser distribuído em Leipzig e Munique na Alemanha, Londres na Inglaterra, São Petersburgo na Rússia, Barcelona na Espanha, Porto e Lisboa em Portugal e Rio de Janeiro no Brasil (*Le Moniteur de la Mode* 1852), consolidando, assim, o processo de internacionalização da rede de impressos de moda do redator.

A rede de impressos de moda de Camille Adolphe Goubaud no exterior

Em menos de dez anos de existência, a sociedade de Goubaud já fazia concorrência à *sociedade de jornais de moda reunidos* dirigido por Louis-Joseph Mariton na França e no exterior. O rápido sucesso da empresa do redator marselhês podia ser atribuído, de um lado, pela qualidade das ilustrações de moda realizadas por Jules-David e que podiam ser colecionadas por suas assinantes, criando, assim, um álbum de imagens, e, de outro lado, pela rede de redatores, correspondentes e demais comerciantes franceses e estrangeiros que Goubaud agrupou para transferir suas revistas de moda.

O principal periódico da rede, *Le Moniteur de la Mode*, era distribuído em diferentes nações, mas o uso dos textos e das imagens podia variar de um país para outro. Na Espanha, por exemplo, Goubaud celebrou um acordo com diferentes correspondentes. Em Madri, a redação do periódico *El Correo de la moda*, atribuída à Francisco Castelló (MOREL 1992: 170), realizava a tradução da descrição da imagem francesa para o espanhol e anexava a ilustração, mantendo o paratexto francês que indicava sua procedência.



O redator francês publicava uma edição especial em espanhol, chamada *El Monitor de la Moda*, contendo um artigo sobre modas, a descrição de uma litografia e a anexação da respectiva imagem, mantendo o paratexto original que indicava sua origem. Uma vez publicada em uma casa de impressão francesa, o suplemento era enviado para diferentes cidades espanholas.

Em Madri, o suplemento publicado por Goubaud podia ser assinado na livraria de Charles Bailly-Ballière, na rua do Príncipe, nº 11. Em Barcelona, na oficina do litógrafo Don José Eusébio Montfort, instalado na rua Riera de San Juan. Em Valência, na loja do Sr. Novella, localizado na rua del Bany dels Pavesor, nº 8. Em Sevilha, no estabelecimento do senhor Troyano, rua de Escobas, nº 27. Em Cadiz, no comércio do Sr. Rey, rua da Carne, nº 101. Em Valladolid, na botica do senhor Huerta. Em Zaragoza, na loja do senhor Clavillar. Em Santander, no estabelecimento do senhor Cartilho. Em Vitória, com livreiro Sr. Robles. Em Bilbao com o senhor Velasco. Em Málaga com o senhor Moya na passagem de Lario. Em Irún com o comissionista Sr. Garcia. Em Almeria com o encarregado da Agência mineira *La Equidad*. Em Coruña com o senhor Perez. Em Tafalla, na botica do senhor Landa. E em Córdoba com o senhor Lopez de la Torre.

Na Bélgica, alguns artigos de moda publicados no *Le Moniteur de la Mode* e as respectivas ilustrações eram inseridos no *Le Moniteur des dames et des demoiselles*, conservando o idioma francês. Já na Inglaterra,

Em Março de 1860, o editor londrino Samuel Beeton contratou seu colega francês Adolphe Goubaud para importar mensalmente placas de moda e designs de roupas do *Moniteur de la mode* de Goubaud para a *Englishwoman's Domestic Magazine*, o periódico feminino que ele havia criado em 1852 (REMOORTEL, 2019: 46, Tradução do autor).⁶

Os diferentes modos de utilização dos textos e das imagens do *Le Moniteur de la Mode* sinalizava certa flexibilidade nos acordos estabelecidos pelo redator Goubaud com seus correspondentes. As parcerias firmadas no exterior contribuía, assim, para a internacionalização do *Le Moniteur de la Mode*, mas também para a divulgação da cultura e da moda francesa em solo internacional.

No entanto, a constituição de uma rede de impressos de moda na França e sua internacionalização não era tão simples quanto possa parecer. Afinal, uma das principais

⁶ Do original: “In March 1860, LONDON publisher Samuel Beeton contracted with his French colleague Adolphe Goubaud to import monthly fashion plates and dress patterns from Goubaud’s *Le Moniteur de la mode* to the *Englishwoman's Domestic Magazine*, the periodical for women that he had established in 1852” (REMOORTEL, 2019: p. 46).

preocupações de Goubaud na transferência de suas revistas e ilustrações era com os contrafadores franceses e estrangeiros que podiam adquirir seus periódicos e copiar os artigos e as imagens para inseri-las em revistas predadoras de conteúdo, vendendo-as mais baratas para um público leitor.

A vigilância contra os copistas pode ser identificada logo no ano seguinte ao lançamento do *Le Moniteur de la Mode*, com a publicação de uma nota em *La Gazette de France* (07/04/1944: 3) informando sobre uma queixa que o Goubaud havia prestado contra o jornal *Le Caprice* por copiar os desenhos de Jules-David sem a autorização de redator. Como resultado, o juiz determinou:

Considerando que **GOUBAUD** detém o direito exclusivo de propriedade sobre os desenhos que publicou no *Moniteur de la Mode*; que a partir de então só ele poderá imprimir e vender ou distribuir as composições em questão; esperado, etc.; o tribunal, aplicando os artigos 427 e 429 do Código Penal, condena o réu a 200 francos de multa, ordena o confisco dos desenhos infratores, condena o arguido, pessoalmente, a pagar a **GOUBAUD** a quantia de 800 francos em complemento de sua indenização; ordena a inserção do presente julgamento no *Le Caprice* e em dois outros jornais da escolha de **GOUBAUD**, tudo às custas do réu; fixa a duração da contenção física em um ano e condena o réu no pagamento de todas as custas (*La Gazette de France* 07/04/1944: 3).⁷

O caso serve de exemplo para constatar a atenção que Goubaud fazia nos atos de contrafação das revistas e ilustrações de moda de sua empresa, ao mesmo tempo em que revela o conhecimento do redator em relação ao direito do autor e as penas cabíveis a esse tipo de crime, conforme os artigos do Código Penal francês (1810: 66-67).

O mesmo cuidado foi tomado pelo redator francês no exterior, quando ele publicou em maio de 1852, na edição franco-inglesa do *Le Moniteur de la Mode* (1852: 65), um parágrafo extraído da revista inglesa *Gazette of Fashion*, no qual o redator Edward Minister felicita a lei de Direitos autorais estabelecidas entre o Reino Unido e a França. Ao declarar ter inscrito a revista de modas no livro de registros *Stationers' Hall*, o impresso de Goubaud estaria, assim, protegido contra os contrafadores ingleses que já faziam uso de suas ilustrações anteriormente.

No entanto, até meados do século XIX nem todas as nações possuíam códigos, leis ou decretos para regulamentar os direitos autorais estrangeiros e impedir a contrafação de impressos vindos de outros países. Este era o caso do Brasil, que possuía apenas direitos

⁷ Do original : « Attendu que **GOUBAUD** a un droit exclusif de propriété sur les dessins qu'il a publiés dans le *Moniteur de la Mode*; que dès lors il peut seul imprimer et vendre ou distribuer les compositions dont il s'agit; attendu, etc.; le tribunal, faisant application des art. 427 et 429 du Code pénal, condamne le prévenu à 200 fr. d'amende, ordonne la confiscation des dessins contrefaits, condamne le prévenu, par corps, à payer à **GOUBAUD** la somme de 800 fr. pour complément de son indemnité; ordonne l'insertion du présent jugement dans le *Caprice* et dans deux autres journaux au choix de **GOUBAUD**, le tout aux frais du prévenu; fixe à un an la durée de la contrainte par corps et condamne le prévenu à tous les dépens.» (*La Gazette de France* 07/04/1944: 3).

exclusivos aos brasileiros, conforme o artigo 261 do código criminal de 1830 (1886: 461-462). Nesse sentido, os redatores brasileiros não tinham a obrigação de citar a fonte dos textos e das imagens extraídas de periódicos internacionais.

A desobrigação da citação pode ser constatada no periódico *O Jornal das Senhoras*. Em seu primeiro ano de publicação, em 1852, e nos primeiros meses de 1853, a redação da revista feminina brasileira inseria as descrições das ilustrações do *Le Moniteur de la mode* traduzida do francês para o português e com adaptações textuais, mas sem mencionar sua origem. As alterações eram realizadas para adequar as indicações dos estabelecimentos comerciais e outros recursos, facilitando a compreensão das leitoras brasileiras nos modos de utilização das vestimentas desenhadas. No caso das ilustrações originais da revista de moda francesa, conforme podemos comparar nas Imagens 1 e 2, ao serem copiadas em *O Jornal das Senhoras*, vemos que os paratextos eram extraídos, impedindo que suas assinantes identificassem sua real procedência.

Imagem 1: Ilustração original do *Le Moniteur de la Mode*



Fonte: *Le Moniteur de la Mode*. 12/1851. gravura 312, Paris : Imprimerie de L. Martinet, rue Mignon, 2.

Imagem 2: Cópia da ilustração do *Le Moniteur de la Mode* publicada em *O Jornal das Senhoras*



Fonte: *O Jornal das Senhoras*. 04/07/1852. Rio de Janeiro: Typographia de Santos & Silva Junior, Rua da Carioca, n. 32.

A inserção dos paratextos em *O Jornal das Senhoras* só começou a ser realizada no final de março de 1853, quando a redatora Violante Atabalipa Ximenes de Bivar e Vellasco (1817-1875) explicou às suas assinantes que “Desde que a Redação do Jornal das Senhoras foi autorizada para poder publicar regularmente os figurinos do *Moniteur de la Mode* que os deve apresentar às suas assinantes tais quais chegam eles de Paris” (O Jornal das Senhoras 2º ano, nº 65, 27/03/1853: 2).

A explicação da redatora brasileira leva a compreensão de que, até meados de março de 1853, ela ainda não tinha autorização para publicar a origem das ilustrações anexadas em *O Jornal das Senhoras* e as respectivas descrições das imagens que eram traduzidas do francês para o português. No entanto, ela afirma às suas assinantes ser contrária à prática de apagar ou cortar os paratextos, escrevendo não compreender tal ato, que já era praticado por sua antecessora e continuado por Violante Vellasco desde seu ingresso na direção da revista feminina brasileira em julho de 1852.

Apesar de o artigo 426 do código penal francês de 1810 condenar as contrafações de obras francesas no estrangeiro, o mesmo não se aplicava ao código criminal brasileiro de 1830, pois ele “só garantia as obras originais de brasileiros e as traduções” (NEVES, FERREIRA 2010, 507). Isso quer dizer que para a justiça praticada no Brasil, a inserção das ilustrações francesas em *O Jornal das Senhoras* sem os paratextos, indicando pertencimento ao *Le Moniteur de la Mode*, não era caracterizado como um crime. As traduções das descrições das imagens também não eram consideradas como contrafação, pois a lei protegia apenas a transposição de textos produzidos por brasileiros e não por estrangeiros.

No entanto, como os tratados internacionais de proteção à propriedade intelectual estavam em pleno desenvolvimento ao longo do século XIX, e Goubaud estava atento aos atos de contrafações, recorrendo a todos os recursos nacionais e estrangeiros que existiam para impedir a cópia de suas revistas de moda e ilustrações, Violante Vellasco não tardou em estabelecer um acordo com o redator francês para obter a autorização de publicação das ilustrações do *Le Moniteur de la mode* sem precisar extrair o paratexto que revelava sua procedência, assim como, agora, ela podia mencionar nos artigos sobre moda a origem do conteúdo francês traduzido para o português.

A parceria estabelecida entre Adolphe Camille Goubaud e Violante Vellasco provavelmente foi mediada pelos cabeleireiros Alexandre e Francisco Demarais, correspondentes do *Le Moniteur de la Mode* desde 1845, e do *Jornal das Senhoras* desde 1852. Instalados na rua do Ouvidor, número 86, famoso local onde havia grande concentração de



modistas, estabelecimentos de moda e imigrantes franceses, os dois negociantes, responsáveis pelo corte de cabelo e penteado de Sua Alteza Real D. Pedro II e sua família, eram reconhecidos pela atividade em seu salão de beleza, mas também pela venda de revistas de moda francesas. Antes de se tornar parceiro comercial de Goubaud, o cabeleireiro Desmarais já era correspondente da revista *L'Élégant: Journal des Tailleurs* (20/01/1837: 128), ao lado de seu ex-sócio Gérard.

A recepção e venda de revistas de moda francesas no salão de beleza foi, portanto, uma forma de conquistar o público feminino brasileiro interessado nas novidades que chegavam da Europa nos principais navios à vapor da época. Enquanto as mulheres esperavam para serem atendidas, elas podiam folhear as páginas das revistas de moda para se atualizarem e conhecerem as aparências do momento vindas da França.

O tempo de travessia dos navios à vapores da Europa para o Brasil era, em média, de um mês. Segundo a nota publicada no *Diário do Rio de Janeiro*, “pelo transatlântico *Teviot* chegando hoje de Southampton com escala em Lisboa, Madeira e Portos do Norte [Pernambuco e Bahia], recebemos jornais de Paris até o dia 8 e de Londres até o dia 9 de abril” (*Diário do Rio de Janeiro* 10/05/1851, 2, acréscimo do autor).

O transatlântico *Teviot* era um dos vários barcos à vapor que transportava as revistas de moda, os vestidos, além de outras informações, produtos e pessoas do velho para o novo continente. Como esses meios de transportes partiam da Inglaterra para o Brasil, Goubaud precisava enviar sua revista de moda inicialmente de Paris até o porto de Southampton, na Inglaterra, para que ela pudesse, enfim, seguir viagem e alcançar seu destino no Rio de Janeiro. Todas as escalas feitas pelos navios à vapores revelavam, de um lado, as relações comerciais entre os ingleses, portugueses e brasileiros, e, de outro lado, representavam diferentes públicos de leitores e consumidores que Goubaud podia endereçar *Le Moniteur de la Mode*, expandindo, assim, sua rede internacional.

Com o intento de ganhar o Atlântico, a partir de 1851, Goubaud criou uma edição franco-americana do *Le Moniteur de la Mode*, alcançando ao mesmo tempo um público leitor francófono e anglófono. A edição, publicada na França até 1865, podia ser assinada em Nova York no estabelecimento de William Strange, mas também em Londres, num escritório que recebia outras revistas de moda, localizado na Greek-street, n° 10, Soho.

Dado o contexto da época, podemos considerar que a edição bilíngue do *Le Moniteur de la Mode*, publicada por Goubaud, tinha uma tripla função. A primeira era impedir a cópia de estampas de moda e traduções clandestinas publicadas em outros periódicos sem autorização,

como acontecia antes de registrar a revista de moda no *Stationers' Hall*, e como ocorria no Brasil. A segunda função, foi permitir que as mulheres de língua inglesa que viviam em Paris lessem a revista de moda na sua língua nativa, pois

ela atesta a presença de visitantes de língua inglesa em número suficiente para o subscreverem, mas também a sua vontade de ler essencialmente, na sua língua materna, apenas informação das Ilhas Britânicas, embora tenham optado, para a maioria deles, por ficar em França pelo prazer e atracção que este país e a sua capital, a sua cultura e os seus numerosos entretenimentos exercem sobre eles (COOPER-RICHET, 2014: 1).⁸

E a terceira função, vinculada à anterior, era ensinar o francês ao público anglófono, preservando-a como língua universal. Esta ideia pode ser compreendida com a análise de Pascale Casanova (2008; 2015), que apresenta diferentes elementos, como a política e a economia literária, o reconhecimento dos autores franceses como referências literárias e conseqüentemente o contexto histórico francês com a revolução de 1789, a Declaração Universal dos Direitos Humanos e sua referência nas artes e na moda, tornando-a conhecida por seu prestígio literário em todo o mundo. Esses elementos somados à relação do francês com outras línguas por meio do bilinguismo, da diglossia e das traduções de obras literárias nos permitem compreender como o idioma de Goubaud se tornou universal.

O fato de o redator francês não ter alterado, na tradução para o inglês, a indicação dos estabelecimentos comerciais franceses por lojas localizadas da Inglaterra ou nos Estados Unidos também reforçavam o universalismo da cultura e, nesse caso, da moda francesa. Afinal, se Goubaud indicasse um estabelecimento comercial estrangeiro, seria o reconhecimento de que outras nações também eram capazes de criar e ditar a moda, enfraquecendo, assim, a hegemonia parisiense sobre o mundo. Por esse motivo, o redator francês realiza uma tradução textual sem grandes alterações e apoiada nas ilustrações, chamada de transposição intersemiótica (AUBERT, 1998), mantendo, assim, a produção da moda francesa no centro dos debates e do interesse do público estrangeiro.

Assim, podemos afirmar que o processo de internacionalização liderado por Camille Adolphe Goubaud conseguiu completar uma longa jornada, atravessando o país e o continente. Ao longo da década de 1850, *Le Moniteur de la Mode* também podia ser adquirido em Argel na Argélia, em São Petersburgo na Rússia, em São Francisco e Califórnia, nos Estados Unidos.

⁸ Do original : « elle témoigne de la présence de visiteurs anglophones en nombre suffisant pour s'y abonner, mais également de leur souhait de ne lire pour l'essentiel, dans leur langue maternelle, que des informations en provenance des îles britanniques, bien qu'ayant choisi, pour la plupart d'entre eux, de séjourner en France pour le plaisir et l'attrait que ce pays et sa capitale, sa culture et ses nombreux divertissements, exercent sur eux » (COOPER-RICHET, 2014, 1).

Além disso, os preços das assinaturas mensais ou anuais foram anunciados diretamente por correio para a Turquia, Grécia, Alexandria no Egito, Peru, Chile, assim como nas cidades e nos países já mencionados.

Até meados da década de 1870, Goubaud havia conseguido legitimar sua rede internacional de revistas de moda ao redor do mundo. Se no início de sua aventura editorial, o redator francês precisou estabelecer uma série de acordos e parcerias para competir com seus concorrentes, no auge de sua carreira, já era adquirido reconhecimento nacional e internacional por sua empreitada com os impressos.

Com a criação de uma rede de colaboradores e de periódicos, ainda faltava a esse empresário uma última ação para consagrar seu nome entre os principais empresários editoriais no ramo das revistas de moda: participar e dirigir uma instituição que reunisse diferentes proprietários e suas respectivas revistas de moda que circulam por toda a França e em outros países.

Conforme o aviso às senhoras publicado em *La Gazette de France*, a *Société des Journals de Mode et Professionnels reunis* “foi fundada em 1º de novembro de 1864” (13/01/1866: 4), o que indica que outros proprietários de jornais já sentiam a necessidade de organizar uma instituição que pudesse reunir esses homens de negócios e de letras para discutir acordos, melhorias, formas de proteção, internacionalização e direitos trabalhistas e autorais.

Dez anos após a criação da empresa, em 1874, Camille Adolphe Goubaud assumiu a gestão da entidade para tentar manter e contribuir para o avanço da rede criada para a defesa dos editores de revistas de moda. Essa alta posição consolidou a trajetória de um empresário e redator que empreendeu inúmeras ações para publicar sua revista e torná-la conhecida internacionalmente.

No final da carreira, Camille Adolphe Goubaud formou uma nova e importante parceria. Seu filho Abel Goubaud veio trabalhar para o maduro editor de revistas de moda e, em 1879, com a morte de seu pai, assumiu a direção do *Le Moniteur de la mode*, mantendo o negócio da família até 1913, quando a revista de moda deixou de ser publicada.

A guisa de conclusão

O redator Camille Adolphe Goubaud se apresentou como um verdadeiro homem de negócios, estabelecendo diferentes tipos de acordos comerciais para comprar, anexar, criar e fazer circular diversas revistas de moda. Essa rede de publicações, por vezes iguais, manteve a

ambição de atingir todos os tipos de públicos na França, mas também ao redor do mundo, apresentando e universalizando a moda, a língua e a cultura francesa.

No âmbito da internacionalização de sua empresa, desde o início de sua aventura editorial, o redator-chefe francês realizou parcerias com vários correspondentes em diversos países para tornar acessível as ilustrações de modas pintadas por Jules-David e suas respectivas descrições, popularizando um sistema intersemiótico no qual texto e imagem tornavam-se os principais recursos de instrução e sedução de um público leitor e consumidor atento aos movimentos da moda.

Atento aos problemas que poderiam atrapalhar o crescimento de sua rede, Goubaud não hesitou em recorrer à justiça para se valer de seus direitos, impedindo que contrafactores copiassem suas ilustrações. Quando esse recurso não surgia efeito, a negociação continuava sendo sua principal aliada no avanço de sua empreitada sobre o mundo, tal como realizado com a redatora brasileira Violante Vellasco, e mediado pelos cabelereiros Alexandre e Francisco Desmarais, para anexar as imagens do *Le Moniteur de la Mode* em *O Jornal das Senhoras*, mantendo os paratextos.

Assim, a constituição de uma rede de colaboradores, e a participação e direção de Camille Adolphe Goubaud na Sociedade das Revistas de Moda Reunidas permite identificar a constituição de uma instituição cada vez maior e complexa de redatores, editores, tradutores, gravadores, ilustradores, jornalistas, correspondentes, e outros mediadores culturais ligados à imprensa de moda. Este grupo, que ainda precisa ser melhor mapeado em um estudo de prosopografia, atestará o projeto de internacionalização da imprensa de moda e sua contribuição no universalismo da cultura francesa no século XIX.

Fontes

Bazar parisien, ou Annuaire raisonné de l'industrie des premiers artistes et fabricants de Paris : offrant l'examen de leurs travaux, fabrications, découvertes, produits, inventions, etc. Paris : Imprimerie de Selligue, Brevet pour les presses mécaniques et à vapeur, Rue des Vieux-Augustins, n° 8. 6° année, 01/01/1826.

Code Pénal de l'Empire français. Édition conforme à celle de l'imprimerie impériale. Paris : Prieur, Librairie, Rue des Noyeurs, n° 45 ; Belin fils, Librairie, Rue Saint-Jacques, n° 41 ; Merlin, Librairie, quai des Augustins, n° 29 ; Rondonneau, Librairie, place du Palais de justice, 1810.

Código Criminal do Império do Brazil. Annotado pelo Juiz de Direito Antonio Luiz Ferreira Tinôco. Rio de Janeiro: Imprensa Industrial, Rua da Ajuda n° 75, 1886.



Démocratie pacifique. Paris: Imprimerie Lange-Lévy et C^o, rue du Croissant, 16. 15^o ano, 1^{er} Série quotid. T. VI, n^o 82, segunda-feira, 23/03/1946.

Diário do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Typographia do Diario, Rua d'Ajuda, n^o 79. 30^o ano, n^o 8691, sábado, 10/05/1851.

Gabalde, Bernard e A. Duret. *L'exposant de 1839 : publication spéciale et complète sur les produits de l'industrie française admis au concours quinquennal*. Paris : Imprimerie de Félix Malteste et Cie, rue des Deux-Portes-Saint-Sauveur, n^o 18, 1839.

Gazette des tribunaux. Journal de jurisprudence et des débats judiciaires. Paris: Imprimerie de Fournier. 30^o ano, n^o 5638, quinta-feira, 31/07/1845.

Goubaud, Camille Adolphe. *Le Moniteur de la Mode. Journal du Grand Monde*. Paris : Imprimerie de Bourgogne et Martinent. 1843.

Journal des débats politiques et littéraires. Paris : Rue des Prêtres-S.-G.-l'Auxerrois, 17. 19/03/1846.

Journal des villes et des campagnes. Paris : Imprimerie de Pillet aîné, rue des Grands-Augustins, 7. 32^o année, n^o 44, samedi, 28/03/846.

L'Élégant : journal des tailleurs. Paris : Bureau du Bon Ton, 69, Rue Richelieu. 3^o année, 16^o livraison, 20/01/1837.

La France. Paris : Imprimerie de Poussielgue, 12, rue du Croissant. 21/03/1846.

La Gazette de France. Paris : Imprimerie de Sapia, Rue du Doyenné, 12. 07/04/1844.

La Gazette de France. Paris : Imprimerie de Sapia, Rue du Doyenné, 12. 236^o année, 13/01/1866.

La Patrie : journal quotidien, politique, commercial et littéraire. Paris : Boulé, Imprimeur, rue Coq-Héron, 3. N^o 24. 24/03/1846.

La Reforme. Paris : Rue du Croissant, n^o 16. 27/03/1846.

Le Constitutionnel : Journal du commerce, politique et littéraire. Paris : Imprimé par Fain, rue Montmartre, 121. N^o 84, domingo, 22/03/1846.

Le courrier français. Paris: Imprimerie de Paul Dupont et C^o. N^o 163, Quarta-feira, 12/06/1839.

Le Droit : Bulletin des Tribunaux. Paris : Imprimerie de Vinchon, Rue J.-J. Rousseau, 8. 11^o année, n^o 71, 23/03/1846.

VELASCO, Violante Atabalipa Ximenes de Bivar e. *O Jornal das Senhoras*. Rio de Janeiro: Typographia do Jornal das Senhoras, de Santos & Silva Junior, rua da Carioca, n. 32. Tomo II, 2^o ano, n^o 65, 27/03/1853.



Referências bibliográficas

- AUBERT, Francis Henrik. Modalidades de tradução: teoria e resultados. *TradTerm*, v. 5, n. 1, p. 99-128, 1998.
- BATCHELOR, Jennie; POWELL, Manushaug N. Appendix. In: BATCHELOR, Jennie; POWELL, Manushaug N. (Org.). *Women's Periodicals and Print Culture in Britain, 1690-1820s. The Long Eighteenth Century*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2018, p. 488-491.
- BORCHERT, Angela; DRESSEL, Ralf (Org.). *Das Journal des Luxus und der Moden: Kultur um 1800*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter, 2004
- CASANOVA, Pascale. *La République mondiale des lettres*. Paris : Éditions du Seuil, 1999.
- CHARLE, Christophe. Le temps des hommes doubles. *Revue d'Histoire Moderne & Contemporaine*, 39-1, (janvier-mars), p. 73-85, 1992.
- CHARLE, Christophe. *Le siècle de la presse (1830-1939)*. Paris: Seuil, 2004.
- CHARTIER, Roger. *Éditer et traduire. Mobilité et matérialité des textes (XVIe – XVIIIe siècle)*. Paris: Gallimard et Seuil, 2021.
- COOPER-RICHET, Diana. Les périodiques anglo-parisiens de la première moitié du XIX^e siècle : passeurs de culture et de modèles éditoriaux. *Études Épistémè*, 26, 2014. Disponível em: <http://journals.openedition.org/episteme/317>. Acesso 07 de julho de 2024.
- COOPER-RICHET, Diana; MOLLIER Jean-Yves; SILEM Ahmed (Org.). *Passeurs culturels dans le monde des médias et de l'édition en Europe (XIX^e et XX^e siècles)*. Villeurbanne: Presses de l'enssib, 2005.
- DAVID, Mary E. *Classic chic: Music, Fashion and Modernism*. Berkeley: University of California Press, 2008.
- ESPAGNE, Michel; Michael Werner (Org.). *Transferts. Les relations interculturelles dans l'espace franco-allemand (XVIIIe – XIXe siècles)*. Paris: Éditions Recherche sur les Civilisations, 1988.
- GAUDRIAULT, Raymond. *La gravure de mode féminine en France*. Paris: Éditions de l'Amateur, 1983.
- GOMES, Angela Maria de Castro; HANSEN Patrícia Santos, (Org.). *Intelectuais mediadores: práticas culturais e ação política*. 1^o ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.
- HEIBRON, Johan; SAPIRO, Gisèle. La traduction comme vecteur des échanges culturels internationaux. In: SAPIRO, Gisèle (Org.). *Translatio : Le marché de la traduction en France à l'heure de la mondialisation*. Paris : CNRS Éditions, 2008, p. 25-44.



KLEINERT, Annemarie. La naissance d'une presse de mode a la veille de la Révolution et l'essor du genre au XIX^{ème} siècle. In: RETAT, Pierre (Org.). *Le Journalisme d'Ancien Régime*. Lyon : Presses universitaires de Lyon, 1982, p. 189-197.

LESCURE, Jean-Claude. L'universalisme de la langue française en Europe à la fin du XIX^e siècle. In : FINOCCHIARO Laura Fournier; HABICHT Tanja-Isabel (Org.). *Gallomanie et gallophobie : Le mythe français en Europe au XIXe siècle*. Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2012, p. 271-288.

MOREL, Immaculada Juménez. *La prensa femenina en España (Desde sus orígenes a 1868)*. Madrid: Ediciones de la Torre, 1992.

NEVES, Lúcia Maria Bastos Pereira das; FERREIRA, Tania Maria Bessone da Cruz. Privilégios ou direitos? A questão autorial entre intelectuais e homens de Estado no Brasil do século XIX In: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia (Org.). *Impresso no Brasil: Dois séculos de livros brasileiros*. São Paulo: Editora Unesp, 2010, p. 503-518.

REMOORTEL, Marianne Van. Women Editors' Transnational Networks in the Englishwoman's Domestic Magazine and Myra's Journal. In: EASLEY, Alexis; GILL, Claire; RODGERS, Beth (Org.). *Women, Periodicals and Print Culture in Britain, 1830s-1900s. The Victorian Period*. Edinburg; Edinburg University Press, 2019, p. 46-56.

SILVA, Ana Claudia Suriani da. Moda, transferências culturais e história do livro. *Dobra[s]*, V. 10, n. 22, p. 177-201, 2017.

STEELE, Valerie. *Paris Fashion: A Cultural History*. Oxford: Oxford University Press, 2017.

WAQUET, Dominique; LAPORTE Marion. La mode en action : le cas exemplaire de la France. In: *La Mode*. Paris : Presses Universitaire de France, 2022, p. 78-121. Collection : Que sais-je?