

LA MODA EN EL IMPERIO TROPICAL DE RÍO DE JANEIRO, 1860-1889

CARLOS JAVIER CASTRO BRUNETTO
Universidad de La Laguna (España)

Fecha de recepción: 03/04/2025
Fecha de aceptación: 29/09/2025

Resumen

El periodo comprendido entre 1860 y 1889 en Río de Janeiro fue apasionante. Mientras languidecía por luchas internas el sistema político imperial, y aún con el drama de la esclavitud formando parte de la vida cotidiana, el ascendente comercio del café y otros productos de calidad encumbraba a la burguesía, que adoptaba hábitos y modelos de conducta social propios de Europa. En ese contexto, disfrutar de la moda personificaba el ascenso social en la capital del imperio, que anhelaba reflejar el brillo de París. En este trabajo analizaremos las fuentes documentales que ponen de manifiesto la importancia de la moda en la cultura local, dando a conocer sastrerías, modistas, el género vendido, pero también el papel que juega la pintura de retrato para consagrarse a la moda como un alegato social. Con ello pretendemos, al mismo tiempo, contribuir al debate sobre la posible existencia de un sentido estético carioca vinculado a la indumentaria y a la moda.

Palabras clave

Moda, Brasil, Río de Janeiro, Prensa Brasileña, Pintura Brasileña

FASHION IN RIO DE JANEIRO'S TROPICAL EMPIRE, 1860-1889

Abstract

The period between 1860 and 1889 in Rio de Janeiro was a fascinating one. While the imperial political system was weakening due to internal struggles—and with the drama of slavery still a part of daily life—the rising trade of coffee and other luxury goods elevated the bourgeoisie, who European habits and models of social behavior. In this context, engaging with fashion became a symbol of social ascent in the imperial capital, which longed to mirror the splendor of Paris. This paper analyzes documentary sources that highlight the importance of fashion in local culture, shedding light on tailors, dressmakers, the types of garments sold, and the role of portrait painting in establishing fashion as a form of social statement. At the same time, we aim to contribute to the debate around the possible existence of a distinct carioca aesthetic sensibility related to clothing and fashion.

Keywords

Fashion, Brazil, Rio de Janeiro, Brazilian Press, Brazilian Painting.



Moda e indumentaria. El contexto brasileño del siglo XIX.

La cultura de Brasil del siglo XIX bajo la perspectiva de la moda continúa siendo una gran desconocida. El interés que despierta la lenta descomposición del sistema esclavista como herencia colonial, la evolución de los sistemas políticos y la expansión del comercio, coronado con el gran ciclo del café hacia finales de siglo, ha provocado que otras cuestiones que podrían considerarse secundarias hayan quedado relegadas casi a la intrascendencia para la investigación. Sin embargo, esos pequeños detalles, esos ladrillos de barro y paja, también conforman la identidad de la cultura brasileña que se pergeña durante la etapa imperial (1822-1889) y eclosiona a lo largo del siglo XX.

La indumentaria y la moda, muchas veces consideradas artes menores y en ocasiones, aún hoy, manifestaciones de la vanidad humana, son expresiones mayúsculas de la cultura y exteriorizan la percepción estética que tiene de sí misma una sociedad a través de su forma de vestir; pero también pueden ser un reflejo de las tensiones sociales, los cambios políticos y las realidades globales que conforman la identidad de un territorio.

En el caso de Brasil, los estudios sobre la indumentaria y de la moda decimonónica ha ocupado escasas páginas en la historiografía del país, y mucho menos escritas en el exterior, a pesar de la abundancia de fuentes que permiten la investigación. Sin embargo, creemos que el panorama poco a poco está cambiando entre la comunidad científica, aproximadamente desde la década de 2010, gracias a los trabajos de fin de máster y tesis doctorales que han abordado el asunto de forma integral o parcial, considerando estos estudios que la moda es un hecho artístico o, al menos, cultural.

Lo primero es recordar, aunque someramente, la diferencia entre indumentaria y moda. El término indumentaria, más allá de aludir al vestido, debe ser incluido en un término más completo, *atuendo*, que se define como “conjunto de prendas con que se cubre el cuerpo”¹. Pero no toda indumentaria o atuendo es moda. La palabra moda se define como “estilos de ropa, accesorios, música, arte, etc. que son populares en la cultura de un periodo específico. En lo que se refiere a la ropa, las modas son normalmente de muy corta duración”². De esta forma, hay que considerar en las prendas la forma de cortar las telas, la diferencia entre los tejidos, la confección sastre, el ornato, las aplicaciones y, a continuación, analizar si las mismas siguen las pautas de la moda en un momento concreto. Eso nos lleva a un nuevo problema: si queremos identificar un número de prendas producidas en una ciudad o país, ¿cuál sería la fuente u origen del concepto de moda que se consideraba válido en ese mismo instante?

Este problema, que afecta a todos los estudios sobre moda, ha sido enfatizado por Pedro Mansilla: “durante mucho tiempo aposté por establecer un criterio que separase meridianamente la moda y el traje, porque creo que, aunque estén reflexivamente relacionados, no son lo mismo. El vestido es algo material, son las ropas con las que nos vestimos, y la moda es algo inmaterial, es la información con la que se sabemos de qué vamos vestidos”³. Bajo esta perspectiva, no queda duda de que al analizar la historia y la cultura de la moda debemos considerar vital entender el entorno geográfico y cultural, sin perder de vista que durante el siglo XIX fue Francia el germen de la moda, una cuestión a la que no fue ajeno Brasil, que veía en ese país una fuente de inspiración y de comparación.

¹ Newman/Shariff, 2010: 17.

² Newman/Shariff, 2010: 123.

³ Mansilla Viedma, 2025: 33-34.

En un extenso libro sobre la historia de la moda en Brasil, Luís André do Prado y João Braga analizan sucintamente el tiempo del imperio y los primeros años de la República, brevedad que refleja la escasez de estudios de investigación previos sobre este fenómeno cultural. En cualquier caso, en sus páginas podemos leer datos relevantes, como el aumento de la producción fabril de tejidos en Bahía a lo largo del siglo y cómo en 1882 existían ya 48 fábricas en todo el país, 33 de ellas en el Sudeste, entre Río de Janeiro, Minas Gerais y São Paulo. A ellas habría que sumar las creadas en los años finales del siglo en Rio Grande do Sul, Santa Catarina y Paraná⁴. Los tejidos incluían cachemir, o casimir, y lanas gruesas, pero también franelas de lana o algodón y distintas clases de algodón⁵. Este dato es valioso porque revela que a pesar de hallarnos mayoritariamente en climas tropicales (en el sur del país las temperaturas son mucho más frías), el trabajo textil a partir del pelo de ovejas o cabras demuestra la continuación de las tradiciones de cardado e hilado para luego crear el tejido, quizás porque la mayor parte de los industriales textiles proviniesen de Italia o Alemania.

Así pues, analizaremos la evolución del mercado de la moda en Río de Janeiro en un periodo comprendido entre 1860, año en que se crea el ministerio del comercio (que, obviamente, retrata el éxito de esa actividad en las rutas marítimas internacionales) y la caída del imperio en 1889. A lo largo de este periodo se vivió el despegue del trato de la moda en la capital y se definieron los criterios que lucharían por asentar el gusto de París, a pesar de las diferencias climáticas. De esta manera, el hábito de vestir de los cariocas privilegió las apariencias sobre la conveniencia, el éxito social sobre el confort, aunque existirán excepciones. Esto pone en evidencia una realidad; que la moda era el objetivo y la inadecuación de la ropa, una obviedad.

En cuanto a las clases más bajas y las personas esclavizadas no hay referencias a destacar por razones obvias. Su presencia en la documentación relacionada con la moda es casi inexistente, puesto que entonces y ahora, la marginalidad es incompatible con la moda. Sin embargo, podría realizarse un seguimiento sobre el impacto de la evolución de la indumentaria a través de la fotografía que, al mostrar el aspecto de las calles, acaba por retratar a todas las personas, independientemente de su clase o entorno social.

La mirada extranjera y la moda.

La oscilación que dirige los hábitos sociales lusitanos del tiempo de la colonia hacia la órbita francesa está perfectamente recogida por el pintor, grabador y cronista Jean-Baptiste Debret (París, 1768-1848), llegado a Río entre los integrantes de la *Missão Artística* de franceses relacionados con el imperio napoleónico e invitados por el rey d. João VI de Portugal en 1816 tras la caída de Bonaparte. Entre ese año y su retorno a Francia en 1831, no solo dibujó y pintó la corte y la sociedad carioca, sino la flora, la fauna, las tradiciones y todo lo que le resultó de interés a la vez que exótico. El resultado fue la publicación en París entre 1834 y 1839 de varios volúmenes bajo el título *Voyage Pittoresque et Historique au Brésil, ou Séjour d'un Artiste Français au Brésil [Viaje pintoresco e histórico viaje a Brasil, o la permanencia de un artista francés en Brasil]*, obra ampliamente conocida y divulgada a través de abundantes publicaciones. En el volumen III, al referirse a las modas de las damas de la corte entre 1816 y 1822, asume que se hallan bajo la influencia de Francia e indica que “las plumas rojas de las princesas reales dieron paso a las plumas blancas de punta verde la honra de coronar la diadema de la emperatriz Leopoldina; las demás damas de la corte usaban todas plumas blancas y la combinación del oro y del verde aparecía solo en la combinación de su turbante,

⁴ Prado/Braga, 2011: 42.

⁵ Prado/Braga, 2011: 43.

junto con el manto verde bordado a oro y el faldón blanco bordado de plata que constitúan la vestimenta de gala para los días solemnes”⁶.

Si Debret demuestra tempranamente la ruptura con el ciclo colonial, los viajeros llegados en la primera mitad del siglo no dejan de sorprendernos por su visión, siempre sesgada por el eurocentrismo, sobre los gustos de la sociedad carioca. Las referencias a la moda en sus textos son muy marginales (pues en ningún caso era objeto específico de curiosidad) y en las escasas ocasiones en que se detienen, solo describen la manera de portar la ropa y las diferencias entre los europeos (mayoritariamente franceses) y los brasileños. Sin embargo, existe una mención valiosa que realiza el paleontólogo Alcide d’Orbigny (1802-1857), comisionado por la *Société de Géographie à Paris* entre 1826 y 1834 para viajar por América central y del sur con el fin de analizar especies fósiles. Mientras exploraba por varios países se detuvo en las costumbres locales, dedicando buen tiempo a estudiar Brasil y su pulso social. De vuelta a París consiguió publicar en 1836 *Voyage pittoresque dans les deux Amériques*, acompañada de numerosas litografías abiertas por Julien-Léopold Boilly (1796-1874).

En un fragmento en el que refleja la estancia en Río, afirma lo siguiente: “(...) Sería difícil dar una idea del intenso comercio de Río de Janeiro. El puerto, la bolsa, los mercados de las calles paralelas al mar están abarrotadas por una multitud de negociantes, marineros y negros. Los distintos idiomas allí hablados, la variedad de los vestuarios, los cantos de los negros que cargan fardos, el ruido áspero de los carros de bueyes que transportan las mercancías, las frecuentes salvas desde los fuertes y de los navíos que entran, los toques de las campanas que convocan al rezo, los gritos de la multitud, todo eso contribuye para dar a la ciudad una fisonomía confusa, ruidosa y original (...). La llegada de incontables portugueses acompañando a la corte, la afluencia siempre creciente de ingleses, franceses, alemanes e italianos, unos negociantes, otros trabajadores, fueron los factores responsables de este aumento rápido y acentuado. Junto a este crecimiento vinieron la abundancia, la riqueza, el lujo, frutos de un comercio y de una industria que progresan día a día”⁷.

Ese ambiente, meramente circunstancial, nos prepara para poder comprender el prestigio social de la moda en aquellos años. Recibir la influencia extranjera no era algo puntual sino el objetivo perseguido por los involucrados en el mundo de la moda. En realidad, Río, como capital, aspiraba a ser comprendida como una ciudad “europea” más. La bibliografía sobre los cambios operados en el siglo XIX en el sector de la indumentaria y la moda no paran de recordar los avances conseguidos gracias a la revolución industrial, pero también la mayor abundancia en Europa (y por el comercio, en América del Sur) de los tejidos de algodón, que vienen a complementar la lana y la seda, tejido este último que se empleaba para los vestidos o aderezos más caros: “la vía europea para satisfacer a millones de consumidores interesados en seguir la moda consistió en desarrollar ingenios mecánicos que permitieran la hilatura de algodón a costes módicos”⁸. Eso, unido a la creación de fábricas de algodón en Inglaterra, Francia (seda industrial en Lyon), Estados Unidos y otros países, no solo multiplicó la disponibilidad de los tejidos sino el vuelo imaginativo de los modistas en su faceta más artística, creando e innovando vestidos y prendas para las mujeres y afianzando el discurso de la moda.

Esta revolución, con origen en Europa, se inició gracias a una serie de factores. La revolución industrial actuó sobre la costura gracias a la mejora en las máquinas de coser, los avances en los tintes industriales y los sucesivos cambios y mejoras en la producción textil

⁶ Debret, 1940: 241.

⁷ D’ Orbigny, 1976: 167.

⁸ Riello, 2016: 59.

en las fábricas. “A mediados del siglo XIX, almacenes de novedades, sastres y modistas basaron en la riqueza de las telas, originalidad en los diseños y perfección del acabado el criterio de calidad, valorado por el cliente, junto a otra propiedad no menos novedosa, la de poder elegir, entre varias, la prenda que mejor le sentase o fuera acorde con su sentido particular de la elegancia”⁹. Todos estos elementos entre la década de 1860-1870 tuvieron como consecuencia una explosión en la calidad y variedad de la moda que finalmente llegará a las clases medias (que comprará ropa hecha) y exigirá la constante obligación de crear modelos distintos para favorecer la creciente industria de la moda como herramienta capitalista. Este fenómeno económico y cultural tendrá una repercusión universal y abarcará de lleno a Brasil.

La generalidad de la indumentaria femenina francesa hacia 1870 impone la variedad y el éxito de la palabra moda se afianzará como sinónimo de innovación: “los vestidos de señoritas eran complejos en cuanto a elementos, casi como un estilo, bellas artes en arquitectura, un sobre todo. Cuellos cuadrados, solapas, lazos, corsé, polisón y crinolina caja, volantes, pliegue, cola, lorzas, delantales decorativos, mangas con decoraciones profusas en las muñecas”¹⁰. La moda masculina por aquellos años no tuvo tanta variedad; al contrario, las oportunidades para vestir de forma original se vieron muy restringidas. Hacia 1860 quedó fijada la toilette masculina en “una combinación de chaqué y levita negra hasta la rodilla, que se usaba con pantalones rectos de lana a rayas negras y grises, así como una chistera de seda”¹¹, que certificaba, hasta cierto punto, la muerte de la moda para el hombre prácticamente hasta el triunfo de la cultura pop en la década de 1960, un siglo después.

Partiendo del origen de la moda en París, este trabajo investiga sobre su llegada, aceptación y seguimiento en Río de Janeiro. Al mismo tiempo, es importante resaltar que la motivación para seguir la moda es individual y depende que la persona comprenda que la moda puede convertirle en una obra de arte en movimiento. El método de estudio se basa en realizar catas en la prensa local carioca rastreando algunos periódicos en días y/o meses consecutivos para comprobar si solo hay un tipo de anunciante que se repite o, en cambio, hay variedad en comercios, productos, importación, etc., además de buscar información concreta de interés para la indumentaria o la moda. De esta manera, hemos conseguido resultados que nos autorizan a elaborar una serie de conclusiones que presentaremos en el apartado final. La prensa consultada se puede dividir en tres apartados: periódicos publicados diariamente, aunque su durabilidad suela ser de pocos años; revistas -aunque regulares- de tono satírico sobre la crítica política y social con referencias a la moda y, finalmente, algunos periódicos parcial o íntegramente dedicados al público femenino y a la moda -ambas cosas se confunden-, aunque también aborden temas literarios, pero que no incorporan la crítica de moda, comparable a la crítica artística.

El comercio de la moda en Río de Janeiro en el ocaso del Imperio.

La década de 1860 será el momento en que despegue de forma definitiva la moda francesa. Por aquellos años, sabemos que en Río se había adoptado el esquema romántico del vestido que, de arriba hacia abajo, se conformaba por un escote que solía dejar parcialmente al aire los hombros de los que arrancaba una manga variable, quedando el pecho cubierto por un fichú de encaje. Bajo el cuello lucía una joya. El corpiño era la pieza central del cuerpo del vestido, unido por una cinturilla a una falda de ricas sedas con guarniciones de encaje o

⁹ Cerrillo Rubio, 2010: 44-45.

¹⁰ Padín Otero: 2023, 70.

¹¹ Breward, 2023: 45.

pedrería, según el gusto del modista, que descansaba sobre enaguas¹². También es frecuentemente citado en Río el uso del chal de cachemira -o casimir-, una fina de lana de cabra, seguro que entremezclada con seda y que, sin duda, fue el objeto central del armario de cualquier mujer con éxito social. El hombre de la élite social vestiría a la inglesa siguiendo el modelo ya comentado, cubriendo su cabeza con un *top hat* o chistera.

Esta breve descripción, que resume la esencia del periodo que investigamos, es el resultado de seguir la pista al género vendido en las tiendas de tejidos, sastrerías, mercerías y todos los establecimientos que, en general, se ocupaban de la confección textil y la venta de complementos. En ese año, llama la atención que el vendedor de modas (y no sabemos si sastre) Antônio José de Araújo Amorim vendía en su tienda de la rua do Hospício 83¹³ ropa hecha a medida para hombre, cortes de tejido de seda, volantes de encaje, variada guarnicionería, encajes de guipur -ejemplo del éxito de la industria textil-, así como camisas bordadas y otro género. El propietario enfatiza que es una tienda de guarnicionería (encajes, volantes, ribetes) y ropa hecha¹⁴. Otra tienda, situada en este caso en la rua dos Ourives 78, bajo el pretencioso nombre -a la vista del presente- de *Ao Toilette Económico*, con una sutil referencia a Francia, pero añadiendo la palabra “económico” para no asustar, ofrece también guarnicionería, tocados con plumas para niños y niñas, peines de tortuga y otras muchas prendas, pero destaca las *saia balão*, o *saia baloné*, es decir, faldas sobre varias enaguas o, tal vez, crinolina¹⁵. Ambas noticias contienen un dato esencial: que era usual la venta de ropa hecha, algo que hoy puede parecernos evidente, pero no en 1860, pues en muchas ciudades del mundo lo común era que la ropa la hiciesen sastres y costureras en sus talleres. Esto pone en evidencia que la ciudad era verdaderamente comercial, actualizada en la organización de su actividad profesional y abierta a la modernidad internacional, incluso con trajes hechos y a la venta para las clases medias, como había descrito décadas antes Alcide d’Orbigny.

La publicidad de la tienda de *Lyrio, Brandão e Velloso* situada en la rua da Alfândega 117, vendía mantillas “de nobleza” negra con adornos de terciopelo y *vidrilhos* (algo así como apliques de pedrería de vidrio, es decir, flecos de canutillo, o paillettes), ricos cortes de seda negra con 3 capas de volantes -*babados*-, faldas de terciopelo -*veludo*-, otra variedad de faldas guarneidas y faldas de bordados a *ponto real*, es decir, punto de cruz. También menciona tejidos (y faldas¹⁶ producidas en su taller) de “chita em cambrainha de duas saias [chita en batista de dos faldas, o capas]”, una información confusa porque la *chita* es un tejido de algodón de escaso trenzado y poco valor, mientras que la *cambraia* es tejido batista de algodón, muy fino, más valioso y requerido para prendas frescas. También anuncia camisas de algodón o de lino y, al mismo tiempo, de *fustão* (tejidos de lino, algodón o seda más grueso, normalmente de lino) y franela, que, aunque sea de algodón, al estar cardado por las dos caras ofrece mayor rugosidad y, consecuentemente, es más abrigado y pesado¹⁷. Si observamos los tejidos que se vendían (en metros de tela o ropa confeccionada), abundan los textiles ligeros como el algodón o el lino. Considerando la producción brasileña de algodón, no es de extrañar que las tiendas cariocas lo vendiesen a un precio competitivo, además de ajustarse

¹² Llama la atención que la crinolina de gran diámetro no sea nombrada en la documentación carioca, pero fue usada en la ciudad, como podemos apreciar en algunas fotografías tomadas entre la década de 1870-1880.

¹³ Creemos que es relevante ofrecer el nombre de las calles de la época, sin traducir, porque nos permite hacer un seguimiento de la geografía de la moda carioca.

¹⁴ *Diário do Rio de Janeiro*, 27 de marzo de 1860.

¹⁵ *Correio da Tarde*, 4 de janeiro de 1860.

¹⁶ El término *saia*, que en español literalmente significa falda, es el usado en la época, pero también se emplea *saia* como un vestido sencillo enteramente confeccionado con el mismo tejido, lo que invita a la confusión al no ser claramente especificado en el texto original.

¹⁷ *Correio da Tarde*, 9 de janeiro de 1860.

al clima tropical. Pese a todo, no existió un combate entre la lana y el algodón en Río de Janeiro. Como ya hemos indicado, seguir las modas como ascensor social fue más fuerte que la diversidad climática que representan ambos tejidos, la fría humedad y el calor, respectivamente, pese que la ciudad pasa muchos meses del año entre 30 y 40°C.



Fig. 1. Publicidad del comercio “À la Ville de Paris”. *O Cruzeiro*, 4/01/1878.

Fuente: Hemeroteca Digital. Biblioteca Nacional Digital, Brasil.
<https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>

La preferencia por el algodón en el comercio popular, así como entre los clientes de la burguesía y la aristocracia imperial, se aprecia en la aparición de numerosas tiendas que despachaban prendas ligeras listas para usar, como el *Depósito de Camizas* ubicada en la rua do Hospício 68, en la que se vendían calzones y camisas de todas las calidades para hombres y para niños, además de confeccionarse expresamente a medida ese tipo de prendas, empleando un amplio surtido de *fazendas*, es decir, guarnicionería, suponemos que para la ropa infantil¹⁸. Ese tipo de comercio podemos verlo reflejado en *Depósito da Princeza* en la rua Direita, 68-70, entonces y hoy el eje vertebral del centro de Río, que publicaba en 1883 la venta de camisas de

¹⁸ *Jornal da Tarde*, 27 de noviembre de 1869.

lino superiores (para mujer), pañuelos y otros objetos de fantasía (se entiende que se refiere mantillas rodeadas de encajes de blonda, cintas, pasamanería varia, etc.)¹⁹.

Otros comercios que alcanzaron éxito en las décadas de 1870 y 1880 fueron *À la ville de Paris*, en la rua do Ouvidor 41, (fig. 1) un nombre escogido para aportar distinción al género vendido (la tienda llega al tiempo de la República, después de 1889) y se distinguía por confeccionar la ropa a medida por un sastre, sin especificar su identidad, por lo que suponemos que serían varios oficiales o un sastre jefe cambiante. Realizaban “cortes finos” para piezas de calidad y destacaban el uso del tejido casimir²⁰. Pero lo que más nos sorprende de este comercio es que destacan cortar tejidos “propios de la estación”. Por el contexto no se refiere exclusivamente a las estaciones cálidas, sino al clima carioca en general, una auténtica excepción pues parece que la climatología estaba fuera de los comentarios o preocupaciones de los negociantes y cronistas, más allá de quejarse del calor. *Ao Balisa* es el nombre de un comercio de moda en la rua do Hospício 84, que vende fracs de lana franceses, trajes de casimir de color, pantalones de casimir o batista, chaquetas de cheviot y otros productos, todos a medida²¹.

La nómina de sastres no para de crecer conforme pasa el tiempo y las referencias siempre se refieren a hombres, pero esto no hace de la profesión exclusiva para los varones, pues las mujeres sastres contaban por aquel entonces en París con gran prestigio y en tiempos anteriores a los que ahora estudiamos ya se conocía el nombre de sastras en Río. No obstante, la identidad de algunas de ellas será comentada más adelante. En 1881 el periódico semanal *Brazil. Folha semanal...*, en un apartado sobre profesionales en la ciudad, reconoce la existencia de 16 sastrerías, algunas citadas por el nombre del sastre, en otras ocasiones por los apellidos y en algunos casos, por el nombre del comercio²². Affonso Marinho Iorio se publicita como nuevo sastre en su establecimiento *A Capital de Roma*, en la rua do Concelho 99 y todo indica que fuese un emigrante italiano o hijo de emigrante²³. En esos mismos días aparece registrado el *alfaiate*, sastre, Alfredo Ramos & Cabral en su atelier *Duas Coroa*²⁴; el anuncio no especificaba sus tejidos o los servicios ofrecidos y también hemos podido rastrearlo durante varios años. En el ya citado diario *Brazil* en 1881, se añade la identidad de algunos sastres que no aparecen en otros medios de comunicación. Es el caso de Bento Ferreira, Araújo Amorim, Baillon & Kétéle, A. Farrouch, Carvalho & Gomes, J. C. de Rebello, o como hemos dicho, el nombre de las sastrerías caso de *Águia de Ouro* o *Estrella do Brasil*²⁵. Por cierto, en esos años 80 muchas sastrerías adoptaron nombres franceses como *Au Trocadero* o *A Nôtre-Dame de Paris*, incluyendo en la publicidad imágenes grabadas de los monumentos de París, aumentando constantemente entre la élite la dependencia de las ideas francesas sobre la moda.

Aunque no es frecuente, más bien raro, hemos identificado a un sastre (cuyo nombre no se indica) especializado en uniformes militares con establecimiento abierto en la rua Príncipe dos Cajueiros 96. Entre la oferta de productos incluye una propuesta que nos sorprende, al menos bajo la perspectiva del siglo XXI, que consiste en confeccionar dichos uniformes sin

¹⁹ *Correio da Tarde*, 6 de junho de 1883.

²⁰ *O Cruzeiro*, 4 de enero de 1878.

²¹ *Brazil. Folha semanal...*, 25 de dezembro de 1881. Citaremos la publicación de este número en reiteradas ocasiones, no por haber dejado de consultar otras fechas, sino porque, al parecer, dejó de ser publicado a pesar de ser anunciado como semanal. Sin embargo, en ese ejemplar aparece una riquísima información sobre la moda de ese año, como una foto fija.

²² *Brazil. Folha semanal...*, 25 de dezembro de 1881.

²³ *Correio da Tarde*, 8 de junho de 1883.

²⁴ *Correio da Tarde*, 5 de junho de 1883.

²⁵ *Brazil. Folha semanal...*, 25 de dezembro de 1881.

necesariamente pagarse en el momento, sino aceptando un descuento mensual a partir de su sueldo de militar, un dato marginal que dice mucho de la época. También señala que confecciona ropa de paisano “no rigor da moda”²⁶.

Los complementos al gusto de la élite carioca.

Como es de esperar, los complementos formaban una parte esencial de la forma de vestir. En una ciudad capital, cabeza de la diplomacia internacional, del comercio y de la vida social, vestir a la europea suponía una promoción social y las sombrererías no solo eran imprescindibles, sino que en muchas ocasiones se situaban en los rincones privilegiados de la geografía carioca. Entre los numerosos establecimientos nos ha llamado la atención la *Chapelaria A. J. Machado*, en la céntrica rua da Quitanda 57, publicitada como la que oficialmente sirve a S. M. el Emperador. Más allá de divulgar la variedad y calidad de sus sombreros -*chapéus*- informa de un sistema de arrendamiento de sombreros, una especie de *leasing* iniciático, en el que se crea en la tienda una suscripción para los que deseen tener todos los domingos un sombrero como nuevo pasen por allí a recogerlo, dejando el anterior en consigna para ser planchado y repasado, ofreciendo la opción de compra. Estamos en 1869²⁷. Más convencionales serían las opciones registradas en *Ao Chapéu de Bragança* en la rua Visconde de Uruguay, que vendía todo tipo de sombreros, desde las chisteras comunes a un tipo que, hemos observado, se puso de moda en la década de 1870, el *sombrero de Chile* para hombre, de fieltro, pero de Ala ancha y redonda, de mayores dimensiones que el sombrero panamá. También vendían *chapéu de manilha*, propio para las mujeres en día de paseo, de paja redondeado, Ala ancha y copa más baja, además de sombreros de paja plana tipo canotier para hombre y niños, etc²⁸.

Sin abandonar el ámbito del ornato de la cabeza, el peinado y las aguas refrescantes para el cabello ocuparon un espacio en los años sesenta. Por lo que hemos podido investigar *A cabeça de ouro* sería regentado por el peluquero parisino Charles Guinard, local que se ofrecía para realizar peinados, pero destacaba como la estrella del negocio la promoción de lo que parece ser un ungüento, llamado *Água Circassiana*, con receta elaborada por el Dr. Chosnososkoff, que no hemos podido identificar y que, tal vez, fuese un producto más de la charlatanería decimonónica. Lo cierto es que se prometía como perfumador del cabello y retardador de las canas²⁹.

En cuanto al calzado, no hay dudas de que el más prestigioso era el importado de Inglaterra, pues las referencias son constantes, sin dejar de lado las importaciones francesas e incluso el trabajo del cuero nacional. De hecho, en *Calçado Santos, Lopes & Cia*, en la céntrica rua da Quitanda, se ofrecía la venta de zapatos de origen inglés, aunque también nacional, para mujeres, hombres y niños³⁰. Tuvo mucho éxito un comercio que hemos visto durante varios años, el *Novo armazém de calçado de D. S. Ribeiro*, en la rua do Rosário 44, que vendía calzado inglés de varias marcas, destacando Homan & Co. de Londres, marca que no hemos conseguido rastrear³¹. También destacaba las botas tipo Napoleón, caracterizadas por tener caña alta hasta la rodilla y, a veces, la puntera más afilada. Vendían botines de becerro llamados Garibaldi, es decir, de caña media, a unos 10 cms. sobre el tobillo y *borzegins chagim*, botines ajustados a tobillo y forrados de pellica o cuero fino; es decir, que vendía todos los

²⁶ *Diario de Notícias*, 7 de julho de 1872.

²⁷ *Jornal da Tarde*, 3 de dezembro de 1869.

²⁸ *O Fluminense*, 22 de maio de 1878.

²⁹ *Diario do Rio de Janeiro*, 20 de marzo de 1860. Circasia es una región del Cáucaso, y el origen del agua o receta parece aludir a esa región.

³⁰ *Jornal da Tarde*, 27 de novembro de 1869.

³¹ Siempre existe la posibilidad de que se haya producido un error de la redacción correcta del nombre en origen.

productos de calidad y moda en Europa³². Otro establecimiento de éxito fue *Casa Mascotte* del empresario Cesáreo Lopes Rangel, en la rua Barão de Amazonas 17, que vendía calzado internacional y funcionaba, al mismo tiempo, como depósito de cueros nacionales³³. Lo cierto que es que no hay demasiadas referencias sobre su género, pero debía tener precios populares pues hemos apreciado su permanencia desde los años finales de la década de 1870 y toda la de 1880. No podemos olvidar los célebres calzados *Clark*, creados en Inglaterra en 1825 y vendidos en Río, al menos, desde finales de la década de 1870, apareciendo su publicidad en diversos diarios y periódicos de la época.

El cuero, en un país como Brasil, no solo era abundante sino relativamente barato. Además, durante la segunda mitad de la época imperial, gracias a las migraciones provenientes del centro y norte de Europa, especialmente desde Alemania, establecidas en los estados del sur, la cantidad y calidad de la producción de cueros dio prestigio a sus derivados (zapaterías, guarnicionerías, complementos variados) que se extiende hasta la actualidad. *A Luva de Ouro*, existió en la rua dos Ourives 74 dedicado al género de los guantes, entre los que destacaban los de la casa Jouvin, célebre empresa de Grenoble (Francia) en la confección y venta de guantes con una expansión notable desde la década de 1860 al abrir una nueva sede en París³⁴ y podemos comprobar su éxito en Río de Janeiro en 1872. Se despachaban en todos los colores, con dos o tres botones de cierre. También se vendían guantes de gamuza para montar, de pellica de Suecia y otras variedades. El negocio aprovechaba también para vender ropa blanca de señora, camisas bordadas de hombre para boda, así como ajuar de novias, bautismo, zapatillas de lana con adornos de vidrio, en fin, objetos de lujo para una sociedad burguesa y exigente³⁵.

En el país del oro y las piedras preciosas no sería de extrañar que las joyerías no solo existiesen, sino que abundasen. Sin embargo, aunque encontramos publicidad de tiendas especializadas, no es un tipo de establecimiento tan común. Creemos que la causa se debe precisamente a lo primero, que era tan común la existencia de piedras preciosas que probablemente los joyeros u orfebres -ourives- fuesen contratados directamente, como en tiempos de la colonia, y no a través de tiendas. De hecho, en la actualidad, las afamadas joyerías de la zona sur de Río, de gran calidad, venden a un público turista; el carioca sigue encargando estos trabajos al *ourives*. Podemos destacar al joyero Antônio Teixeira da Costa, que anuncia en 1883 su comercio *Ao Regulador Goytacaz* abierto en la rua Direita 92, especializado en relojes, objetos de oro, plata, brillantes y otras piedras preciosas³⁶. También conocemos el prestigio de la *Relojoaria E. J. Gondolo*, establecida en la rua da Candelária 16, que, además de relojes, en 1881 vendía otros complementos de lujo como medallas, cadenas o pulseras³⁷.

Por último, durante el último cuarto del siglo XIX, haciendo una valoración de conjunto sobre la ubicación de los comercios de moda, las sedes de las revistas y todo lo relacionado con este sector, el eje en el que transcurría la vida, la *milla de oro* de Río de Janeiro era la rua do Ouvidor y la rua dos Ourives (hoy Miguel Couto) en el actual centro de la ciudad, que ya no poseen el prestigio del pasado, pero sí mucha historia.

³² *Diário de Notícias*, 7 de julho de 1872.

³³ *Correio da Tarde*, 5 de junho de 1883.

³⁴ Wahl/Vinourd, 2022: 3.

³⁵ *A Nação*, 3 de julho de 1872.

³⁶ *Correio da Tarde*, 5 de junho de 1883.

³⁷ *Brazil. Folha semanal...*, 25 de dezembro de 1881.

La prensa *de moda* o la moda en la prensa.

La prensa carioca en el periodo cultural que analizamos recoge casi un centenar de publicaciones de diversa índole. Por un lado, están los diarios que divultan el palpitar cotidiano, con duración temporal variable y donde mejor se refleja la publicidad. La prensa asociada a una ideología política o a instituciones culturales y sociales también es muy numerosa, frecuentemente publicada semanal o quincenalmente. Lo mismo acontece con los periódicos satíricos, de trasfondo político, pero de gran utilidad para la moda, pues las inevitables viñetas litografiadas muestran, a veces de forma hiperbólica, los usos y costumbres del vestir. En general podemos indicar que sería extraño que fuese cual fuese el objetivo de la prensa, no incluyese, al menos, alguna gacetilla o anuncio indicando sastrerías, sombrererías y todo lo relacionado con el gremio de la confección de prendas y de moda.

Las viñetas que muestran a personajes en diferentes situaciones guardan sorpresas para la moda, sobre todo en la prensa satírica. Es cierto que la moda no era protagonista como tal, a no ser que se introdujese como fórmula irónica para mofarse de la grandilocuencia del vestido, el exceso del tamaño de los sombreros, la altura de las chisteras, etc., pero, sin quererlo, señalan los indumentos más usados. En Río de Janeiro el italo-brasileño Ângelo Agostini creó en 1879 la *Semana Illustrada*, publicando números hasta 1894 y luego algún número suelto hasta 1898. El contenido era irreverente, presidido por la sátira política, el abolicionismo (que solo va a proclamarse en 1888) y el espíritu republicano³⁸. Junto a los textos destacan las ilustraciones satíricas en las que se dibujan las formas de vestir de la época. Sobre las caricaturas solo sabemos que fueron dibujadas en los años finales por el pintor y grabador Pereira Neto; las anteriores no vienen acompañadas de firma. Para analizar la impronta de la moda en las composiciones artísticas tenemos centenares de ejemplos a lo largo de sus quince años de existencia, pero nos centraremos solo en 3 casos representativos. En el número del 12 de marzo de 1871 (fig. 2) se publica una viñeta en la que el marido promete a su esposa hacer un regalo cada día de los santos que componen su nombre, y en la siguiente, ella le reclama esos regalos y él le indica que se han diluido en las facturas de los modistas a lo largo del año, señalando comercios de ciudad, entre ellas de la sastrería Nôtre-Dame, de Palais Royal, de la casa do Bernardo y de Mme. Comaitá y Mme. Creten, dos sastres mujeres y aparentemente francesas, que no aparecen en otros registros³⁹.

En otra ilustración de 1876 se retrata una supuesta conspiración, en la que participan miembros de la élite, unos vestidos de frac, otros portando un *paleto*,



Fig. 2. Viñeta. *Semana Illustrada*, 12/03/1871. Fuente: Hemeroteca Digital. Biblioteca Nacional Digital, Brasil. <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>

³⁸ Aragão, 2005: 32-34.

³⁹ *Semana Illustrada*, 12 de marzo de 1871.

hoy *paleto* -una casaca- embozados en capas y claramente identificados por las chisteras, contra hombres del pueblo, vestidos en tonos claros que sugieren prendas de algodón que serían un calzón y camisa ajustadas al cuerpo⁴⁰. En otra escena, esta de 1877, se presenta junto a otras muchas, un baile en la corte, donde los hombres visten de impecable frac con cuello stock, y las damas llevan vestidos con silueta sirena, de ligera cola y discreto polisón, que, en cualquier caso, siguen la moda de la *maison Worth* de París, creada en 1858, que expandió sus modelos por el mundo a lo largo de la década de 1860, incluido Río de Janeiro⁴¹.

Pero la publicación más directamente relacionada con la moda es el periódico quincenal *A Estação*. Esta revista fue creada en Río de Janeiro por el belga Jean-Baptiste Lambaert y situada en la rua dos Ourives (un tramo hoy desaparecido, al ser construida la avenida Rio Branco). Este magazín formaba parte de un negocio creado en Berlín por la revista *Die Modewelt*, cuyos artículos eran redactados en esa ciudad y los grabados diseñados en Leipzig, destinados a divulgar el gusto de la moda francesa. El emprendimiento fue un éxito porque aparecieron versiones nacionales en muchos lugares de Europa que tomaban la revista original pero traducida en París con versiones pensadas para los países donde sería publicada. Ya en el periódico local, como es el caso de Río, se añadían textos literarios de autores locales⁴². El amplio estudio realizado por Ana Cláudia da Silva nos informa sobre el origen y evolución de la revista carioca, la filiación alemana, la participación francesa, su expansión por el mundo y otros muchos detalles, pero nos interesa especialmente la valoración que hace de su impacto en Río. Destaca que *A Estação* también podría interesar perfectamente a las damas de la clase privilegiada, porque la revista promovía los valores culturales apreciados por la élite carioca, la cual buscaba legitimación, identificándose con la cultura tradicional y aristocrática europea. Así, para los miembros de la élite, *A Estação* expresaba la fantasía de una identificación cultural con Europa, mientras para las clases medias alimentaba las aspiraciones de ascenso social al nivel de la élite”⁴³.

Gracias a esa información previa, podemos entender los objetivos de la revista. No se trataba de reflexionar sobre la moda más conveniente para Brasil, o se sugería lo que convenía vestir en función de la realidad local. Al contrario, proponía una forma de actuar socialmente parisina a través de los vestidos y los complementos, adecuando los trajes a las edades de la mujer, las estaciones (versión europea), así como las mejores guarniciones -fazendas- para adornar los vestidos. Las crónicas de París, habitualmente publicadas en la primera página, aluden a las novedades observadas y derivadas de las habilidades de modistas o costureras, pero en ningún momento se introduce una reflexión crítica. En las páginas interiores se desarrolla una explicación de cada vestido, que no solo está dirigido a la lectora, sino que se dan instrucciones a modistas y costureras (o costureros). Es cierto que, en alguna ocasión aislada, el texto se redactaba en París para la edición carioca incluyendo alguna referencia a la conveniencia de un tejido o un corte para los climas más calurosos, pero poco más.

Como ejemplo, en la portada de la edición del 15 de febrero de 1879 (fig. 3) bajo el título de *Crónica Pariziense*, la escritora Antônia Auré aconseja el uso del vestido “a la polonesa”, con un pequeño recogido bajo la cadera y el consabido corte sirena que impuso progresivamente en la década de 1860 el modista Worth en París⁴⁴. Cada página, como hemos

⁴⁰ *Semana Illustrada*, 13 de janeiro de 1876.

⁴¹ *Semana Illustrada*, 27 de outubro de 1877.

⁴² Brasil, Bruno (2025). “A Estação-Jornal Ilustrado para a Família”. *Biblioteca Nacional Digital*, disponible en: <https://bndigital.bn.gov.br/artigos/a-estacao-jornal-ilustrado-para-a-familia/> [consulta 20 de enero de 2025].

⁴³ Silva, 2009: 21.

⁴⁴ *A Estação*, 15 de fevereiro de 1879.

dicho, incluye figurines; ello significaba que el texto estaba destinado a explicar la prenda dibujada y la mejor manera de confeccionarla, como es el caso de la ropa infantil, más delicada y exigente en la selección de los tejidos⁴⁵. Esa línea continua en el tiempo, por ejemplo, presentando modelos de vestir para recibir en casa o vistiendo una lujosa capa festoneada de encaje y otras aplicaciones de encaje de chantilly⁴⁶. A modo de curiosidad, hemos consultado la portada publicada el 15 de noviembre de 1889 (fig. 4), el día exacto en que caía el imperio, y encontramos en el “Correio de Moda” el figurín de una mujer vestida con redingote de pelo de astracán de doble botonadura y cuello chimenea acompañada de otra mujer usando prendas más simples de lana, ambas mostrando el triunfo del corte de dos piezas, falda sobre enaguas y una chaqueta ajustada a la cintura que recae en una camisa de lino, quedando el



Fig. 3. Ilustraciones en página interior de *A Estação*, 16/02/1879. Fuente: Hemeroteca Digital. Biblioteca Nacional Digital, Brasil. <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>

cuerpo marcado por el corpiño. Esta será la silueta que llegará hasta el siglo XX y divulgada en Río gracias a esta revista⁴⁷.

Existieron también otras revistas que contemplaban la moda como parte de la publicación y las denominadas “revistas femeninas”, que consideraban la preocupación por la moda una prioridad. Entre las primeras podemos considerar el periódico semanal titulado *O Globo*



Fig. 4. Portada del periódico *A Estação*, 15/11/1889. Fuente: Hemeroteca Digital. Biblioteca Nacional Digital, Brasil. <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>

⁴⁵ *A Estação*, 15 de marzo de 1879.

⁴⁶ *A Estação*, 30 de mayo de 1885.

⁴⁷ *A Estação*, 15 de noviembre de 1889.

Ilustrado (fig. 5) publicado durante un año, entre 1881 y 1882. En él se incluyeron opiniones sobre moda, es decir, qué vestido conviene según el momento, señalando en todos los casos que fue “visto en París”, mientras la litografía reproducía el modelo comentado⁴⁸. En todos los números de ese periódico se repetía el esquema, aunque en los últimos ejemplares los comentarios sobre moda perdieron fuerza, sin dejar de mostrarse figurines, como el que ocupa la portada del penúltimo número publicado el 14 de mayo de 1882, que reproduce vestidos de paseo en raso y seda con mantillas y adornos con flecos aplicados sobre las faldas⁴⁹.



Fig. 5. Portada de *O Globo Ilustrado*, 18/12/1881. Fuente: Hemeroteca Digital. Biblioteca Nacional Digital, Brasil. <https://bdigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>

Entre las revistas dedicadas a la mujer y la familia debemos considerar *Echo das Damas*, aparecida en Río entre 1879 y 1888 bajo la dirección de Amélia Carolina da Silva Couto, una mujer que en la redacción solo empleó a otras mujeres. Los contenidos de la revista no presagiaban un cambio de rumbo en la percepción social de la mujer, es decir, que no parece

⁴⁸ O *Globo Illustrado*, 18 de dezembro de 1881.

⁴⁹ *O Globo Illustrado*, 14 de maio de 1882.

CASA DE BÓRDADOS SANTAREM

A comissão toda a bordados feitos à mão, em bro branco, e sobre pano, setim, azenha, talagarsa, etc. - se estofos, armazéns, carpato-relógios, etc., etc. - este em almofadas bordadas, quer seja qualquer trabalho de sem distinção alcance a máxima perfeição, ade o médico prego.

encomendas tanto para a cima ou para o interior

artimentos das novidades os e artigos pertencentes direcamente de coes em qualquer dessas ides.

A DOS OURIVES - 32 B
TO DE JANEIRO

VILLE DE LION
DE S. JOSE - 39
Marié d'Oliveira
e grande oficina de costuras e encomendas sobre mes-
es éxvooas para noivas, o de seda ou setim por 20\$000 e 150\$000.
mo faz-se em 12 horas, bem medida, de 8 a 128.
alinhava-se e acerta-se n brevidade e perfeição.

naux Français
la & Cia, se dirigem pa-
sute publication périodique
a autores paga 200 francos, rá-
cos manuscritos e inti-
cos mandados a seu endereço,
com a indicação. Envio-
se envolve para a numero
que mencionam os jouve-
los mais importantes est
a demanda.

Do Ourives, 7

AFE' PURO
rua do General Camara

ELIXIR
do
DR S. D. RAMBO

Este magnifico dentifício e elixir, licenciados pela inspectoria geral de hygiene e recomendados por medicos e dentistas, por sua superioridade intrínseca e exelente aspecto e gosto, tem conquistado a mais alta reputação. São composto de substancias altamente recomendaiveis por seus beneficos effeitos sobre as gengivias, dentes e halito, e excedeem em vantagens aos conhecidos até hoje.

Encontram-se nas principais casas de perfumarias

DEPOSITO GERAL
4 Largo de S. Francisco de Paula 4
Primeiro andar

COUTURIERE
Mme. Louise Bragne
ex-contra-mestre da
NOTRE DAME DE PARIS

Aprompta com brevidade e perfeição qualquer encomenda concernente a toilettes de senhoras e meninas, na sua officina.

27 RUA NOVA DO OUVIDOR 27
Sobrado

AU PALAIS DES DAMES
62 RUA DE S. JOSE 62
MOUTINHO & DUARTE

Boas Festas: Excellentíssimas
queriam ter a bondade de vir ver
os sedés de xadrez lizo, ottoman, tricotine glassé, ricam-
te enfatizados com renda, pelúcia
veludo, vidrilhos, etc., por 45\$,
50\$ e 55\$ que vende esta casa.
Faz se de encomenda lindos
exvooas completos para noiva ri-
camente enfeitados com vestido de
se seda ou setim à 65\$, 80\$, 100\$,
120\$ e 150\$ com perfeição e prom-
priedão.

Faz se de encomenda em 12 ou
24 horas lutos completos à 100\$ e
120\$.

RESTAURANTE DEMOCRATA
Reabertura depois de incendio

UNICA CASA NESTE SYSTEMA
Asseio, economia e promptidão

Almoco 400 réis, 4 pratos, chá
ou sobremesa: jantar, 400 réis 5

Fig. 6. Publicidad de sastras. *Echo das Damas*, 04/01/1888. Fuente: Hemeroteca Digital. Biblioteca Nacional Digital, Brasil. <https://bdigital.bn.gov.br/hemerotecadigital/>

sumarse a la tendencia *bloomer* que unas décadas antes, en Estados Unidos, promovía Amelia Bloom, incitando al uso de una especie de falda-pantalón⁵⁰, tal vez el primer avance feminista en la moda. Sin embargo, la lectura del periódico arroja información valiosa, pues buena parte de la publicidad revela el nombre de mujeres dedicadas al oficio de sastre. Hemos hecho un seguimiento al año 1888, quizás el que contiene más información bajo esta perspectiva. En enero registra publicidad sobre la costurera Mme. Louise Dragne, ex maestra de costura de la sastrería *Nôtre-Dame de Paris* y ahora con taller de costura propio para mujeres y niñas en la rua do Ouvidor 27 (fig. 6); también sabemos que Mme. Marie d’Oliveira, de la casa *À la Ville de Lyon*, aceptaba encomiendas de vestidos de seda y raso a medida en su taller de la rua São José 69. Se anuncian otras casas de moda como *Au Palais des Dames*, de los sastres Martinho & Duarte, en la rua São José 62, que insiste en ser casa de modas y de costura -es interesante que separe ambas funciones- y se compromete a realizar con éxito vestidos de seda a cuadros o lisos, adornados con encajes, terciopelos y vidrios o paillettes⁵¹.

En un número posterior, vemos recogido el trabajo de Mme. Lagarde realizando modas y costuras en su atelier de la rua Gonçalves Dias 45, o a Mme. Capitani, bordadora, en la rua dos Ourives 32. También se anuncia la sastrería *À la Place de la Concorde*, de los sastres Abreu & Santos, en la rua dos Ourives 13⁵², dedicado al comercio de la importación de piezas confeccionadas en París y Londres, sobre todo casimir francés.

De la prensa al lienzo. La moda en las colecciones pictóricas del Museu Nacional de Belas Artes do Rio de Janeiro.

Hace ya muchos años que iniciamos estudios sobre los contenidos iconográficos y demás aspectos formales de la pintura del siglo XIX en el *Museu Nacional de Belas Artes* de la que, por entonces, era la capital de Brasil. Una de las cuestiones que nos sorprendía era la modernidad de los artistas brasileños; es cierto que casi todos se formaron en la *Academia Imperial de Belas Artes* con maestros franceses, y que muchos emprendieron viaje a Europa con estancias en París y Roma para formarse mejor, pero aun así había algo de calidad excepcional que no sabía descifrar. Ahora ya está claro. Era su vasto conocimiento de la cultura de la moda, reflejado en los pinceles.

La cuestión es que por mucho que conociesen la pintura francesa o hubiesen pasado períodos en París, la moda es voluble por definición y estos artistas, de regreso a Brasil y pasado un tiempo, sorprendentemente, aún se mantenían al cabo de sus cambios, una cuestión casi imperceptible para la mayoría, pero no para los amantes de la historia de la moda y la indumentaria como parte crucial de la historia del arte. La explicación a este enigma se hallaba en Río, siempre estuvo allí, presente en la prensa y en muchas de las fotografías de la época.

El punto de partida para investigar este hecho podría ser el trabajo del fotógrafo Marc Ferrez (1843-1923)⁵³, nacido en Río de Janeiro, de ascendencia francesa. Fue un gran estudiado de los recursos técnicos, revolucionándolos bajo muchas perspectivas y creando encuadres perfectamente pensados como una escenografía. Era muy frecuente que buscase un momento de comunicabilidad entre los individuos, gestos e imágenes puntuales, pero que mostrasen acciones atemporales -sorprender paseos por las calles donde los protagonistas

⁵⁰ Velasco Molpeceres, 2021: 164-165.

⁵¹ *Echo das Damas*, 4 de janeiro de 1888.

⁵² *Echo das Damas*, 26 de agosto de 1888.

⁵³ Para conocer mejor el acervo de este fotógrafo, visitar la página que le dedica el Instituto Moreira Salles de Río de Janeiro. <https://ims.com.br/titular-colecao/marc-ferrez/>

están atentos a conversaciones, por ejemplo- para que sus fotos trascendiesen el tiempo⁵⁴. Muchas de sus fotos realizadas entre las décadas de 1860 y 1880, reflejan la vida en las calles con los comercios de moda abiertos y el género que vendían, por ejemplo, rollos de telas apoyados junto a las puertas. Entre los 22 estudios fotográficos registrados en Río en la década de 1880⁵⁵, el suyo era el de mayor éxito por la veracidad de lo que registra siendo la moda una protagonista accidental.

Sin embargo, la pintura no es resultado de un momento, sobre todo en el género del retrato, sino una sucesión de toma de decisiones favorables para obtener la consecuencia deseada. En la creación artística no solo es esencial escoger el dibujo adecuado, la paleta de colores o el soporte. También la actitud del retratado, la pose y la indumentaria que porta, pues con esa indumentaria, con esa imagen, será recordado eternamente. Por ello, la elección de prendas para el retrato era crucial. Nunca sabremos exactamente cuál era el proceso caso a caso, pero es más que probable que los indumentos fuesen seleccionados por el cliente con la posible participación del artista aconsejando o añadiendo las prendas que considerase mejores para el éxito del lienzo. En el caso de haber sido así, el conocimiento del pintor es relevante, pues no se trata solo de elegir prendas sino asumirlas mentalmente, es decir, comprender las calidades de los textiles, diferenciar las lanas de la seda, el lino o el algodón, para poder pintarlos correctamente y que sean reconocidos por el espectador. Bajo esta perspectiva, todo buen pintor no solo acaba siendo un entendido en indumentaria para elegir qué conviene en cada momento, sino en el propio lenguaje de la moda.

Ese ha sido el planteamiento que nos ha llevado en los últimos años a analizar los fondos artísticos del museo y, finalmente, aproximarnos de manera mucho más profunda al contexto de la moda cuando fueron pintados. La *Cabeça de homem* firmada por Vítor Meirelles (1832-

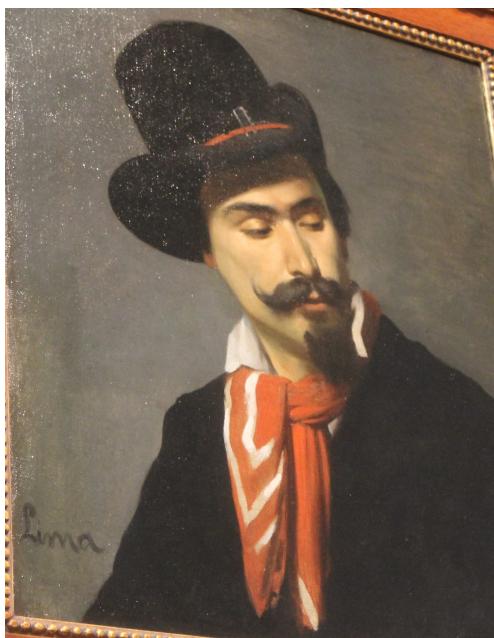


Fig. 7. Vítor Meirelles. *Cabeça de Homem*. Óleo sobre lienzo, c. 1856. Museu Nacional de Belas Arte, Río de Janeiro. Fotografía del autor.

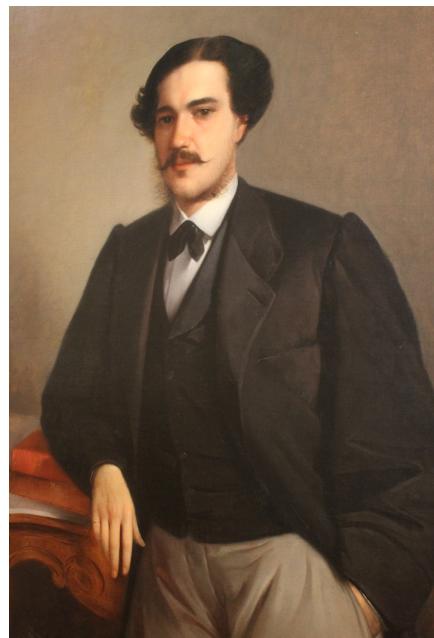


Fig. 8. Agostinho da Mota. *Retrato de Luís Antônio Alves de Carvalho*. Óleo sobre lienzo, 1863. Museu Nacional de Belas Arte, Río de Janeiro.

⁵⁴ Turazzi, 2000: 38-39.

⁵⁵ Burgi/Kohl, 2005: 69.

1903) presenta una perspectiva sobre la moda absolutamente original, sobre todo si consideramos la fecha de su ejecución, 1856 (fig. 7). Natural de Florianópolis, Estado de Santa Catarina, se formó en su tierra marchando posteriormente a Roma y París, donde permanecería entre 1852-1862. El lienzo que ahora nos interesa está perfectamente ambientado en su tiempo. El corte de la barba es el denominado *Napoleón III*, obviamente, de moda en París en la década de los cincuenta. El espíritu bohemio que el artista quería recoger se refuerza por la chistera con el ala doblada hacia arriba en el lado izquierdo, pero lo más sorprendente es el foulard que aparenta ser de seda roja con franjas blancas que crea algo así como la iconografía de un “antisistema” de su tiempo. En realidad, el conjunto de la vestimenta muestra a un joven burgués, tal vez diletante, que asiste a los acontecimientos de su tiempo con relativa despreocupación. La pertenencia a la élite se demuestra por el uso de la chistera y el foulard, propios de un dandi, que está en las antípodas del verdadero rebelde. Para un artista joven brasileño concebir este retrato debió de ser un salto hacia el futuro, rompiendo los modelos aprendidos sobre el género en el ambiente académico de su tierra natal catarinense.

Otro retrato masculino de gran interés es el efectuado por el pintor carioca Agostinho da Mota (1824-1878), formado en la tradición académica. En 1863 traza un lienzo de *Luís Antônio Alves de Carvalho* (Fig. 8). Muestra a un hombre relativamente joven sin que aparentemente nada llame la atención, usando el traje inglés de tres piezas: chaqueta negra de lana, chaleco del mismo color y tejido, pero con las solapas de seda, camisa almidonada con corbata y pantalón en un color crema. Un análisis más profundo del conjunto hace que apreciemos diferencias que lo sitúan en Río, algo que solo ahora podemos afirmar. En primer lugar, la chaqueta y el pantalón son más amplios de lo normal, lo que hoy podríamos clasificar como *oversize* y que contravenía la propuesta sartorial británica, que apostaba por un traje más ajustado al cuerpo -no confundir con lo que ahora calificamos como *slim*, que sería mucho más sobre la piel-. Aún más chocante es la elección del color crema para el pantalón de lana, puesto que en Inglaterra sería un color de mañana y muy informal; sin embargo, en Río de Janeiro, a la vista de las fotografías de Marc Ferrez, era un color aceptado y difundido entre la élite para todas las ocasiones. Se trata de un guiño al concepto de *moda carioca*. Por último, la corbata era de absoluta actualidad con tipo de lazo Napoleón, cruzado bajo el cuello en puntas cortas con nudo central, un detalle que redondea la informal elegancia brasileña.

Pedro Américo (1843-1905), natural de Paraíba, tuvo la oportunidad de formarse en París, gracias a la pensión que recibió personalmente del emperador d. Pedro II⁵⁶ y que le llevó a esa ciudad entre 1859 y 1869. Al poco de retornar a Brasil se instala en Río y bajo la influencia del retrato romántico recibiría el encargo de retratar a una dama de la corte, *Maria Custódia Guimarães de Almeida* (fig. 9). Para ello recurre a un concepto de retrato muy divulgado desde el siglo XVIII para los turistas por Italia, mezclando su imagen sobre una *veduta*, que en este caso es el Corcovado. Lo singular es que retrata a la mujer con un vestido de raso negro prácticamente sin ornato, salvo unas bertas, y manga campana bajo la que asoma una blusa de seda con ricos encajes en los puños y en el cuello redondo, sobre el que recae un foulard que maravillosamente representa la calidad de un tul de seda con encajes en los bordes. La construcción da como resultado la imagen de una burguesa carioca viuda poseedora de la más discreta de las elegancias, que se aprecia en el uso de unos pendientes de chapa de oro con perlas engarzadas a juego con una gargantilla, pulsera también de oro macizo y un anillo con un brillante solitario. Es un claro ejemplo del lenguaje de la moda al servicio del personaje, pero también una prueba de la exigencia del artista en el conocimiento de los brillos y tonos de color que hay que conseguir para ilustrar, como en este caso, el mundo de

⁵⁶ Valle, 2007: 130.

la moda y la joyería. Y decimos bien moda, porque el lienzo revela la consonancia con su tiempo.

La relación podría seguir con el análisis de muchas obras, pero creemos interesante contrastar el caso anterior con el retrato de *Joana Rosa da Silva* (fig. 10) efectuado por el ya mencionado Vítor Meirelles en 1880. En este caso, el artista se fija en reproducir la calidad de los tejidos, basados en las modas del II imperio francés⁵⁷. Analizando las prendas con detalle apreciamos en el fichú cierta artificiosidad en los volantes del cuello, muy anchos, que más parecen una pañoleta de encaje. La pieza está organizada en varias capas, la central confeccionada con malla de seda que se cierra en una lazada, mientras una medalla de oro pende del cuello por una cinta de raso. Al margen de la calidad de la pintura, que es excelente, la forma de vestir no parece responder a la moda, sino a un gusto personal de la mujer retratada. En definitiva, que este lienzo, a nuestro juicio, es un magnífico ejemplo para diferenciar lo que está de moda y lo que no. En cualquier caso, demuestra que el estudio del vestido ofrece pistas inusitadas y de gran valor en el caso de realizar una investigación profunda sobre la persona retratada.



Fig. 9. Pedro Américo. Retrato de María Custódia Guimarães de Almeida. Óleo sobre lienzo, c. 1870. Museu Nacional de Belas Arte, Río de Janeiro.

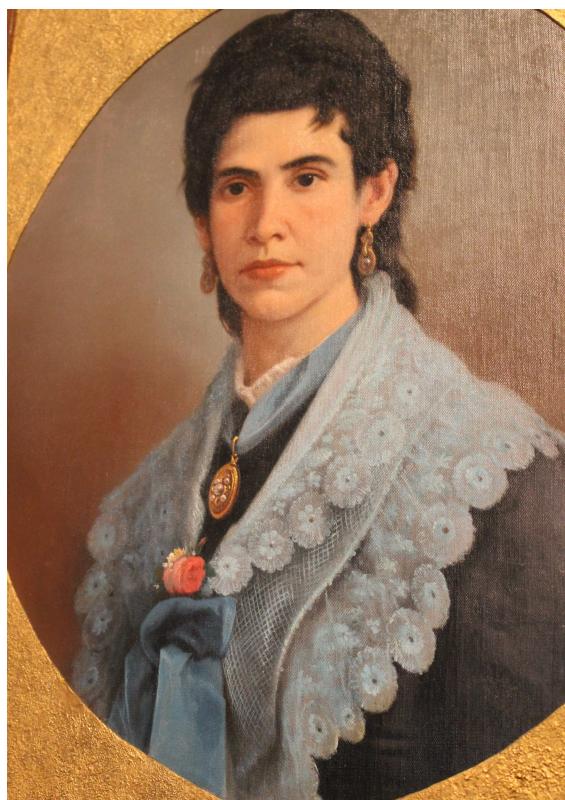


Fig. 10. Vítor Meirelles. Retrato de Joana Rosa da Silva. Óleo sobre lienzo, 1880. Museu Nacional de Belas Arte, Río de Janeiro. Fotografía del autor.

⁵⁷ Castro Brunetto, 2023: 7.

Conclusiones

El objetivo de este trabajo, como finalmente hemos desvelado en el análisis iconográfico de algunas pinturas bajo la perspectiva de la moda pertenecientes al *Museu Nacional de Belas Artes do Rio de Janeiro*, consiste en entender la obra artística a partir de las fuentes documentales relacionadas con la moda que explican el contexto cultural. Lo que se ha publicado sobre Río en la historiografía del arte y de la moda es aún parcial y escaso. Es cierto que se han redactado algunos trabajos al respecto, pero unos abordan cuestiones muy específicas y otros solo abordan la moda de refilón. Por ello, examinar la prensa y las revistas se ha mostrado verdaderamente crucial para ampliar los conocimientos y la aplicación de un muestreo de varios números consecutivos y espacios temporales intermedios ha permitido conocer la vigencia de los propios comercios en una determinada línea de tiempo, así como la pervivencia de los géneros textiles y los cortes y siluetas de patronaje preferidas a lo largo de casi treinta años.

El estudio revela varias cuestiones de interés. En primer lugar, como todo apunta, que París es la ciudad para imitar en todos los órdenes de la vida para la sociedad carioca. Esto lo apreciamos perfectamente en el nombre de los comercios de textiles, o sastrerías, que aluden a ciudades o monumentos franceses bien conocidos. Además, muchas sastras o costureras tienen nombres franceses (otra cosa es que lo fuesen), lo que aportaba una sofisticación mayor o un supuesto valor añadido al acudir a su atelier, casi como una forma de éxito social para el consumidor que comprase allí. Por otro lado, las crónicas de moda publicadas en la prensa diaria o quincenal son “de París” y el periódico *A Estação* realmente estaba redactado en esa ciudad para ser leído en Río.

Frente al peso notorio de lo parisino, de los figurines publicados en los periódicos y del prestigio social de lo francés, una segunda lectura más sosegada nos permite advertir pequeños detalles. Los anunciantes pomposamente reclaman la imitación de lo francés, pero “lo francés” exige telas pesadas como distintos tipos de lana, de fina a gruesa, y una escasa presencia de tejidos ligeros salvo para las ropas interiores -incluidas las camisas-. Sin embargo, en Río los comercios vendían frecuentemente casimir -una lana fina- y *fustão*, un tejido poco grueso. Sobre la lana de tejeduría densa en cualquiera de sus variedades, hay menos rastros o son dudosos. Sin embargo, la presencia del percal, de la *cambraia* o batista y otros muchos géneros textiles derivados del algodón, tienen una presencia contundente en la oferta de los comercios, así como las sedas y el raso -*cetim*-, muy francesas sí, pero tejidos ligeros al fin. Sí que se comparte con París la utilización masiva de las *fazendas*, es decir, las guarniciones: volantes, pasamanería, todo tipo de encajes, etc., pero, por ser adornos, solo adornan, no abrigan. La propuesta de tejidos en Río es, por tanto, diferente a la de París, seguro que por la lógica adaptación de las modas francesas al clima carioca. Pero esto, que ahora así escrito parece tan evidente, no se deduce tan fácilmente de la lectura de la prensa de la época en las referencias a la moda; solo prestando atención a lo que realmente se vendía en las tiendas podemos percibirnos de esta contradicción.

Otra cuestión de interés tiene que ver con el color de la ropa. En el París de los años 60-90 se impone el negro como el color de la elegancia. Es verdad que la propuesta de tonos azules, beige, verde en menos ocasiones, así como estampaciones a cuadros y el uso caprichoso de los volantes de encaje, era común en la *toilette* de mañana. Sin embargo, la especificación de los colores de los tejidos en las tiendas cariocas, detallando la existencia de colores claros o directamente blancos para señora, así como la confección de pantalones en color beige o blanco para caballero para ser usado toda la jornada sería algo inaudito en París. Para el hombre, la vestimenta del traje sigue las tres piezas (pantalón, chaleco y chaqueta) -y en momentos solemnes, el frac-, pero la tendencia a los colores claros marca la identidad de

Río. Además de la publicidad de las tiendas, es posible ver cómo esto trascendía a las calles a través de las fotos de Marc Ferrez y de otros fotógrafos que recogieron abundante información sobre la vida urbana. Sin abandonar esta cuestión, también hemos advertido que en el traje masculino predomina una mayor anchura de la pernera, y una chaqueta ligeramente más abierta en los hombros, siguiendo el modelo de la chaqueta tipo Norfolk, que da una imagen más informal, pero en todo momento empleada como prenda formal.

Todos estos elementos visibles en la fotografía también lo son en la pintura. Ahora sí puede establecerse un marco más amplio para estudios futuros sobre la indumentaria y la moda reflejada por los artistas de la segunda mitad del siglo XIX con el fin de profundizar en la construcción de la imagen visual. Esto nos lleva a una conclusión culminante: que existe, sí, una moda carioca. La moda, recordemos la definición, es una forma de comunicación basada en los textiles y complementos que construyen una imagen que se adapta al aquí y al ahora y que, por necesidad, busca renovarse. La base del lenguaje de la moda está en París, esto es un axioma. Pero el clima tropical de Río de Janeiro hace que se adapte a una realidad geográfica y social con hábitos muy diferentes a un agradable paseo por las Tullerías. Por todo lo explicado, los estudios sobre la moda, basados en conocimientos bien cimentados sobre la misma, son fundamentales para aproximarnos de forma concisa y certera a la cultura carioca en la segunda mitad del siglo XIX.

Bibliografía

- Aragão, Otávio (2005): “O império da sátira”. En: *Revista Nossa História*, nº 26, pp. 32-34.
- Breward, Christopher (2023): *El traje. Forma, función y estilo*. Madrid: Ampersand.
- Burgi, Sergio/Kohl, Frank Stephan (2005): “O fotógrafo e seus contemporâneos: influências e confluências”. En: *O Brasil de Marc Ferrez*. São Paulo: Instituto Moreira Salles, pp. 58-71.
- Castro Brunetto, Carlos Javier (2023): “El vestido femenino, el viaje y la emigración en las colecciones pictóricas del Museo Nacional de Belas Artes de Río de Janeiro”. En: *XXV Coloquio de Historia Canario-Americanana*, pp. 1-16.
- Cerrillo Rubio, Lourdes (2010): *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*. Madrid: Ediciones Siruela.
- Debret, Jean-Baptiste (1940): *Viagem pitoresca e histórica ao Brasil*. Tomo II. São Paulo: Livraria Martins.
- Mansilla Viedma, Pedro (2025): *Sociologías de la moda*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Newman, Alex/Shariff, Zake (2010): *Moda A-Z. Diccionario ilustrado*. Barcelona: Art Blume.
- d'Orbigny, Alcide (1976): *Viagem pitoresca através do Brasil*. São Paulo: Edusp. Belo Horizonte: Itatiaia.
- Padín Otero, Román (2023): *Historia de las tendencias de moda*. Madrid: Dextra Editorial.
- Prado, Luís André do/Braga, João (2011): *História da moda no Brasil*. São Paulo: Disal Editora. Pyxis Editora.
- Riello, Giorgio (2016): *Breve historia de la moda. Desde la Edad Media hasta la actualidad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Silva, Ana Cláudia Suriani da (2009): “Moda e Literatura: o caso da revista *A Estação*”. En: *Iara. Revista de Moda, Cultura e Arte*, vol. 2, nº 1, pp. 1-26. Disponible en chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www1.sp.senac.br/hotsites/bl ogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/07_IARA_vol2_n1_Artigo.pdf [consultado: 10 de febrero de 2025].
- Turazzi, Maria Inez (2000): *Marc Ferrez: fotografias de um “artista ilustrado”*. São Paulo: Cosac & Naif Edições.
- Valle, Arthur Gomes (2007): *A pintura da Escola Nacional de Belas Artes na 1ª República (1890-1930): da formação do artista aos seus “modos” estilísticos*. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro/Escola de Belas Artes/PPGAV.
- Velasco Molpeceres, Ana (2021): *Historia de la moda en España*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Walhl, Caroline/Vinourd, Clara (2022): “Fonds de la ganterie Jouvin”. En: *Archives départementales de l'Isère*, nº 26, pp. 1-20. Disponible en chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://archives.isere.fr/sites/isere-archives-fr/files/inline-files/26J_2.pdf [consultado: 18 de enero de 2025].