

## MERCADO DE MODAS NA PARIS DO FINAL DO SÉCULO XVIII: O PALAIS ROYAL

*FASHION MARKET IN PARIS AT THE LATE 18TH CENTURY: THE PALAIS ROYAL*

Goebel, Felipe. Doutorando no PPGH-UNIRIO<sup>1</sup>

### RESUMO

A presente comunicação visa examinar o papel desempenhado, no fim do século XVIII, pelo Palais Royal na formação do campo da moda parisiense e da cultura de consumo típica do período. No ano de 1781, Luís Felipe d'Orléans, Duque de Chartres, transformou o palácio urbano de sua família em um empreendimento imobiliário e comercial. Para tal, ele mandou fechar e lotear o perímetro do jardim com galerias fornidas de arcadas com passagens, pequenos apartamentos de dois ou três andares a serem alugados e estabelecimentos comerciais no térreo. O seu objetivo era transformar os jardins de seu palácio em uma espécie de centro comercial aberto ao público, com o objetivo final de quitar suas muitas dívidas. O resultado foi que em poucos anos o local se transformou em um grande polo de atração do *beau monde* parisiense, aglomerando diversos tipos de lojas, assim como cafés, bares, livrarias e galerias de arte, além de estabelecimentos de diversão, como espaços para jogos e salões de baile, além de salas de teatro e um anfiteatro coberto. Rapidamente, as galerias e as tendas que se espalhavam em seu jardim se tornaram centro do polêmico campo da moda, com as lojas das mais bem estabelecidas *marchandes de modes*, além de boutiques que vendiam toda a gama de aviamentos e embelezamentos necessários para a decoração dos trajes considerados tendências a serem seguidas. O empreendimento não era, porém, apenas um mercado centrado nos bem de vestimenta e nos lazeres. Era, também, um espaço que privilegiava sociabilidades específicas, onde grupos de setores diversos podiam se encontrar e se esbarrar, trocar informações, ver e serem vistos. Uma das marcas da sociabilidade parisiense da segunda metade do século XVIII, como aponta Antoine Lilti, foi um elevado grau de mundanidade. Outra característica, examinada por Daniel Roche, foi embaralhamento da cultura das aparências, oriundo de um aumento significativo no desejo e na capacidade de consumo de bens relacionados às aparências. Outra ainda, seguindo o sugerido por

---

<sup>1</sup> Doutorando no PPGH-UNIRIO, com bolsa FAPERJ Nota 10. Mestre em História pelo PPGHIS-UFRJ (2019) e bacharel em História pela UFRJ (2016)

Robert Darnton e Arlette Farge, foi a busca por informações atualizadas e o desejo de opinar sobre tudo e sobre todos, o que alterou significativamente o entendimento vigente sobre o que era a opinião pública. Essas características, apontadas e exploradas de maneiras diversas pelos autores citados, podem ser encontradas de certa maneira potencializadas no empreendimento do Palais Royal. Apoiado em um entendimento de mundanidade o espaço permitia que os indivíduos se misturassem e comentassem os últimos acontecimentos, se informando e se atualizando quase que diariamente por meio da fofoca, da leitura e comentários de panfletos políticos, notícias de gazetas e anedotários. Ao reunir as lojas relacionadas com o campo da moda em formação em um único e variado espaço, o Palais Royal facilitou o consumo e a divulgação das novas tendências de vestimenta, além da mistura social. Ao mesmo tempo permitiu que essas novas tendências deixassem de circular somente entre a aristocracia, mas fossem estendidas a setores cada vez mais variados, contribuindo para a transformação acelerada dos sentidos e significados da cultura das aparências e do corpo vestido como estado de estar no mundo. Realizamos a pesquisa por meio da análise de fontes primárias do período, sobretudo as memórias de *émigrés* que trataram sobre o assunto, os escritos de Louis Sébastien Mercier e chamadas publicitárias e comentários publicadas no jornal *Mercure de France* e nas revistas *Cabinet des modes* e *Magasin des modes nouvelles*.