

**UEM - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CCH – CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTE
DHI - DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
PPH – PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA**

HERCULANUM GHIRELLO PIRES

**JORNAIS, CHARUTOS E ROUPAS: A MODA MASCULINA NO SÉCULO XIX
NO RIO DE JANEIRO**

MARINGÁ - PR

Junho, 2023

UEM - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CCH – CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTE
DHI - DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
PPH – PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

HERCULANUM GHIRELLO PIRES

JORNAIS, CHARUTOS E ROUPAS: A MODA MASCULINA NO SÉCULO XIX
NO RIO DE JANEIRO

Tese apresentada como requisito parcial para aprovação em exame de defesa no Programa de Pós-graduação em História (Doutorado) da Universidade Estadual de Maringá (UEM), sob orientação da Prof. Dr^a. Ivana Guilherme Simili

MARINGÁ

Junho, 2023

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
(Biblioteca Central - UEM, Maringá - PR, Brasil)

P667j Pires, Herculanum Ghirello
Jornais, charutos e roupas: a moda masculina no Rio de Janeiro do Século XIX / Herculanum Ghirello Pires. -- Maringá, PR, 2023.
119 f.: il. color., figs.

Orientadora: Profa. Dra. Ivana Guilherme Simili.
Coorientador: Prof. Dr. Christian Fausto dos Santos.
Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Maringá, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Departamento de História, Programa de Pós-Graduação em História, 2023.

1. Moda masculina (História). 2. Uso de tabaco (Charutos). 3. Moda masculina (século XIX). 4. Moda masculina (Rio de Janeiro). I. Simili, Ivana Guilherme, orient. II. Santos, Christian Fausto dos, coorient. III. Universidade Estadual de Maringá. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Departamento de História. Programa de Pós-Graduação em História. IV. Título.

CDD 23.ed. 981.04

Rosana de Souza Costa de Oliveira 9/1366

HERCULANUM GHIRELLO PIRES

JORNAIS, CHARUTOS E ROUPAS: A MODA MASCULINA NO SÉCULO XIX NO RIO DE JANEIRO

Tese apresentada como requisito parcial para aprovação em exame de defesa no Programa de Pós-graduação em História (Doutorado) da Universidade Estadual de Maringá (UEM)

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr^a. Ivana Guilherme Simili (orientadora)
Universidade Estadual de Maringá (UEM)



Prof. Dr^o. Christian Fausto Moraes dos Santos (co-orientador)
Universidade Estadual de Maringá (UEM)



Prof. Dr^o. Sezinando Luiz Menezes (arguidor)
Universidade Estadual de Maringá (UEM)



Prof. Dr^o. Marcelo de Araujo (arguidor)
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)



Prof. Dr^a. Juliana Luiza de Melo Schmitt (arguidora)
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Prof. Dr^a. Patrícia Campestrini Harger (suplente)
Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)



Prof. Dr^a. Paula Piva Linke (suplente)
Universidade Estadual de Maringá (UEM)

Maringá

2023

Aos meus filhos, Hugo Benício e José Vicente

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha orientadora, Ivana Simili, por me ajudar na escrita e pesquisa deste trabalho. Em seguida, aos professores que compuseram a banca de qualificação: Marcelo Araujo, Sezinando Menezes e Christian Fausto pelos conselhos na execução e finalização do trabalho. A toda banca como um todo: Ivana Simili, Christian Fausto, Marcelo Araujo, Sezinando Menezes, Juliana Schmitt e aos suplentes; Paula Linke e Patrícia Harger.

E sempre aos meus filhos, por simplesmente serem meus filhos, Hugo Benício e Jose Vicente

GHIRELLO-PIRES, Herculano. **Jornais, charutos e roupas:** a moda masculina no século XIX. 2023, p. 119 f. Tese (Doutorado em História) – Centro de Ciências Humanas – PPH – Programa de Pós-Graduação em História – Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2023

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar as mudanças e permanências que permearam os usos do tabaco, e principalmente do charuto, no Rio de Janeiro, criando roupagens e significados para esses homens e sua indumentária. Como a introdução do tabaco foi fator de mudança nos comportamentos e indumentárias? De modo que eles acompanhavam as transformações tanto no espaço físico da cidade quanto em relação a mentalidade daqueles que os usam. Como o tabaco e seus usos se transformaram em adereço da moda no Rio de Janeiro? Usado primeiramente por nativos em seus rituais religiosos, no final do século XIX ele encontra sua “curva de civilização” (ELIAS, 2011) na cidade, sendo usados em passeios, cafés e eventos pela cidade, se tornando elemento de distinção e distinguindo os homens. Tendo como fonte para a investigação temos o *Jornal do Commercio*, periódico que entrou em circulação em 1827, dedicado às notícias comerciais e eventos sociais da cidade, em conjunto com a literatura e a pintura, que nos indicariam o caminho para entender as mudanças introduzidas pelo tabaco na cidade.

Palavras-chave: *Jornal do Commercio*; Rio de Janeiro; Homens; Charutos; Século XIX

GHIRELLO-PIRES, Herculano. **Newspapers, cigars and clothes: men's fashion in the 19th century.** 2023, p. 119 f. Tese (Doutorado em História) – Centro de Ciências Humanas – PPH – Programa de Pós-Graduação em História – Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2023

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the changes and permanencies that permeated the use of tobacco, and mainly cigars, in Rio de Janeiro, creating clothes and meanings for these men and their clothing. How was the introduction of tobacco a factor in changing behavior and clothing? So that they accompanied the transformations both in the physical space of the city and in relation to the mentality of those who use them. How did tobacco and its uses become a fashion accessory in Rio de Janeiro? First used by natives in their religious rituals, at the end of the 19th century it finds its “civilization curve” (ELIAS, 2011) in the city, being used in walks, cafes and events around the city, becoming an element of distinction and distinguishing men. Having as a source for the investigation we have the *Jornal do Commercio*, a periodical that came into circulation in 1827, dedicated to commercial news and social events in the city, together with literature and painting, which would indicate the way to understand the changes introduced by the tobacco in the city.

Palavras-chave: *Jornal do Commercio*; Rio de Janeiro; Men; Cigars; 19th century

O homem é um charuto aceso pelo amor, e que a mulher faz fumar
(José de Alencar, 1855)

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1. HOMENS, JORNAIS E MODA: UM BREVE RELATO.....	19
2. O RIO DE JANEIRO DO SÉCULO XIX: O <i>JORNAL DO COMMERCIO</i>, OS CHARUTOS, OS HOMENS E O COMÉRCIO.....	26
2. 1. A Chegada da Corte e o “homem de negócios”	32
2. 2. Os primeiros contatos com o tabaco.....	40
2. 3. Os comerciantes e o comércio.....	44
3. “A PRAÇA VENCEU O ENGENHO”: EM CENA OS <i>JOVENS</i>.....	54
3. 1. A “grande renúncia masculina”	56
3. 2. O <i>joven</i>	61
3. 3. As mulheres e os usos do tabaco.....	72
4. JORNAIS, HOMENS E CHARUTOS.....	82
4. 1. Já é possível <i>flanar</i>	84
4. 2. Narrativas da masculinidade.....	93
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	106
REFERÊNCIAS.....	107

INTRODUÇÃO

Durante os séculos XII, XIII e XIV algumas práticas e gestos sociais tem seus embriões constituídos: como a emergência do indivíduo (DUBY, 2009), noção de individualidade, de competitividade nascida nas cortes principescas europeias, em detrimento da noção coletiva medieval; a separação dos gêneros, masculino e feminino, através das roupas (LIPOVETSKY, 1989), o delineamento dos corpos que contribui para a competição e o jogo da sedução, também promovido pelas cortes europeias; assim como os bons costumes, a economia dos gestos, a civilização (ELIAS, 2011), a etiqueta social, a disposição dos cômodos e o decoro social (ELIAS, 2001).

Devido as condições históricas – Segunda Revolução Industrial, revoluções burguesas, liberalismo social e econômico (HOBSBAWM, 2015) – o século XIX é o ápice desses processos, é onde a curva deles se acaba. Um outro elemento se mistura nesse bojo: o tabaco. Descoberto na América após a chegada dos europeus, o tabaco já era usado pelos nativos do novo continente. Por maias e outras sociedades e civilizações menores. Eric Burns (2007) descreve como se fossemos maias vivendo a mais de 1500 anos atrás, ao utilizar o tabaco em seus rituais:

you enche isso [cachimbo] com uma planta chamada tabaco, que você acredita ser um presente dos deuses a você, um dos sinais mais seguros que eles deram tanto de sua existência quanto de sua consideração pelo ser humano, você o acende a partir do fogo que os sacerdotes fizeram próximo ao altar (BURNS, 2007, p. 3)¹.

Se pensarmos que o tabaco era usado por maias em seus rituais religiosos, e depois o charuto era usado por homens de negócio, pela crescente burguesia e como elemento de moda e requinte na segunda metade do século XIX, podemos considerar assim, que o tabaco e posteriormente o charuto pode ser analisado como elemento/componente do que Elias (2011) denomina como uma “curva de civilização”. Isso pois, assim como a história dos costumes demonstra, é uma prática iniciada no ocidente por volta do século XV e que na segunda metade do século XIX encontra seu propósito burguês: de adorno, requinte, se tornando elemento material de civilização.

¹ Tradução própria: “you fill it with the leaves from a plant known as tobacco, which you believe one of the surest signs they have given both of their existence and their regard for human beings, and you light it from the fire that the priests have built near the altar”

Essa civilização desembarca no Brasil junto com a Família Real em 1808, tendo início a interiorização da metrópole (DIAS, 2005). Com a sociedade de corte, as estruturas são modificadas, não só as políticas, mas também as sociais e culturais traduzindo-se em novas relações dos homens com os espaços e suas maneiras de comportarem-se, de desfrutar de objetos de consumo tais como as roupas e o tabaco. “Após 1808, mudanças expressivas ocorreram no espaço urbano e nos costumes dos habitantes, fazendo que o Rio de Janeiro se tornasse também um espaço privilegiado para a difusão de moda” (RAINHO, 2002, p. 47)

Isto posto, a pesquisa tem por objetivo verificar como as transformações impactaram a moda masculina que no período assiste a mudanças no modo de vestir dos homens, e o tabaco na forma material de charuto será o complemento dessas mudanças no vestuário. Pois “a partir de meados do século XIX, à medida que a moda ficava incorporada às preocupações cotidianas da ‘boa sociedade’ do Rio de Janeiro, variados e diferentes discursos são produzidos” (RAINHO, 2002, p. 47). Dentro desses discursos a emergência do homem burguês, representante e representando nos homens de negócios e que ocupavam cargos públicos, entre os quais, aqueles que se envolvem e vivem nas tramas da cidade através do tabaco e charuto. Masculinidade essa representada e “fixadas agora na exploração estética do rosto e no domínio de certas insígnias de poder e erotismo, como os chapéus, as bengalas, os charutos e as joias” (SOUZA, 1987, p. 75). Em suma, no século XIX “a moda transforma-se em um objeto a ser registrado, analisado e discutido” (RAINHO, 2002, p. 47).

A imprensa chega ao Brasil junto com a Corte e a civilização, em 1808. Segundo Daniel Roche (2007) desde o século XVIII, na França, os periódicos já são difusores de moda e costumes entre os cidadãos. Em *O moço loiro* (1854), a vó de Honorina, senhora Ema, fica preocupada com os rumos em que o mundo chegou, salienta que as revoluções, os direitos, liberdade modificaram as relações sociais: “Tudo mudou. Os meninos deixaram de aprender a rezar para ler periódicos e discutir presumidos direitos do homem; os operários abandonaram as suas fábricas para cuidar em eleições; a plebe imunda e perigosa agitou-se radiosa e triunfante em todas as nações. (MACEDO, 1854, p. 38). O ler periódicos tornou os homens atentos aos acontecimentos, mais relacionados à liberdade, à economia e a política do mundo, características do homem moderno.

Desta maneira, o *Jornal do Commercio* é a fonte que nos permitirá essa análise, das mudanças no vestir masculino por meio do tabaco e charuto às mudanças produzidas na cidade, que produziram significados às aparências dos homens. Servindo como

medidor de masculinidade no Rio de Janeiro. Modificações nas aparências que incluíam o uso do tabaco como complemento indumentário, em que além de roupas, relógios, chapéus, bengalas, configuravam a moda masculina. Mudanças na sociedade agora voltada para o trabalho, o lucro e a sociabilidade, “que se expressava na roupa, compensação que transparece, no aumento dos símbolos fálicos da indumentária” (SOUZA, 1987, p. 76). Portanto, analisaremos as mudanças e permanências no vestir masculino durante o século XIX através da análise das notícias, reportagens, narrativas e crônicas difundidas pelo *Jornal do Commercio*, no período de 1827, data do início da circulação do periódico e o recém-criado Império brasileiro, até 1889 final do período imperial do Brasil, onde a vida social, cultural e as propagandas em jornais adquirem com mais afinco, um cunho pedagógico (LUCCA, 2009). Assim, o grande recorte temporal da pesquisa é justificado “como uma sucessão de notas não forma uma música, a sucessão de instantes só adquire sentido numa continuidade que chamamos duração. Uma duração subjetiva, ligada às nossas experiências e aos nossos desejos.” (BAUSSIÉ, 2005, p. 72)

O *Jornal do Commercio* foi um dos primeiros periódicos a trabalhar temáticas voltadas para o consumo cotidiano da cidade, isso porque o jornal “pretendia explorar e ampliar o filão que vinha sendo praticamente monopolizado pelo *Diário do Rio de Janeiro* e que lhe permitirá imperar o caráter efêmero dos jornais da época[...]acompanhando o desenvolvimento de seu país e em particular o de sua capital” (SODRÉ, 2011, p. 172).

Seu fundador foi o francês Pierre Plancher, que “trazendo o seu meio de vida, uma oficina tipográfica completa, que logo pôs em funcionamento, imprimindo folhinhas, leis, papéis avulsos, e vendendo na loja também livros e calendários” (SODRÉ, 2011, p. 171 - 172). Ali fundará a Imperial Typographia, e “foi, na oficina, instalada à Rua da Alfândega 47, que Pierre Plancher iniciou, a 1 de outubro de 1827, o *Jornal do Comércio*” (SODRÉ, 2011, p. 172).

Seu público era seletivo, mas não por uma opção, pois no início do século XIX “a imprensa brasileira, que é bom lembrar, contava com contingente diminuto de leitores, tendo em vista as altíssimas taxas de analfabetismo” (LUCCA, 2019, p. 133). Foi ali que foi feito o primeiro registro ilustrativo em um periódico no país, “registrado com alvoroço em 14 de dezembro de 1837 nas páginas do *Jornal do Comércio*” (LUCCA, 2019, p. 135). O advento da ilustração impulsionou a produção de periódicos e aumentou o nicho de consumo. Nos finais do século XIX, “os novos métodos fotoquímicos permitiram que

a ilustração (fotografia) se incorporasse definitivamente aos diários” (LUCCA, 2019, p. 138)

De qualquer forma, os periódicos são valiosas fontes para se obter vestígios do passado, assim como a literatura e as imagens. Tido como, até 1970, um conteúdo imparcial e tendencioso (LUCCA, 2019, p. 115 - 116), hoje em dia cada vez mais os historiadores se utilizam dos mesmos para se escrever a história. Nas belas palavras de Mônica Velloso: nosso trabalho aqui é “adentrar pelo domínio acidentado do cotidiano, a fim de verificar por meio de que ideias, imagens e linguagens se exprimia o moderno” (VELLOSO, 1996, p. 209). O cotidiano estava nas páginas de jornais e nas narrativas escritas por literatos, em seus personagens que pintavam com cores à maneira de se viver a vida em conjunto com a cidade. Homens que *flanavam* pelas ruas do Ouvidor e do Ourives, fumando seu charuto importado de Havana, acompanhados de sobrecasaca, cartola e bengalas. Na segunda metade do século XIX “a roupa masculina se simplifica progressivamente, tendendo a cristalizar-se num uniforme” (SOUZA, 1987, p. 64).

O *Jornal do Commercio* saiu de circulação no ano de 1916 (MARTINS, 2008). Sendo um dos mais longos períodos de circulação de um periódico na América Latina. Isso nos possibilita o privilégio de um olhar amplo sobre os homens, nas seções de crônicas, noticiários que incitavam a compra de charutos e narrativas literária. Desta forma, a modernidade foi alicerçada por meio de seu consumo, que passaram a compor as aparências dos homens com o simbolismo de moderno, através do uso do charuto. Justificando a escolha da longa temporalidade de análise da pesquisa: para percebermos as instancias de continuidade e modificação referente aos significados produzidos pelo charuto no século XIX.

As pesquisas, em relação ao *Jornal do Commercio*, foram feitas na modalidade *online* na Biblioteca Nacional, através de sua Hemeroteca² Digital. Nela encontram-se digitalizados o acervo da Biblioteca Nacional referente aos periódicos, foram analisados cerca de 1436 folhetins do *Jornal do Commercio*, obviamente, nem todos foram usados na pesquisa, mas os que continham menção ao uso do charuto, cachimbo, cigarros e tabacos. Em conjunto com o Acervo Digital³, onde a Biblioteca disponibiliza um campo de procura a vários temas, como pinturas, retratos, mapas da cidade, receituário de receitas médicas entre outros. Além do *Jornal do Commercio* foram utilizados outros periódicos para fortalecer a pesquisa, o *Almanach do Rio de Janeiro* – anuário que

² <http://bndigital.bn.br/hemeroteca-digital/>

³ <http://bndigital.bn.gov.br/acervodigital/>

contabilizava a população e a administração dos locais de comércio na cidade -, de maneira a mapear os locais de compra e venda de charutos; *A Revista da Semana*, periódico recreativo das famílias; e o *Novo Correio das Modas*, todos pesquisados na Hemeroteca da Biblioteca Nacional

Plancher, primeiro proprietário do periódico, restringiu o jornal aos assuntos comerciais e econômicos. Com quatro páginas de 21cm de largura por 30cm de altura em nota de 17 linhas, o novo órgão informava na primeira página: “Esta folha exclusivamente dedicada aos senhores negociantes conterà diariamente tudo o que diz respeito ao comércio, tanto em anúncios, como em preços correntes exatos de importação e exportação, entrada e saída de embarcações etc. etc.” (JORNAL DO COMMERCIO, 1827, p. 1). Durante o período pesquisado o jornal passou a ter diversos donos: de Plancher passou para as mãos de Junius Villeneuve e Réol Mougnot em 1832. Villeneuve acabou assumindo sozinho a partir de 1835. Em 1837, Francisco Antonio Picot tornou-se sócio de Villeneuve que abandona o jornal em 1844. No ano de 1852, Picot se muda para a França, mas continua a comandar o jornal a distância, durante 38 anos (LEAL; SANDRONI, 2001), quando daí à temporalidade já abusa dos limites desta pesquisa.

Sob a direção de Villeneuve, o jornal sofre um processo de modernização, passa a ser impresso em um prelo mecânico, importado da França, o primeiro da América Latina (SANTANA-JR, 2019). Isso aumenta a produção e atinge um número maior de leitores. Nesse período os folhetins, romances seriados, ganham destaque nas publicações do jornal, pois passa a entreter a população fluminense, com edições contando com os escritos e romances de Manuel de Macedo. Tanto Manuel de Macedo e José de Alencar são valiosas fontes no interpretar da moda e das mudanças no Rio de Janeiro. São observadores e descritivos no vestir masculino. Os romances selecionados de ambos, são os chamados romances urbanos, produzidos no ambiente de industrialização do Rio de Janeiro. Esses romances adquiriram “o *status* de gênero burguês por expressar os valores, costumes e anseios desta classe. Para além de fomentar e reproduzir os princípios burgueses, o gênero romance tornou-se um instrumento de análise da nova civilização do capital” (ROCHA, 2012).

Especificamente, entre os romances de Manuel de Macedo estão *Inocência*, publicado pelo próprio *Jornal do Commercio* originalmente em 1861 e depois em forma de livro em 1873, e o *Moço Loiro* (1845). E de José de Alencar os romances *Cinco Minutos* (1857), *A Viuvinha* (1857), *Lúciola* (1862), *Ao Correr da Pena* (1854 e 1862) e

Senhora (1874). Em ambos os autores o vestir masculino e os usos do charuto são descritos com bastante detalhes, para que serviam e como elemento de moda, por isso a escolha de ambos e suas obras. O que nos permite analisar junto com o *Jornal do Commercio* as mudanças na indumentaria masculina.

Recorremos à Debret em alguns momentos para demonstrar a indumentária dos homens, próximo aos anos de 1816 a 1830, pois durante a sua estadia no Brasil notamos “dois grandes momentos históricos brasileiros onde percebe-se a implementação da moda Império: Pós-Revolução Francesa e chegada de Dom João VI (ARAÚJO; MARCICANO; HELD, 2019, p. 274). Em suma, por meio da literatura e de pinturas podemos aproximar as lentes para as sensibilidades de uma época, elas podem ser concebidas como crônicas sociais e culturais. “Especialmente por sua riqueza de significados para o entendimento do universo cultural, dos valores sociais e das experiências subjetivas de homens e mulheres no tempo” (FERREIRA, 2009, p. 61).

Como diria Lacan, “é divertido que, depois de setenta anos de psicanálise, ainda não se tenha formulado nada sobre o que é o homem”. Mas esse homem, essas concepções sobre o masculino são pautadas historicamente, formuladas em cima dos processos e necessidades sociais. Por isso, nos pautamos aqui na figura do homem que nascia no século XIX no Rio de Janeiro o burguês, na figura do homem de negócio, do importador de tabaco, o funcionário público, do deputado, o jurista, do *joven*. Uma burguesia múltipla e não homogênea, no sentido de diferenças entre eles. O que todos tinham em comum era o poder aquisitivo, eram fregueses e consumiam os produtos para se viver na cidade.

Em uma sociedade pós Revolução Francesa (1789), onde supostamente estava estabelecida a igualdade política entre esses homens burgueses, não havia mais por que o uso de roupas extravagantes para a diferenciação pessoal, se comparada a do Antigo Regime (FLÜGEL, 1966). A extravagância das roupas masculinas é sublimada na sociedade industrial, o neutro com tons escuros são as cores para a cidade. Assim, “o interesse pela decoração do rosto vem, pois, compensar o sacrifício do narcisismo masculino, que se expressava na roupa, compensação que transparece, como já foi dito, no aumento dos símbolos fálicos da indumentária” (SOUZA, 1987, p. 76). A partir disso, entendemos que esses objetos e roupas: charutos, bengalas, guarda-chuva, casaca, sobrecasaca, representam elegância, o ser elegante. São aspectos da virilidade e servem como adjetivos que vão delimitar, construir a masculinidade da segunda metade do século XIX. “A aparência masculina caracteriza a força do código” (CORBIN, 2015, p. 8). um

“sistema de representações, de valores e de normas que a constitui se impõe agora com uma força tal que não poderia ser realmente contestada” (CORBIN, 2015, p. 7).

Portanto, oferecemos um mapa da tese ao leitor. No primeiro capítulo colocaremos alguns apontamentos referente as questões teóricas que envolvem os estudos dos homens e da moda, bem como a importância desses estudos no Brasil e na atualidade. Analisaremos o *Jornal do Commercio* e sua importância com fonte para o estudo dos homens e da moda. Em seguida, nos fixaremos na emergência desse homem que surge no Rio de Janeiro, fruto do contato da Corte, agora exilada no Brasil, com os habitantes e as relações sociais de outrora. Damos visibilidade aos testemunhos dos viajantes que vieram ao Brasil ainda no período colonial, a fim de percebermos as primeiras aproximações entre homens e o tabaco para depois percebermos como que os locais de compra e venda dos charutos foram se estabelecendo, dando origem ao comércio interno da cidade e a locais de sociabilidade, isso com o auxílio do *Jornal do Commercio* e do *Almanach do Rio de Janeiro*

No segundo capítulo, percebemos que a moda entra em contato com as normas morais e o controle social da cidade, durante a passagem da primeira metade do século XIX para a segunda metade. Pois as crônicas, narrativas e até mesmo disputadas entre os deputados gerais, descritas pelo *Jornal do Commercio*, e que contém menção ao uso do charuto por homens, expressavam certo desdém a figura do homem que fumava charuto ou cachimbo, que usava determinados tipos de barba e casaca e sobrecasaca, vinculando-os a “vadios” e “adoradores da liberdade e dos direitos”, os chamados *jovens*. No ambiente conturbado do Período Regencial e de muitas revoltas no Rio de Janeiro encontramos nos usos do charuto uma maneira discursiva de desqualificar seus oponentes políticos, os comparando a crianças a *jovens* sem maturidade social e intelectual.

No terceiro capítulo, veremos esse homem que se formara principalmente na segunda metade do século XIX, que andava pelas ruas do Rio de Janeiro, com roupas escuras, relógios – pois não deveriam se atrasar -, casacas, sobrecasacas, charutos, guarda-chuvas e outros elementos pertencentes à vida elegante, como a maneira de se apresentar nos espaços de sociabilidades pelas quais, o charuto passou a compor as aparências viris. Além do *Jornal do Commercio*, José de Alencar (1829 - 1877) e Joaquim Manoel de Macedo (1820 - 1882) irão nos ajudar a pensar esses homens e suas virilidades no cenário urbano. Nos bares, cafés e ruas para os *flaneurs*, as conversas aconteciam e as notícias se espalhavam. Sendo que a leitura dos periódicos, das propagandas pelos homens

formavam seus gostos e suas opiniões. Em suma, as apropriações dos homens pelo charuto e jornais como formas de se viver a cidade e se comunicar com ela, socialmente.

1. HOMENS, JORNAIS E MODA: UM BREVE RELATO

A roupa, teia de aranha tecida de especulações, bordada com as belas flores da retórica, impregnada de orvalho sentimental, carregada de amor, essa roupagem, de uma exuberância toda espiritual...
(Karl Marx; Friedrich Engels, 1848)⁴

A produção historiográfica sobre a cultura das aparências masculinas vem crescendo nas últimas décadas. Como exemplo, podemos citar aqui alguns estudos: Pedro Ambra, *O que é um homem?* (2015), onde o autor através da psicanálise lacaniana analisa a figura masculina com o aporte historiográfico e os signos de masculinidade vindos da Grécia Antiga; Mary Del Priore e Marcia Amantino com *História dos homens no Brasil* (2013) e *História do corpo no Brasil* (2011), ambos os livros são compilados de artigos dos mais diversos autores com recorte temporal que vai do período colônial até os dias atuais, demonstrando que a história dos homens “não se trata, portanto, de uma história sem tensões, mas de uma história feita no entrelace de conflitos, dominação, subserviência e violência. Mas também de afetos, coragem, astúcia e negociação (PRIORE; AMANTINO, 2013, p. 13); Denise Bernuzzi de Sant’anna com *História da beleza no Brasil* (2014), que como o título sugere, a autora descreve a história do Brasil, através dos cuidados com o corpo, com a beleza; Ivana Simili e Maria Cláudia Bonadio, *Histórias do vestir masculino* (2017), Marcelo de Araújo com *Dom Pedro II e a moda masculina na época vitoriana* (2012), entre outros estudos, além dos clássicos Gilberto Freyre, *Modos de homem, modas de mulher* (1987), um ensaio teórico sociológico sobre as maneiras de se interpretar os homens e mulheres dentro das ciências sociais; e Gilda de Mello e Souza, *O espírito das roupas* (1987), um pioneiro trabalho de base materialista histórico sobre a moda, mudanças sociais, arte e consumo no Brasil do século XIX.

A profusão de estudos fez que surgissem novos campos de pesquisa “nos últimos anos, nas universidades anglo-americanas, e vem sendo organizada uma nova subárea de reflexão interdisciplinar que, a exemplo dos *women’s studies* dedica-se exclusivamente ao estudo do gênero masculino. São os chamados *men’s studies*” (HEILBORN; CARRARA, 1998, p. 373). A preocupação é: estudar os homens não como um representante universal da sua espécie humana, mas como um ser socialmente construído.

⁴ MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do partido comunista (1848)**. Porto Alegre: L&PM, 2006, p. 72

“Muitos autores veem na atual preocupação com o tema o reflexo da ‘crise’ imposta a identidade masculina a partir dos anos 60, oriunda da segunda onda feminista e da emergência do movimento homossexual” (HEILBORN; CARRARA, 1998, p. 373).

Essa intenção de estudar os homens como seres sexuados e não universais, “homens cuja masculinidade, longe de ser natural, foi socialmente e historicamente construída” (DE PRIORE; AMANTINO, 2013, p. 9), atualmente se ampara nas indagações da área do conhecimento histórico que chamamos de *História Cultural*. Podemos afirmar que o embrião dessa *nova* maneira de pensar é a escola dos *Annales*, de 1929, e sua *revolução documental* proposta por March Bloch e Lucien Febvre.

Segundo ambos, March Bloch⁵ (2001) e Lucien Febvre⁶ (1989), sobre o alargamento das fontes históricas:

A história faz-se com documentos escrito, sem dúvida. Quando estes existem. Mas pode-se fazer-se, deve fazer-se sem documentos escritos, quando não existem. Com tudo o que a habilidade do historiador lhe permite utilizar para fabricar o seu mel, na falta de flores habituais (FEVBRE, 1953, p. 428 apud LE GOFF, 2003, p. 530)

Pois, “seria uma grande ilusão imaginar que a cada problema histórico corresponde um tipo único de documentos, especializado para esse assunto” (BLOCH, 1949, apud LE GOFF, 2003, p. 531). Mas “esse alargamento do conteúdo do termo *documento* foi apenas uma etapa para a explosão do documento, que se produziu a partir dos anos 1960 e levou uma verdadeira *revolução documental*” (LE GOFF, 2003, p. 531).

Durante esses anos de 1960 o pupilo de Lucien Febvre, Ferdinand Braudel, está à frente da revista dos *Annales*. “Le Goff debita, a Fernand Braudel a contribuição decisiva para que os estudos sobre o cotidiano saíssem do anedótico” (DEL PRIORE, 1997, p. 262). É nesse cotidiano e na relação das pessoas com o meio material que podemos perceber a história dos anseios, dos desejos, “dos pequenos prazeres, dos detalhes quase invisíveis, dos dramas abafados, do banal, do insignificante, das coisas deixadas ‘de lado’” (DEL PRIORE, 1997, p. 274).

Comandada por Braudel, a segunda geração dos *Annales* se interessou por temas interdisciplinares, envolvendo a geografia, antropologia e a *civilização material*. Para Braudel, por exemplo, “a história do vestuário é menos anedótica do que parece. Põe

⁵ Escrito entre 1941-1942, mas publicado pela primeira vez em 1949 por Lucien Febvre

⁶ Lançado pela primeira vez em 1953

todos os problemas: os das matérias primas, dos processos de fabrico, do preço custo, da constância cultural, das modas, das hierarquias” (BRAUDEL, 1970, p. 252).

Com o interesse de Braudel pelo vestuário, o cotidiano, a cultura material, chegamos até os gêneros voluptuários. Segundo o autor, “parece-nos que com o agravamento – ou pelo menos a conservação – de dificuldades alimentares muito sérias, a humanidade teve necessidade de compensações segundo uma regra constante de vida. O tabaco é uma dessas compensações” (BRAUDEL, 1970, p. 212). Para lidar com as dificuldades da vida, o homem encontra reconforto no tabaco e nesses gêneros. Tornando-os parte do cotidiano. Pois, “vida material são homens e coisas, coisas e homens” (BRAUDEL, 1995, p. 19).

“Em 1969 Braudel se aposentou, deixando em 1972, a presidência da 6ª seção da *École* nas mãos de Jacques Le Goff, ao passo que a revista *Annales* passou a ser dirigida pelos historiadores Jaques Revel e André Burguière” (VAINFAS, 1997, p. 136). Le Goff, Revel e Burguière eram historiadores que se dedicavam aos estudos das mentalidades, focados em sentimentos, crenças e costumes. “Procurando resgatar os padrões menos cambiantes da vida cotidiana, mormente o universo de crenças ligadas ao nascimento, à morte, aos ritos de passagem, ao corpo, aos espaços e ao tempo” (VAINFAS, 1997, p. 137). Renunciando à longa duração de Braudel e a História Total. “Do porão ao sótão”, metáfora que traduz a mudança de preocupação: da base socioeconômica ou da vida material para os processos mentais, a vida cotidiana e suas representações (VAINFAS, 1997, p. 136).

Dessa forma, estudos que versam sobre a vida econômica, material e social dos indivíduos e sociedade se unem aos estudos de sentimentos, representações e costumes. Segundo Ronaldo Vainfas (1997, p. 148), o conceito vago dos estudos das mentalidades, praticada por Le Goff dá lugar a *História Cultural*, “um outro nome para aquilo que nos anos 70 era chamado de história das mentalidades”. Assim, essa expansão documental preconizada pelos *Annales* nos anos 1920, anos mais tarde, durante meados de 1970, com a influência da antropologia, sociologia e psicologia, acompanhados dos estudos linguísticos e da segunda onda do movimento feminista, estimulam o olhar do historiador para seus objetos, no caso, os novos objetos e as novas maneiras de interpretá-lo. A terceira geração dos *Annales*, encabeçada por Le Goff, priorizam novos problemas, novos objetos, novas abordagens (BURKE, 2008).

Neste sentido, a partir da ênfase nas novas temáticas, nos anos 1980, surge a *Nova História Cultural* (que com o tempo passa a ser chamada de *História Cultural*), que

“sugere uma ênfase em mentalidades, suposições e sentimentos e não em ideais ou sistemas de pensamentos” (BURKE, 2008, p. 69). Com esse alargamento do termo – novos problemas, novos objetos, novas abordagens – novas fontes históricas passam a ser usadas. Em “1970: ao lado da História da imprensa e por meio da imprensa, o próprio jornal tornou-se objeto de pesquisa histórica” (DE LUCA, 2019, p. 118). Uma das maneiras de se penetrar no cotidiano, nos costumes, na cultura material, nos afazeres é por meio da leitura de jornais e periódicos.

No âmbito social, os anos de 1960 também presenciaram muitas mudanças e avanços nas ciências que foram refletidos nas pesquisas acadêmicas. A exemplo, a pílula anticoncepcional que proporcionou a mulher uma maior liberdade sexual e comodidade social, não sendo delegada a ela apenas a função de mãe e podendo adentrar com mais força no mercado de trabalho, topando de frente com os homens, conduzindo-as “a serem mais ativas nas relações sexuais, mais exigentes quanto a seus parceiros, e levando-as, além disso, a prolongar sua vida sexual” (DEL PRIORE, 2001, p. 108).

Essas mudanças vêm no âmbito que chamamos de *Revolução Cultural* (HOSBBAWM, 1995) que modificou as relações sociais e “muitos autores veem na atual preocupação com o tema o reflexo da ‘crise’ imposta a identidade masculina a partir dos anos de 1960, oriunda da segunda onda feminista e da emergência do movimento homossexual” (HEILBORN; CARRARA, 1998, p. 373).

Essa “crise” da masculinidade irá gerar uma dificuldade na representação das virilidades, colocando os homens “numa zona de turbulências culturais, num campo de incertezas, num período de mutação” (COURTINE, 2013, p. 11). Pois valores, virilidades que antes eram adorados e cultuados passam a ser ultrapassados. “A representação belicista foi perdendo, aos poucos, seu prestígio. A cultura da vitória se enfraqueceu. O dever e o saber morrer pela pátria se tornaram obsoletos [...] o espírito de conquista, o desejo de colonização, aos poucos foram deixados de lado” (CORBIN, 2013, p. 11). Tornando o homem agora, um ser historicamente construído, um objeto das ciências sociais.

Agora, isso traz um conflito ao homem burguês:

bem-comportado, cumpridor de seus deveres para com a família e o Estado, convive de forma tensa com o modelo romântico do aventureiro solitário, avesso aos laços familiares e pronto tanto para as agruras dos campos de batalha, quanta para as delícias dos bordeis e dos bares.” (HEILBORN, CARRARA, 1998, p. 373)

Pois, “a masculinidade que se encena no escritório entre nuvens de fumaça de inúmeros charutos, opõe-se aquela outra que se manifesta ao ar livre, no esporte, no safari, no acampamento dos escoteiros, no turismo ecológico ou nas expedições científicas.” (HEILBORN; CARRARA, 1998, p. 373). Ou seja, daquelas que transmitem a glória e a conquista tão sonhados e empenhados no século XIX nos processos de neocolonialismo e aventuras

Analisar essas mudanças e permanências nas virilidades e nos processos que constituem as virilidades através do tempo é um dos trabalhos do historiador. O consumo pode ser um dos prismas para essa análise. Segundo Daniel Roche “a produção é imediatamente consumo, o consumo é imediatamente produção, qualquer mercadoria, qualquer objeto se tornam então algo muito complexo cheio de sutilezas metafísicas, senão de argúcias teológicas” (ROCHE, 2000, p. 12).

“O consumo está na base da formação do gosto, da distinção, sem o que não se poderia falar de individualismo e de estratégias de reprodução de muitos grupos e identidades sociais no mundo moderno” (GOMES, 2008, p. 10). Afirmar isso significa dizer que o consumo e o gosto são socialmente construídos bem como os significados sociais, simbólicos e o potencial altamente imaginativo dedicado a esses objetos.

Um objeto não é apenas um objeto, pois “uma relação social definida, estabelecida entre os homens, assume a forma fantasmagórica de uma relação entre as coisas” (MARX, 2019, p. 94), a essa relação social entre as coisas Marx chamou de fetichização da mercadoria, quando esta ultrapassa e desvincula o trabalho individual dos produtores e o total. Essa relação social das coisas evidencia uma relação e o “consumo permite evidenciar a correspondência entre a matéria e o simbólico, o nexos entre representações simbólicas e a realidade concreta” (CALANCA, 2008, p. 102). Neste sentido, “o ornamento, um elemento de diferenciação demográfica, social e sexual das aparências, atrai a atenção e fortalece a auto-estima, ou seja, distingue, mas de modo diferente, de acordo com motivações e impulsos” (ROCHE, 2007, p. 49).

O charuto poderia servir como ornamento em determinados momentos, sua marca, por exemplo, e os acessórios que compõem o ato de fumar. Quando Fernando Seixas termina seu almoço, vai até a sala onde pega o seu jornal para estar ciente dos acontecimentos e as notícias da cidade:

Seixas tinha aberto maquinalmente um dos jornais do dia, que estavam em uma bandeja de charão com pés de bronze dourado, junto ao sofá. Quando Aurélia entrou, ele ofereceu-lhe a folha que tinha em mão e as outras, à escolha. — Agradeço, disse Aurélia sentando-se no sofá (ALENCAR, 2018, p. 93).

Os jornais servidos em bandejas próximos ou juntos ao sofá serviam para conectar o homem à cidade. Lerem as notícias, saberem sobre a política ou procurar locais de compra e venda de charutos. Quando é oferecida uma folha à Aurélia, ela nega e agradece, depois torna a perguntar sobre o jornal.

— Que trazem de novo os jornais? — Ainda não os li. Que mais lhe interessa? Naturalmente a parte noticiosa, o folhetim... Ao mesmo tempo abria Seixas as folhas uma após outra, e percorrendo-as com os olhos, lia em voz alta para Aurélia o que encontrava de mais interessante (ALENCAR, 2018, p. 93)

Fernando Seixas comenta sobre o jornal com Aurélia, apesar disso ela não pega o jornal em nenhum momento. As partes que talvez interessariam uma mulher fossem as notícias e os folhetins, romances que eram publicados de forma seriada no jornal. O *Jornal do Commercio* foi o primeiro periódico brasileiro a se especializar nos folhetins, “tendo estreado no periódico de Villeneuve, logo se estendeu a todos os jornais da Corte (SANTANA-JR, 2019, p. 262).

Enquanto ele lia o jornal “o criado apresentava a Seixas com um porta-charutos de araribá-rosa tauxiado de prata e guarnecido de legítimos havanas, uma lâmpada também de prata, em cujo bico cintilava a flama azulada do espírito de vinho. (ALENCAR, 2018, p. 93). O porta-charutos decora o charuto, endossa a elegância ao ato de fumar. Decora a figura masculina. Bem como a marca do charuto, se é de Havana confere credibilidade financeira a quem fuma. Neste momento o charuto passa de um acessório, que estava próximo ao homem, talvez até em seu bolso interno da sobrecasaca ou em seu requintado porta charutos e charuteira, para sua boca, se tornando um ornamento, e o que “importa é que o ornamental é inseparável de uma extensão do eu corporal e pertence à história das aparências, é que ele se organiza em taxinomias complexas, formais, convencionais, corporais e plásticas (a maquilagem, a peruca o espartilho à mostra) (ROCHE, 2007, p. 49).

Assim, a partir da multifacetada burguesia que se forma no Rio de Janeiro ao entender o consumo de charutos e derivados do tabaco, podemos decifrar como durante

o período imperial, a fixação de comerciantes, a princípio donos de armazéns, depois de cafés e bares, processou a modernização do Rio de Janeiro e projetou nesses ambientes significados às aparências dos homens a partir dos acessórios e a relação dos homens com o tabaco, como produto que se transforma em charuto, é vendido, consumido e integra as performances masculinas. A cultura material é composta pelo produto e a sua mercantilização que se processa de forma a dar corpo a um objeto. “O principal argumento da história da civilização material é a relação dos homens com as coisas e os objetos” (ROCHE, 2000, p. 17), dessa forma, “pelas quais os indivíduos e os grupos dão sentido ao mundo que é o deles” (CHARTIER, 1991, p. 177).

2. O RIO DE JANEIRO DO SÉCULO XIX: O *JORNAL DO COMMERCIO*, OS CHARUTOS, OS HOMENS E O COMÉRCIO

Em 1838 o jornal comunica uma forma de estratégia a qual traficantes de escravizados haviam encontrado, à noite, de contornarem as leis e lucrarem mais com o comércio:

Os botes, destinados a esse fim, bordejão em certa distancia, tendo os seus guias hum charuto constantemente acceso, para assim avisarem que se achao promptos á primeira ordem, e que, debordo das embarcações apresadas, e se lhes fazem os competentes avisos, a saber: hum charuto acceso indica que devem atracar á proa, dous advertem que seja na popa, e a falta desses sinaes luminosos indica e adverte que não atraquem. (JORNAL DO COMMERCIO, 1838, p. 2 – 3)

Um costume feito por botes de navios britânicos, denunciado na coluna *correspondências* e assinada pelo *Sr. Redactor*. Costume de burlar as leis e tentar lucrar, ainda mais, com o comércio de escravizados na costa brasileira. Contando com códigos criados por eles através da luz dos charutos fumados nos botes em terra. Nesse sentido, “a cultura material é equacionada a um sistema de comunicação por meio do qual as sociedades criam e expressam conteúdos discursivos de modo semelhante ao que ocorre com os códigos verbais” (REDE, 2012, p. 138). Uma maneira de como as coisas, a cultura material adquire o *status* de fala, comunicação social

O *Jornal do Commercio* é um periódico “sisudo e conservador, lido pelos homens da classe, pelos políticos, pelos funcionários graduados; trata-se de empresa sólida, prestigiosa, com redação à Rua do Ouvidor” (SODRÉ, 2011, p. 324). Ou seja, seu público de leitores e consumidores era a nascente burguesia do Rio de Janeiro. Um dos mais antigos jornais brasileiros. Sua circulação começa em 1827, para principalmente demonstrar a ida e vinda de produtos nos portos brasileiros e principalmente no Rio de Janeiro. Atravessou o século XIX, o XX e veio a terminar sua circulação em 2016, sendo considerado o jornal mais antigo da América Latina que esteve em circulação (MARTINS, 2008, p. 52).

Após a Independência e seus acontecimentos conturbados – Noite da Agonia, Guerra da Cisplatina -, segundo Sodré (2011), os periódicos tiveram que tender para alguma orientação política: direita conservadora, direita liberal e esquerda liberal: “na

direita conservadora alinham-se os órgãos da imprensa áulica, agora conhecida como *absolutista*, tendo à frente, na Corte, o *Diário Fluminense* e o *Jornal do Commercio*” (SÓDRE, 2011, p. 111 – 112). Assim, o *Jornal do Commercio* acaba por defender os interesses do Imperador, e tende a conservar, a temer as mudanças. Nota-se seu teor conservador inclusive quando se debruça a tecer comentários à sociedade e aos homens fluminenses:

Vou ahi por essas ruas, e rara he a casa em cuja sacada não vejo hum *joven* de charuto na boca, e de chapéu na cabeça: e perguntando a causa disto, respondem-me bons entendedores e constrastes da matéria, que he esse hum uso britannico, e mui conveniente para evitar as constipações; por que bem se vê, que quem está em sua casa trabalha de machado, fatiga-se, e sua, e consequentemente esta mui exposto a constipações, e destas engendram-se innumeras enfermidades (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 1)

As crônicas do jornal em relação ao hábito de fumar charuto, e aos homens que usufruíam de tal, durante a primeira metade do século XIX, são testemunhos carregados de ironia. Ou uma espécie de crítica que se endereçava aos *jovens* no sentido de educá-los para que ocupassem o tempo com algo produtivo. Pois a sociedade burguesa, do trabalho e do lucro requer *jovens* qualificados e disciplinados para o trabalho. Sendo um jornal voltado para política a acontecimentos políticos, eles acabam por desqualificar o *joven* fumante: que não faz nada e acaba tendo constipações e tempo de sobra de fumar charuto.

O *Jornal do Commercio* não era um periódico especializado em moda, como por exemplo seus conterrâneos *Jornal das Modas* (1839 – 1842) e o *Jornal das Senhoras* (1852 – 1855) (MONTELEONE, 2016, p. 244), seu foco principal eram as discussões políticas e assuntos comerciais. Portanto, sendo um periódico voltado para política e economia, suas crônicas envolvendo a descrição de roupas e acessórios masculino, acabam contendo críticas à determinados adversários políticos, ou costumes do qual imaginavam não atender à ordem da nação, adquirindo um cunho moralizante, principalmente, em relação aos jovens e as mudanças pela qual o Rio de Janeiro passava. Encontramos no jornal o sentido civilizador para o trabalho ou pedagógico educativo que eram defendidos pelos homens de negócio que precisavam de mão de obra. Podemos falar de dois seguimentos: os contribuintes dos jornais, como comentários que defendem os valores sociais e culturais do trabalho, bem como os que consomem as roupas e

acessórios. Ou seja, podemos pensar que o fumar não devia ser hábito de quem deveria estar trabalhando e sim do homem da elite, com tempo para viver o ócio.

Mas esse hábito de fumar, essa moda, necessariamente, precisa passar pelo novo, pelos jovens, é nessa busca pelo novo que acaba criando conflitos sociais no encontro pela identidade. Por exemplo, no verbete *moda* no dicionário do padre Raphael Bluteau, editado em Lisboa 1712 – 1728, argumenta que os “inventores das modas, não são a gente mais sisuda da República; ordinariamente são mulheres e moços do Norte incitados por mercadores e artífices que não tem outro fim que a própria conveniência” (BLUTEAU, 1712 - 1728). Se instala no Rio de Janeiro um conflito de gerações entre os homens de negócios e a nova geração interessada em outras coisas: *flanar*, fumar, praticar esportes, flertar com as meninas.

Jovens incitados pelos mercadores, pelo comércio, o consumo e a novidade. “Trocar constantemente de roupas era considerado uma extravagância, um hábito de pessoas do ‘norte’, jovens inconsequentes que não viam o bom senso de roupas boas duradouras” (MONTELEONE, 2016, p. 243). Assim, a busca pelo novo implica no sistema da moda, pois não há “sistema da moda senão quando o gosto pelas novidades se torna um princípio constante e regular, quando já não se identifica, precisamente, só com a curiosidade em relação às coisas exógenas, quando funciona como exigência cultural autônoma” (LIPOVESTKY, 1989, p. 28)

O gosto pelo novo e a curiosidade desses jovens se expressa no fumar charuto e usar chapéu, estavam adquirindo e consumindo os costumes e as novidades britânicas, para evitar “constipações”. Constipações fruto de não trabalharem, de não fazerem nada, de ficarem o tempo todo fumando charuto em suas varandas com chapéu à cabeça, essa era a crítica do jornal. Para Balzac (1799 – 1850), existem três tipos de homem: o que trabalha, o que pensa e o que não faz nada; e justamente o elegante, é o que não faz nada, pois para ser *fashionable* é preciso desfrutar do repouso, sem ter passado pelo trabalho (BALZAC, 2006, p. 26 – 30). A crônica continua:

Nossos pais e avós, ou erão *inconstipaveis*, e ou nessas eras não se conhecia tal moléstia; por quanto, chegavão as varandas descobertos, e entendião ser grossaria e rustiqueza o pôr dentro de casa chapéu na cabeça. Mas, hoje (graças ao progresso das luzes), somos humas esponjas de constipações, e porisso forçoso nos he trazermos chapéus em casa (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 2)

A menção aos pais e avós, que não usavam charutos e chapéus, é a menção ao velho, à antiga norma. Desse modo, a figura do jovem com charuto, chapéu, jaqueta, barba ou costeletas também estará ligada ao progresso, as luzes, - algo que aparentemente não era visto pelo folhetim conservador com bons olhos – e às mudanças e as revoluções que estavam em curso no Brasil. Mudanças que aconteceram durante o Período Regencial (1831 – 1840), fruto do Ato Adicional (1834), e a maior autonomia das províncias. E na Europa, a Revolução de Setembro. Jovens que clamavam por direitos e liberdade, e as vezes, não tão jovens assim⁷. A crônica ainda termina:

Além de que, o que diria o mundo, se trazendo os Inglezes os chapéus grudados nas cabeças, de maneira que parece que até dormem com elles, nós deixássemos de os macaquear? E que linda cousa não he hum joven a varanda com o seu chapéu na cabeça, com hum enorme archote ao canto da bocca, assim por modo de quem não faz caso de ninguem! He huma caricatura, e não há constipação que lhe penetre. Viva ao nosso progresso! (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 1)

“Eram nos ingleses e nos franceses que principalmente se inspiravam os brasileiros mais sofisticados da época não só para a sua convivência elegante – o chá à inglesa era então no Brasil uma instituição já brasileira – para suas modas de senhora” (FREYRE, 2009, p. 62) e de senhor. A moda masculina no decorrer do século XIX se desprende da França e se volta à Inglaterra. “Os ingleses detinham a venda de artigos para homens, concentrando-se nas Ruas Direita e da Alfândega, no Rio de Janeiro” (RASPANTI, 2011, p. 214), isso contribuía para tal influência.

“Oferecido em hotéis e salões aos frequentadores” (SODRÉ, 1977, p. 324), o *Jornal do Commercio* também contava com contribuições de “Visconde de Taunay, escritores como José de Alencar, juristas como Joaquim Nabuco, e intelectuais como Rui Barbosa, e Austregésilo de Athayde.” (THOMÉ; REIS, 2017, p. 5). No decorrer do século XIX, o periódico passa a trazer histórias, contos, que de certa forma, atuam de forma pedagógica sobre seus leitores, que rege a vida das pessoas, as relações cotidianas, as práticas de leitura e escritura (THÉRENTY, 2007).

No conto *Maneira engenhosa de despedir pretendentes*, por exemplo, M. de Lignières fica surpreso com a reação de sua sobrinha a seus pretendentes: “Quando se vio só, acendeu outro charuto, estendeu-se em uma poltrona e pôs-se a reflectir; depois, só

⁷ Discussão que faremos mais profundamente no segundo capítulo

cabo de alguns minutos, exclamou: Que sobrinha singular que tenho!” (JORNAL DO COMMERCIO, 1860, p. 1). Os objetos são “a partir do qual o homem do final do século XIX constitui a sua autobiografia social. Sua constituição baseia-se tanto na qualidade pessoal como no seu poder protocolar” (CARVALHO, 2008, p. 43)

O charuto, a poltrona sobreposta na sala de estar e a reflexão são características, podemos dizer adjetivos, para descrever as qualidades e demonstrar os ambientes e habilidades masculinas no século XIX. Seguindo a análise de Vania Carneiro de Carvalho:

à relação masculina que se estabelece com esses objetos demos o nome de ações centrípetas. Isso porque ela se aproxima da relação que, na estrutura gramatical, o adjetivo estabelece com o substantivo. O adjetivo caracteriza o substantivo, atribuindo-lhe qualidades (ou defeitos) e modos de ser, ou indicando-lhe o aspecto ou o estado. O adjetivo gravita em torno de um núcleo substantivo. A ação substantiva do homem. Há, portanto, uma hierarquia centralizadora entre pessoa e objetos, na qual os atributos dos objetos nunca sobrepõem o homem, ao contrário, eles servem para desenhar a personalidade de gênero de maneira individualizadora (CARVALHO, 2008, p. 43)

Os objetos servem para delinear, formar e enaltecer a figura masculina, dando-lhe respaldo a suas atitudes cotidianas, formando o exemplo da sua masculinidade. Porém, percebemos que durante o século XIX, nem sempre o charuto servia para enaltecer a figura do homem, continuava a desenhar sua personalidade e a não sobrepular, mas em determinados momentos e discurso servia para desqualificar o homem que tinha o hábito de fumar, isso na primeira metade do século XIX, dentro de um ambiente de uma cidade que passava por mudanças, civilizava-se e modernizava-se.

Na segunda metade do século XIX, a produção de café, as ferrovias para a exportação de café e outros produtos foram possíveis graças à investimentos estrangeiros, principalmente de capital inglês. “As benfeitorias no porto da cidade, a reestruturação dos sistemas de água e esgotos, a inauguração da iluminação à gás, a formação das companhias de carris – com a introdução dos bondes” (RAINHO, 2002, p. 58), são algumas medidas e sinais do processo de modernização que acompanham mudanças nas formas de se vestir. O *Jornal do Commercio* testemunhou essas mudanças no vestir e em relação ao uso do charuto. O cunho moralizante de suas crônicas e passagens dão lugar a elogios aos homens que fumam o charuto, vestem paletó:

O rei é seguramente o homem mais democrata que existe: passeia sempre n'uma victoria tirada por uma só parelha com um cocheio e lacaio, de libré como a de todo mundo, e acompanhado apenas por um ajudante de campo, ambos á paisana e de paletós sobrecasaca e charuto na boca. Nem um criado, nem um soldado o precede ou segue; o carrinho não tem armas, nem a gente para, nem se descobre quando elle passa (JORNAL DO COMMERCIO, 1870, p. 1)

Logo aquele charuto que representava o progresso, às luzes, e era tão criticado pelos cronistas da primeira metade do século XIX, passa a enaltecer a figura de Dom Pedro II, nosso “rei democrata”, simples, com sua economia de gestos. Segundo Lilia Schwarcz (1998), José Murilo de Carvalho (2007) e Marcelo Araújo (2012): Dom Pedro II utilizava dessa modéstia para dialogar com o povo, com seus súditos, estar mais perto deles, através desse ar de simplicidade. Adotava os trajes vitorianos: casaca, jaqueta ou sobrecasaca, paletó, charutos, chapéus. Para Gilberto Freyre, “foi Dom Pedro II uma espécie de Rainha Vitória de calças – apenas mais poderoso que a austera rainha inglesa – que fiscalizava os estadistas à maneira de um agente e até de um detetive de polícia: polícia moral” (2009, p. 85)

O teatro que elle mais frequenta é o do Principe Umberto, onde se dão operas e bailados, a que se assiste de chapéu na cabeça e fumando: o rei está em um camarote que não se distingue dos demais; conversa e fuma com seus ajudantes, todos com os mesmos trajes que usarão no passeio (JORNAL DO COMMERCIO, 1870, p. 1)

O “rei cidadão” era geralmente flagrado em público vestindo roupas pretas, “a cartola era o chapéu do cidadão comum que procurava cultivar de si próprio uma imagem de respeitabilidade” (ARAÚJO, 2012, p. 22). O charuto o ajudava a passar o tempo, a sociabilizar nas ruas e no teatro, tanto com seus ajudantes, quanto com seus súditos.

Portanto, percebe-se nas páginas do *Jornal do Commercio* que o sentido social que o charuto tem para os homens modifica-se dependendo do momento, do contexto e da política vigente, e como seus usos incidem sobre suas imagens em determinadas conjunturas. Entender o trajeto da moda, do vestir dos homens acompanhados do charuto e do significado de seus usos para a sociedade, durante e através do século XIX, através das *Jornal do Commercio*, é o objetivo deste trabalho.

Deste modo, as crônicas do *Jornal do Commercio*, periódico de notícias comerciais e políticas que se manteve em circulação durante todo século XIX, a partir de 1827, nos ajudam a perceber essa relação dos homens com o charuto, as mudanças e

permanências, qualidades e habilidades que o hábito de fumar charuto representou durante o século XIX a esses homens.

2.1 A Chegada da Corte e o “homem de negócios”

Com a chegada de D. João VI ao Rio de Janeiro, o patriarcado rural que se consolidara nas casas-grandes de engenho e de fazenda – as mulheres gordas, fazendo doce, os homens muito anchos dos seus títulos e privilégios de sargento mor e capitão, de seus púcaros, de suas esporas e dos seus punhais de prata, de alguma colcha da Índia guardada na arca, dos muito filhos legítimos e naturais espalhados pela casa e pela senzala – começou a perder a majestade dos tempos coloniais (FREYRE, 2004, p. 105).

Então, dois momentos são importantes para as alterações que acontecem no Rio de Janeiro do século XIX: a vinda da Família Real em 1808 e os investimentos de capitais em meados do século XIX que alteram o cenário da cidade e os gestos dos homens (RAINHO, 2002). O charuto – e os derivados do tabaco – são elementos que acompanham essa mudança de cenário. Seu uso, de certa forma, começa caracterizar os homens dentro desse ambiente, contornam e produzem atributos e modos de ser (CARVALHO, 2008), como condições, que os qualificam, ou, desqualificam-nos: como, por exemplo, *jovens e incompetentes demais para política* ou *cultos e intelectuais que apreciam um momento de descanso*.

Antes da chegada da Corte, de acordo com Luís Edmundo (1878 – 1961), os homens do Rio de Janeiro vestiam uma espécie de manto que cobria seu corpo, sem deixar marcas, ajustes. O que fazia por 32casi-lo irreconhecível, apenas a intimidade de seus companheiros é que poderia tirá-los do anonimato. A moda que havia na cidade era fruto dos 300 anos de colonização na região, sem imprensa, poucos meios de comunicação. Ou seja, as mudanças eram graduais, e no máximo, havia alguns ornamentos que faziam a distinção entre as classes:

Os homens traziam, em geral, uma véstia – espécie de longuíssimo colete, morrendo em dois longos bicos sobre as coxas -, mas não usavam redingote, - [...] envolvendo o corpo, apenas, com um vasto manto ou capa que os cobria quase completamente, de forma a ficarem irreconhecíveis. Uma carapuça na cabeça ou uns chapelões de aba larga, iguais aos que usavam no século XVII, enterrados até as orelhas, completavam a obra de *desguisement*. Um tipo desse só poderia ser

adivinhado pelos que conheciam na intimidade. Para os outros, era um simples fantasma que passava (EDMUNDO, 1950, p. 19).

A vinda da Corte em 1808 tem influência na mudança dos costumes e gestos das pessoas, devido a criação de uma sociedade cortesã, algo que era chamado à época, segundo Rainho, de “boa sociedade” (RAINHO, 2002). Isso altera e promove a diferenciação social e dos gêneros nos ambientes. A nobreza precisava se diferenciar dos trabalhadores. Era uma sociedade, a sociedade cortesã, voltada para a imagem e o luxo (ELIAS, 2001). Para obter essa diferenciação eles consumiam.

Os comerciantes de “‘grosso trato’, envolvidos no comércio intercontinental de gêneros tropicais e no tráfico negreiro – que estendiam suas redes por outras atividades, como o abastecimento interno e o sistema de crédito” (MALERBA, 2000, p. 21) dialogaram com a sociedade de corte de D. João VI, que em sua capacidade soberana real concedia “graças, que se constituía seu capital simbólico” (MALERBA, 2000, p. 24), utilizando como moeda de troca simbólica para estabelecer relações e favores com os endinheirados negociantes fluminenses.

Esses credores ficaram conhecidos como homens de negócio. Abasteciam o mercado interno, trabalhavam com gêneros alimentícios e coloniais, e investiam no setor imobiliário da cidade. Optando “claramente pelo não investimento de seus recursos nas atividades açucareiras” (GUEDES, 2006, p. 388). Formando a elite mercantil do Rio de Janeiro e se distanciando da casa grande e dos senhores do engenho.

Gouveia (1998) observa que com o passar dos anos os comerciantes e negociantes passam a ocupar cada vez mais cargos políticos, mais alto até que de senhores do engenho, comparando a listagem dos nomes envolvidos nas eleições:

Este dado aparece pela primeira vez na pauta eleitoral de 1800. Em um total geral de 63 indicações, 26 pessoas (41,5%) foram definidas como negociantes, sendo que 15 delas eram negociantes de grosso trato. Apenas 11 indivíduos (17,5%) foram listados como senhores de engenho e apenas um (1,6%) advogado foi ainda citado. Já na pauta dos indicados para os “cargos de governança” de 1806, dentre 27 pessoas listadas, 14 (52%) eram negociantes – sendo que 07 (26%) eram de “grosso trato”. Organizado em 1815, o contraste entre negociantes e senhores de engenho aparece mais pronunciado. Em um total de 66 pessoas, 34 delas (54%) foram apontadas como negociantes, outras cinco (8%) apresentadas como senhores de engenho e apenas uma (1,7%) 33cas indicada como sendo advogado (GOUVÊIA, 1998, p. 23)

Esse segmento social tem mais afinidade com a praça do que com o engenho. Além de se tornarem *homens bons*, fazerem parte da política e ocuparem cargos públicos, esses homens de negócio se tornam uma importante parcela consumidora na cidade. O contato com a Corte refina os gestos e a maneira desses homens, que passam a frequentar e a fazer parte do círculo cortesão. Essa adaptação produz uma sociedade mais pautada no sentido visual, no parecer, pois era dessa forma que a corte mantinha seu *status*: uma teatralização da vida (MALERBA, 2000).

Diz Noronha Santos que os vereadores e almotacéis trajavam os 'uniformes de nobreza: calções pretos, meias e coletes da mesma cor, chapéus de abas, sapatos de fivela e capas ricamente guarnecidas'. Por ocasiões de atos públicos, festas, *bandos* e recepções da corte, os vereadores carregavam uma vara branca e os almotacéis uma vermelha, objetos que simbolizavam a sua distinção. Nessas mesmas ocasiões eram eles, juntamente com o procurador, os responsáveis pelo porte do tradicionalíssimo estandarte da cidade (GOUVÊIA, 1998, p. 3)

A descrição feita por Noronha Santos se assemelha com o testemunho de Debret, em uma de suas telas, entre 1820 e 1825, intitulada *Empregado do governo saindo a passeio*: sobre um funcionário do governo que sai para passear com sua família. O senhor que vai à frente, veste botas e coletes da mesma cor, cor preta, em sua mão direita empunha uma espécie de vara branca.



BANDEIRA, Júlio; DO LAGO, Pedro Corrêa. **Debret e o Brasil: obra completa, 1816-1831.** Rio de Janeiro: Capivara, 2020, p. 169

O homem era provavelmente um vereador ou almotacel, saindo de casa para algum evento social. Sobre as roupas, Debret ainda completa: “com cores mais alegres e brilhantes, mas de uma moda anglo-portuguesa nada menos que graciosa, importação da Corte de Lisboa, a qual, depois de oito anos, não mudou nada, por um apego muito respeitoso a mãe pátria” (BANDEIRA; DO LAGO, 2020, p. 169).

A descrição de Noronha junto com a de Debret relembram as vestes da moda Imperial napoleônica: “calções culotes, agora com bolsos-faca, meias de seda brancas, fraques bordados e chapéus bicornes grandes, enfeitados com plumas e carregados embaixo do braço esquerdo. Botas de montaria e *scarpins*, para a noite, eram os calçados usados” (NERY, 2007, p. 154). Com o jogo de cores ainda fazendo parte do traje (LAVER, 1982, p. 160). “Reitera-se, aqui, que os trajes e acessórios usados no Brasil até a década de 1830 procediam da moda europeia, já que ainda não se podia falar em moda brasileira no século XIX” (ARAÚJO; MARCICANO; HELD, 2019, p. 273)

No ano de sua inauguração, em 1827, o *Jornal do Commercio*, em 1 de outubro, motivava os fluminenses a correr para comprar as mercadorias que estariam dispostas às

10:00 horas na alfandega: “40 peças e casimiras para colete, e outras fazendas, ferragens, quinquilharias, huma caixa com música para theatro. Canecas surtidas, 80 caixas de vinho da Madera, Mangas de vidro pintadas, 100 caixas de aletria, charutos etc.” (JORNAL DO COMMERCIO, 1827, p. 7).

A casimira na Inglaterra, por volta de 1820, “substituíram os calções até os joelhos[...]Para trabalhar com casimira. Esse tecido, de maneira diferente da seda e de outros materiais finos, pode ser esticado e bem moldado” (LAVÉR, 1989, p. 158). Essa roupa mais justa, moldada, passa a ser usada pelos *dândis*, que serão referenciais de beleza masculina no período. Os coletes de casimira são parte dessa indumentaria.

Não são encontrados registros de *dândis* no jornal do *Jornal do Commercio*, mas “lenços bordados, cortes de vestidos, chitas riscadas, morins, paninhos, sedas, cetins, bengalas” (JORNAL DO COMMERCIO, 1829, p. 1) são acessórios que vão fazer parte do traje desse segmento social. As primeiras propagandas de bengalas são de 1829, trazidas ao porto por navios e leiloadas aos armazéns. Bengalas, casacas e cartolas são os chamados “fatos feitos” que passam a ser comprados pelos homens de negócio. “A figura do dândi foi alvo de críticas por parte daqueles que o consideravam deveras ‘almofadinha’, excessivamente vaidoso para os padrões morais da época” (SANT’ANNA, 2014, p. 29)

Não há menção a *dândis*, mas há registros de *gamenhos* que seriam a variante nacional dos *dândis* europeus, segundo Mary Del Priore (2016). Padre Lopes da Gama, mais conhecido por seu pseudônimo de *Carapuceiro*, desferiu algumas críticas a essa figura:

Hum gamenho vai todo empapuçado a teso pelas ruas com os olhos cravados nas janellas, requebrando o madamismo que de certo não esta fazendo ali nenhuma via sacra: tropica em huma pedrinha, salta-lhe o chapéu, *expira-se completamente*, dá com as ventas em um sedeiro, esmecha a cabeça, fica amalrotado e enlamiado (JORNAL DO COMMERCIO, 1834, p. 2)

Padre Lopes Gama tecia críticas a *gamenhos* devido ao seu excesso de vaidade, de “madamismo” (SILVEIRA, 2007, p. 22): “chama-se de gamenho todo aquelle individuo que não tem outro officio, outro emprego, outro cuidado, senão embonecar-se para namorar; donde bem se vê que gamenho e tolo são synonymos” (JORNAL DO COMMERCIO, 1835, p. 1). Dessa forma, o jornal daria um sentido civilizador e

pedagógico para formar ideias e representações sobre a masculinidade jovem. O contrário seria a regra, ter um ofício, ter um trabalho, namorar com comedimento, na medida justa da idade e do potencial para casar-se.

Sendo que no século XIX o potencial para casar-se estava vinculado necessariamente a posição social da pessoa, seus rendimentos mensais e anuais, sua profissão, bens e herança. Em Honoré de Balzac (2012), *O pai Goriot*, e José de Alencar (2018), *Senhora*, percebemos a importância que era dada à herança, o trabalho e os ganhos anuais quando o assunto era o casamento (RIBEIRO, 2020). Por exemplo, Aurélia Camargo, em *Senhora*, ganha uma herança de seu avô e que “por essa razão, passou a cotar os seus admiradores pelo preço que eles poderiam obter no mercado de casamentos” (RIBEIRO, 2020, p. 50).

Em uma de suas crônicas dedicadas inteiramente aos *gamenhos*, Padre Lopes Gama chega a descrever como se veste um *gamenho*:

Elle se apresenta com todos os arreios do mais escrupuloso cerimonial de moda. O colete esta escancarado para deixar ver o parapeito da camisa, que he todo empapuçado e cheio de botõeszinhos de ouro, quando Deos quer, e algum calote o outorga; com seus brilhantes, e os mais símplices de madre perola naquelle peito, assim empanurrado, vão embeber-se todas as setas do Deos frecheiro: hum vidrinho de macassa todo se derrama no cabelo; agua de Lavanda no lenço, e até na camisa; ressendem o cheiro a 200 passos de distancia, e as Senhoras que padecem a faniquitos (JORNAL DO COMMERCIO, 1835, p. 1)

Com uma roupa mais chamativa: colete, botões de ouro, lenço e brilhantes, o *gamenho* sai às ruas a procura de sua *gamenha*. Neste sentido, o Fernando Seixas de Alencar (2018) e Eugenio de Rastignac de Balzac (2012) tinham condutas semelhantes aos *gamenhos*: se preocupavam com o visual, com as roupas e adereços, joias, bengalas, botinas, casacas e sobrecasacas, para estarem bem, circularem pelos nobres salões de suas respectivas cortes. Mesmo que não tivessem uma grande quantidade de dinheiro e renda, o que contava era se portar de forma elegante, para tentar por meio do matrimonio um bom dote. É interessante pensar que as ruas já estavam apropriadas para encontros e paqueras na botica. Segundo Gilberto Freyre (2009, p. 88), em meados do século XIX, o homem da cidade “gastava grande parte de seu tempo, fora – na rua, na praça pública, à porta de algum hotel francês, na repartição pública ou no armazém”.

O homem ficava fora de casa, e a mulher, dentro. “Conversando, fumando, tomando rapé, enquanto carregadores de café ou açúcar corriam com suas cargas” (FREYRE, 2009, p. 88). Como ainda havia poucos, ou quase não havia, locais para as sociabilidades, eles iam às ruas, pois “não possuíam clubes mundanos – a menos que aceitemos como tais as lojas de maçônicas. A rua era seu clube. Um clube ao ar livre: a rua, a praça, o largo da matriz, a porta da botica (FREYRE, 2009, p. 88 – 89)

Mas, onde conseguimos visualizar os charutos nesta história e no *Jornal do Commercio*? Os primeiros registros de venda de charutos, como já dito mais acima, são feitos a partir de 1827, ano da inauguração do *Jornal do Commercio*. Ao contrário da Europa, no Brasil, e na América, o charuto, rapé, cachimbo e outros produtos derivados do tabaco já eram consumidos pelos nativos e habitantes locais. Isso implica afirmar que leva um tempo para o charuto e o hábito de fumar sejam reconhecidos como elemento da moda, já que a priori eram usados de outras maneiras:

Hum preto de nome Joaquim, nação Moçambique; tem os signaes seguintes: pés grandes e cambaios, estatura mediana, cara redonda e parece inchada, olhos grandes e sabidos para fora, fuma muito charuto, e tem hum ferro ao pescoço que traz; levou vestido calça e camisa de brim branco e avental de riscado (JORNAL DO COMMERCIO, 1840, p. 4)

Muitos anúncios de escravizados fugidos eram colocados no jornal, em boa parte deles era salientado que o escravizado fumava charuto. Debret, em *Loja de rapé*, datada de 1823, pinta a cena em que negros vão à loja de tabaco para comprar o produto, alguns deles são desenhados pelo pintor já fumando charuto. Ou seja, já era um hábito antigo entre eles

Portanto, já utilizado por nativos e negros brasileiros, o tabaco é uma planta de origem americana, era consumida aqui para outros propósitos. Os colonizadores, nos primeiros anos, levam as sementes para Europa, lá ele passa a concorrer pelo mercado internacional e sendo apreciados por burgueses e a Corte (NARDI, 1996), se tornando elemento da moda.

Com a vinda da Corte ao Rio de Janeiro é que o uso do charuto é ressignificado. Assim, podemos dizer que ele é um artefato híbrido, sofrendo um processo de *circularidade cultural* (BURKE, 2003), uma adaptação: da América para a Europa; e da Europa para América, passando a significar e ser usado em de outras formas. Dessa forma,

o tabaco e charutos são usados permanentemente desde o período da colonização até o final do Império brasileiro, o que irá mudar é a maneira como que se usa, e por quem se usa, podendo mudar seu simbolismo social de acordo com o período. De fato, como acessório de moda, o charuto começa a ser apreciado na segunda metade do século XIX.

“Lenços de seda, aparelhos para chá, compoteiras, vasos de alabastre, mangas de vidro, cristas elegantes, talheres, camisas, cassas lavradas, papel pintado para casas, perfumarias, quinquilherias etc.” (JORNAL DO COMMERCIO, 1828, p. 3) são utensílios indispensáveis para as famílias de pose no Rio de Janeiro, que promoverão a diferença social, marca da nova nobreza, da “boa sociedade”. Ainda na primeira edição do *Jornal do Commercio* as menções a eventos no Theatro Imperial de S. Pedro d’Alcântara são expressivas. Danças, apresentações e bailes são parte do repertório de acontecimentos para a jovem burguesia e seus homens ilustres.

É certo que nesse momento as sociabilidades eram muito dependentes da Corte portuguesa: “ela possuía todos os atrativos sonoros suscetíveis de agradar à multidão” (SILVA, 1978, p. 58). E mais do que isso, ela precisava para manter o seu prestígio social, pois os eventos eram balizados pela hegemonia do monarca, cheio de adornos, adereços, e ganância no evento, que culminavam na sua distinção social.

É certo que a monarquia absoluta aproveitava todos os pretextos (aniversário do governante, casamentos ou nascimentos na família real, acontecimentos políticos relevantes) para promover festejos que incluíam luminárias, fogos de artifício, cavalhadas, corridas de touros, cortejos e desfile” (SILVA, 1978, p. 57)

Era assim que D. João mantinha um diálogo com seus súditos. “O povo aprende a respeitar o soberano, mas ao mesmo tempo diverte-se; o povo fica entretido e, portanto, tranquilo, mas ao mesmo tempo que é espectador, ele participa do festejo”. Com a volta de D. João à Portugal, a independência do país e a constituição nacional e o forte fluxo de migração europeia para o país, há um enfraquecimento da monarquia sobre a vida se seus súditos e de seu cotidiano. Com a Independência, avanço do comércio, aumento da população e dos locais de lazer as sociabilidades vão deixando de ser monopólio exclusivo cortês.

Aos poucos, a casa grande, liderada pelo senhor do engenho, suas vontades e redes de poder, vão dar espaço para maneiras e costumes importados da Europa nos navios trazidos pela Corte. Antes da chegada de D. João VI “embora fosse a capital do Vice-

Reinado, a cidade estava confinada a uma restrita área central, possuía ruas estreitas, mal calçadas, era suja, sem remoção de lixo e nenhuma noção de higiene ou saúde pública” (RAINHO, 2002, p. 48). Os homens de negócio, com o tempo, vão passar a dominar a paisagem do Rio de Janeiro.

O comércio do Rio de Janeiro e a cidade passam a desenvolver-se e em torno do porto, da Praça do Largo (atual praça XV de Novembro), ali havia locais que atendiam às necessidades desses homens, marinheiros, trabalhadores, negociantes, viajantes, ou mesmo apenas aventureiros, o Porto torna-se parada obrigatória. Ali, também, é o local onde a Corte Portuguesa se instala como casa de despacho, que mais tarde se chamaria Paço Imperial, para resolver os casos reais, demandando uma vida político social agitada.

Assim, descentralizando do Nordeste como principal polo financeiro e produtor do Brasil. “Com os senhores dos sobrados falando grosso e forte para os das casas-grandes do interior, ou perdoando-lhes as dívidas entre o filho do mercador, ou o próprio mercador, e a sinhazinha fina da casa-grande – ajustes de que falam tantas tradições de família (FREYRE, 2004, p. 113). Por assim dizer, a praça passa a sobressair-se sobre o engenho.

2.2. Os primeiros contatos com o tabaco

Como já argumentado, o tabaco já era um velho conhecido dos nativos brasileiros. Planta americana por excelência, seu uso já era apreciado por indígenas quando os europeus aqui chegaram. “Fumavam-no principalmente em charutos fabricados com folhas de milho ou em cachimbos, mas era ainda mascado, bebido ou pitado” (NARDI, 1996, p. 23). Logo os europeus aprenderam e foram ensinados pelos nativos de seus usos, como assinala o jesuíta Fernao Cardim em *Tratados da Terra e Gente do Brasil* (XVI-XVII):

nesta terra se fazem humas cangueras de folhas de palma cheia desta erva seca, e pondo-lhe o fogo por huma parte põem a outra na boca, e bebem o fumo; he huma das delicias, e mimos desta terra, e são todos os naturaes – e ainda os portuguezesperdidos por ella, e têm por grande vicio estar todo o dia e noite deitados nas redes a beber fumo, e assi se embebedão delle, como se fora vinho (CARDIM, 1923, p. 76)

Perdidos por ela, os portugueses estavam. Marinheiros e soldados que navegavam pelas rotas das Índias Ocidentais também se familiarizavam com seus usos. “O fumo ajudava-os a passar o tempo e a descansar durante as longas horas de viagem, mas também, de volta a seus países, conferia-lhes força e magia, provocando a admiração dos que ficavam” (NARDI, 1996, p. 24).

Hans Staden em suas viagens ao Brasil, 1557, relata um ritual de guerra indígena com o uso do tabaco:

Cada um dá presentes ao adivinhador, como são flechas, pennas e pendurocalhos, para as orelhas, para que seu Tammaraka não fique esquecido. Quando então todos estão reunidos, toma elle cada Tammaraka de persi, e o enfumaça com uma herva, que chamam *Bettin* (petum). (STADEN, 1900, p. 142)

A erva *Bettin* é o tabaco, o adivinhador é o pajé (*Paygi*). Após a baforada dentro dos *tammarakas* de cada indígena o chocalho de cada um parece que adquiri poderes mágicos, ganhando vozes. E essas vozes do chocalho dizem que os espíritos dentro dos *tammarakas* estão com fome, tem vontade de carne dos inimigos. Assim, os indígenas vão para guerra.

Eram usadas em vários rituais e para fins medicinais. Em 1574, o missionário calvinista Jean de Léry em viagem à França Antártica testemunhou usos indígenas para fins medicinais como para uso próprio

A respeito das ervas medicinais encontráveis no Brasil, uma existe a que os nossos tupinambás chamam *petyn*. Tem a forma da azedeira, embora seja um pouco maior, e folhas muito parecidas com as da *consolida maior*. Em vista das virtudes que lhes são atribuídas goza essa erva de grande estima entre os selvagens; colhem-na e a preparam em pequenas porções que secam em casa. Tomam depois quatro ou cinco folhas que enrolam em uma palma como se fosse um cartucho de especiaria; chegam ao fogo a ponta mais fina, acendem e põem a outra na boca para tirar a fumaça que a pesar de solta de novo pelas ventas e pela boca os sustenta a ponto de passarem três ou quatro dias sem se alimentar, principalmente na guerra ou quando a necessidade os obriga à abstinência. (LÉRY, 1961, p. 141)

Colhem, esperam secar, depois fica pronta para o uso. Enrolam e acendem, como se fosse uma espécie de charuto. Chegavam a ficar dias sem se alimentar após seu uso. Essa necessidade de que ele fala adivinha de dores no corpo, como de cabeça ou de

estomago. O termo *petyn* ou *petum*, que significa tabaco, é uma designação tupinambá para a planta.

Mas os selvagens também usam o *petyn* para destilar os humores supérfluos do cérebro, razão pela qual nunca se encontram sem o respectivo cartucho pendurado no pescoço. Enquanto conversam costumam sorver a fumaça, soltando-a pelas ventas e lábios como já disse, o que lembra um turíbulo. O cheiro não é desagradável. Não vi, porém, mulheres usá-la e não sei qual seja a razão disso, mas direi que experimentei a fumaça do *petyn* e verifiquei que ela sacia e mitiga a fome. (LÉRY, 1961, p. 142)

Segundo Joe Thorn (2015), os charutos e os cachimbos, e derivados do tabaco, podem ser apreciados pelos protestantes sem culpa alguma. Isso porque não há nenhuma restrição divina, não há nada na Palavra que indique que o uso não pode ser feito. O que deve ser levado em conta é o equilíbrio em relação ao uso, com parcimônia. Segundo o autor, isso explique o uso maior de charutos e cachimbos entre os protestantes.

De acordo com Lery, faziam enrolado, espécie de charuto, e deixavam ao pescoço, pronto para uso. Isso indica que não só em rituais ele era usado, em conversas e momentos lúdicos, mas de maneira mais restrita. O hábito de fumar se concentrava nas mãos do pajé e dos homens, geralmente guerreiros, principalmente para fins mágico-religiosos, provavelmente não fazia parte do decoro social da tribo

No século XIX Debret observa a produção de tabaco e a predominância do tabaco de Minas no mercado interno e externo: “a província de Minas é a do Brasil que mais fornece tabaco; então vemos essa *nicotiane*, que embora nativa, cultivada com cuidado especial, que dobra a proporção, e promove especulações tão vantajosas em sua exportação”⁸ (DEBRET, 1834 – 1839, p. 127).

⁸ La province de *Minas* est celle du Brésil que fournit le plus de *tabac*; aussi y voit-on cette *nicotiane*, quoique *indigène*, cultivée avec un soin particulier, qui en double l'apport, et favorise la spéculation si avantageuse de son exportation. (tradução própria)



FONTE: DEBRET, Jean Baptiste. In: **Voyage pittoresque et historique au Brésil:** ou Séjour d'há artiste français au Brésil. Tome Deuxième (Volume 1). Paris : Firmin Didot Frères, 1834 – 1839, p.28. Disponível em: <<https://digital.bbm.usp.br/handle/bbm/3802>>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

O artista chega a desenhar folhas e flores de tabaco que visualizou no Nordeste. Nos prestando o testemunho sobre o peão que os guiava pelo caminho: “não precisamos nos preocupar com a comida também, este fiel companheiro de viagem, sempre munido de um pequeno suprimento de conhaque e fumo de tabaco, que é suficiente para o dia todo”⁹ (DEBRET, 1834 -1839, p. 32).

Ainda nos reporta o modo como esse fumo era tratado: depois de seleção feita com cuidado das melhores sementes era plantado e colhido quando a planta se torna um arbusto. Depois de colhidas as flores elas são maceradas com açúcar cru e depois secas ao sol, depois empilhadas e colocadas em barris. Feito isso, o segundo processo consistia em, depois do período de maceração, revestir essas folhas de melaço e conhaque com cana, ou mesmo mel silvestre, uma substância de fermentação ativa. Em seguida, formava uma espécie de corda com o fumo, essa massa cilíndrica era colocada dentro de uma cesta, o jacá, e transportada em mula para as outras regiões. (DEBRET, 1834 – 1839, p. 127).

⁹ “On n'a pas non plus à s'occuper de la nourriture de ce fidèle compagnon de voyage, toujours muni d'une petite provision d'eau-de-vie et de tabac à fumer, qui lui suffit pour toute la journée” (tradução própria)

Chegando às lojas dos comerciantes ele era triturado ou cortado, dependendo do gosto do freguês por rapé ou fumo. “Todas as negras fumam com cachimbos; mas os negros preferem charutos feitos com tabaco cortado. Muitas vezes chegam a fazer rapé, que enrolam em um pequeno tubo de papel; distração que de forma alguma prejudica a de mastigar o resto do dia”¹⁰ (DEBRET, 1834 – 1839, p. 127). Isso, “porque não tem brasileiro que se recuse a fumar tabaco”¹¹ (DEBRET, 1834 – 1839, p. 127)

2. 3. Os comerciantes e o comércio

Apesar da grande exportação de tabaco e das grandes lavouras, após Abertura dos Portos, o cenário muda tanto para Portugal quanto para o Brasil: “imediatamente principiaram as exportações diretas para a Europa (fora Portugal). Em três anos, segundo nossos cálculos, deram uma arrancada [as exportações de tabaco] prodigiosa: 20.707 arrobas em 1808, 125.076 em 1809 e 262.599 em 1810! (NARDI, 1996, p. 179).

Em 1834 o Rio de Janeiro se transformara

numa cidade de 130 000 habitantes e menos de cem ruas, cujo centro se constituía de estreitas artérias, becos ainda mais estreitos, marginados de velhas casas de rótulas e balcões, cujos limites extremos eram a Lapa e Campo de Santana, o poderio do grupo comercial era naturalmente grande. Considerando que esse grupo se constituía de esmagadora maioria de estrangeiros, é fácil constatar o sentido de sua influência” (SODRÉ, 2011, p. 171)

Sendo uma cidade portuária, passa a desenvolver-se a partir do porto e da chegada de navios que traziam suprimentos. Estabelecimentos como armazéns e tavernas são criados para atender as demandas pelos gostos de viajantes, marinheiros e comerciantes que ali estavam e aportavam. Segundo José Rivero Muñoz (1965, p. 13, apud NARDI, 1996, p. 24) esses viajantes eram

peessoas avezadas às aventuras, homens de ‘pêlo no peito’, amantes do jogo e dos prazeres fáceis, e entre os quais abundavam os que durante sua permanência na terra firme haviam adquirido o hábito de fumar. E [...] o fumo serviam-lhes de distração, de agradável intervalo entre as

¹⁰ “Toutes les *négresses* fument avec des pipes; mais les *négres* preferente les cigares faits avec *du tabac coupé*. Souvent même ils s’en fabriquent avec du *tabac à priser*; distraction qui ne préjudicie em rien à celle de chiquer le reste de la journée. (Tradução própria)

¹¹ “Car il n’est pas de *Brésilien* qui refuse une *prise de tabac*”. (Tradução própria)

tardes passadas nas casas de jogo, as tavernas e as prostitutas, e a prolongada espera para recomeçar a travessia

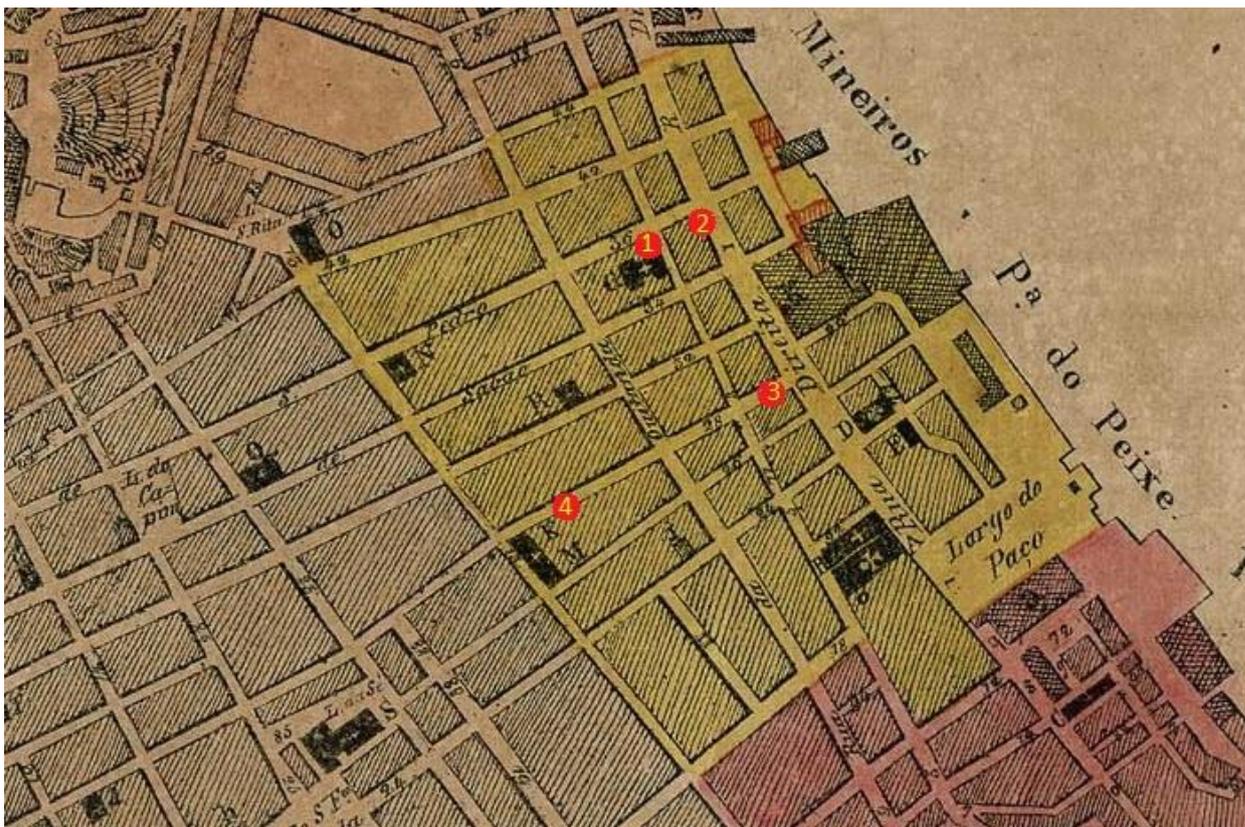
Tavernas são locais que persistem desde a antiguidade, assim como a profissão de taberneiro, figura que acaba tornando-se conhecida aos arredores das cidades. Elas oferecem aos “mercadores, aos camponeses da diocese, aos familiares e servidores dos poderosos, aos pobres clérigos da Igreja, produtos com que matar a sede e a fome num ambiente que favorecia a convivência (DESSPORTES, 2015, p. 423). Um local para vários tipos de homens. Se estabelecem, geralmente, em torno de pontos de passagem, como cidades portuárias. Ou seja, a taberna, a “vendinha” está por perto quando homens também estão. Promovendo diversão e prazeres aos homens viajantes.

No século XIX, armazéns e tabernas (e mais tarde bares, botequins) se reproduziram. “A multiplicação dos locais de frequência exclusivamente masculina – o colégio, o pensionato, o seminário, a cávea de sociedade de cantores, o bordel, o refeitório dos internos nos hospitais, a sala de armas, o fumódromo” (CORBIN, 2015, p. 07) são espaços onde essa virilidade se manifestava e era reforçada, principalmente através do tabaco. Esses locais são armazéns, boutiques, boticas que revendem tabaco no centro da cidade. Não se vê menção a palavra “tabacaria”, “charutaria” ou “casas de charutos”, antes de 1840 no *Jornal do Commercio*.

Segundo Debret: “O encontro das primeiras lojas de tabaco fica na rua *Traz do Carmo*, onde cada pequena loja, como a famosa *Civette de Paris*, distinguisse pela efígie”¹² (DEBRET, 1834 – 1839, p. 127). Assim, a Rua Detras do Carmo (que mais tarde se tornará Rua do Carmo), atrás do antigo convento do Carmo, foi o local onde recebeu as primeiras lojas do ramo, comandada por portugueses. Com grandes decorações e estatuas de animais, possivelmente para que os visitantes se lembrassem e voltassem ao local.

No mapa abaixo, em vermelho, estão os pontos listados onde havia uma grande movimentação de produtos no *Jornal do Commercio*. Famosas casas de donos ingleses como Samuel Phillips Companhia, situada na rua Direita, que movimentavam o centro comercial com venda de charutos, rapé, bebidas, fazendas e jogos para divertimento, como bilhar:

¹² “*La réunion des premiers magasins de tabac se trouve rue à Traz do Carmo, où chaque petite boutique, à l'instar de celle de l'illustre Civette de Paris, se distingue par l'effigie*” (Tradução própria)



Planta de São Sebastião do Rio de Janeiro, 1831. Fonte: Biblioteca Nacional: <http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_cartografia/cart326112/cart326112.jpg>

Segundo o *Almanach do Rio de Janeiro* de 1816 (ALMANACH DO RIO DE JANEIRO, 1816, p. 219 – 247), haviam instalados na cidade cerca de 266 comerciantes portugueses e 106 comerciantes ingleses, isso, em uma cidade que “crescia em ritmo acelerado e que em 1822, já duplicara a população, chegando em 120 mil habitantes” (RAINHO, 2002, p. 51). Em 1827, já no Império, a cidade contava com cerca de 394 comerciantes nacionais e 78 estrangeiros (ALMANACH DO RIO DE JANEIRO, 1827, p. 155 – 171).

Os *Almanachs*, entre 1816 e 1827, não especificam qual era o ofício e a função que cada comerciante/negociante se encarregava de executar na cidade. Apenas cita o nome dos homens de negócio e, de vez em quando, a localização do seu estabelecimento. Mas, nos primeiros anos do *Jornal do Commercio*, de 1827 a 1830, quatro nomes se sobressaem no comércio de tabacos e charutos: (1) Henrique Cussen Companhia (este não consta nos *Almanachs*), (2) Samuel Phillips e Companhia, (3) Samuel Clapp e Companhia e (4) J. H. Sulz. Esses três últimos constam na lista dos negociantes estrangeiros.

Henrique George Cussen foi um proeminente comerciante da cidade. Ocupou diversas posições além do vínculo com o comércio de tabaco na cidade: proprietário em conjunto com sua família a partir de 1849 do *Collegio Mercantil*, onde se ensinava os ofícios do trabalho, ciências naturais e geológicas e a língua materna de países europeus (LENZ, 2010); em 1830 se estabelece como corretor de navios, oferecendo frete de navios a comerciantes e pessoas que precisavam embarcar (JORNAL DO COMMERCIO, 1830, p. 4); membro da *Sociedade Philharmonica* ocupando cargos como *Director de Harmonia* e ocupou a posição de *Guarda Livros* – algo semelhante a um contador – na Companhia de Seguros Marítimos Santa Cruz a partir de 1861 (ALMANAK ADMINISTRATIVO, MERCANTIL E INDUSTRIAL DA CORTE DO RIO DE JANEIRO, 1861, p. 441). Segundo o *Almanak Administrativo, Mercantil e Industrial da Corte do Rio de Janeiro*, a partir de 1861 viveu boa parte de sua vida na rua Bella Vista, 31 (326) (ALMANAK ADMINISTRATIVO, MERCANTIL E INDUSTRIAL DA CORTE DO RIO DE JANEIRO, 1861, p. 1526)

Mais conhecido no *Jornal do Commercio* pelas iniciais H. G. C e Companhia, situado sua loja na Rua Detras do Carmo, n. 36, provavelmente sua loja era uma das quais Debret se referia, garantia a melhor qualidade de seus charutos importados:

Tem recebido huma porção de charutos de Havana, em meias caixas e quartos, o sortimento não pode ser melhor para agradar os mais diversos paladares, sendo de forte ou fracos, que servem optimamente para principiantes ou pessoas não muito acostumadas ao luxo de fumar, de meio escuros, de mediana força, e de escuros ou mais fortes, todas estas três espécies tem as folhas de dentro tão boas como as de fora, e para a satisfação dos compradores os deixarão escolher, abrir, e examinar como he a queixa geral que raras vezes se pode achar hum verdadeiro e legitimo charuto de Havana em toda Cidade entre os milhares que se oferecem diariamente por taes. H. G. C. e Comp. Tem mandado vir huma porção de mais superior, e como não duvidão que (depois de provada a qualidade) há de merecer a preferencia, julgão necessário advertir que todas as caixas que irão venderem, estarão assignadas com a firma da casa. (JORNAL DO COMMERCIO, 1828, p. 4)

Uma semana antes, o mesmo vendedor garantia a troca desses charutos importados se a qualidade não fosse comprovada: “e convidão aos Srs. Connoissenrs de hum bom charuto para eles; qualquer caixa não sahindo tão boa quanto elle agarante, não haverá a menor dúvida em trocar” (JORNAL DO COMMERCIO, 1828, p. 4). Embora as províncias de Minas, Bahia e Rio de Janeiro serem grandes produtoras de tabaco e de

atender ao consumo interno, nota-se uma busca por charutos importados, os mais procurados de Havana, mas também de regiões da Europa, como Berlim.

Apesar de Henrique Cussen ser um dos primeiros a trabalhar com o comércio de tabaco, sua venda, distribuição e consumo, devido a sua alçada a outros negócios a partir de 1830 passa a deixar de lado seu comércio e se dedica a seus outros afazeres.

Navios carregados de fumo e outras mercadorias chegavam ao porto do Rio de Janeiro. No *Jornal de Commercio*, do dia 5 de outubro de 1827, anunciava a chegada do Bergantim Americano *Gazelle*, vindo de Boston com escala em Pernambuco e na Bahia, endereçados à Samuel Phillips Companhia, situado na Rua Direita. Mesmo sabendo do potencial da companhia de Samuel Phillips, o tamanho da carga chama atenção: “23:000 charutos, 10 caixas com vinho de maçã, 5 barris com 12:000 pezos” (JORNAL DO COMMERCIO, 1827, p. 3), entre outros artefatos que seriam revendidos na cidade.

A Samuel Phillips foi uma das maiores companhias criadas no Rio de Janeiro durante o período Joanino e Imperial. Segundo o *Jornal do Commercio*, se situava na Direita, n. 36. Firma judaico-inglesa, era comandada pelos primos Denis Samuel e Alfred Phillips. O primeiro era concunhado de Natan Meyer Rothschild, “o mais poderoso banqueiro mercantil do século XIX” (GUIMARÃES, 2010). Aparentemente, após 1830, assim como Henrique Cussen, passa a se dedicar a outros negócios.

Apesar de terem se envolvido no comércio de *grosso-trato* com *gêneros coloniaes*, vendendo charutos e cervejas, a firma fez riqueza de outra forma. No *Jornal do Commercio*, no ano de 1827, a firma fretou mais de 60 consignando viagens do Brasil, Europa e África. Segundo Guimarães (2010), a firma fez dinheiro ao se encarregar da transferência de moedas de ouro para Inglaterra e de tráfico de escravos ao Brasil. A Samuel Phillips Companhia ainda fez parte do empréstimo ao recente Estado Imperial brasileiro durante a independência, em 1822, e logo após esse período, em 1825, para contornar a crise ativada em decorrência dos conflitos com as Cortes Lisboetas (GUIMARÃES, 2010). No *Almanak Administrativo*, a partir de 1845, consta que depois mudaram sua localização para R. da Alfandega, 40.

Geralmente os navios estadunidenses e ingleses abasteciam charutos e tabacos aos comerciantes ingleses. No dia 10 de novembro, em 1827, o *Jornal do Commercio* informava à carga do navio americano *Commodore Perry*, que havia dado entrada no porto no dia 07 do mesmo mês endereçando boa parte de seus mantimentos à Samuel Clapp e Companhia, Rua Detraz do Hospício 15, com uma carga de “3 caixas com jogo de bilhar, 3 ditas com espelhos, 1 bahú e 96 caixas com charutos, 1 dita com çapatos, 1

dita com flores artificiaes [...], 4 ditas e 11 barrelinhos com tabaco”, entre muitos outros objetos (JORNAL DO COMMERCIO, 1827, p. 2). Dentre esses produtos estavam presentes também bebidas: cervejas, licores, vinhos. Os navios vindos dos Estados Unidos também traziam rapé, pois recorreram “à importação de fumo da Virgínia julgado melhor para a fabricação de rapé” (NARDI, 1996, p. 179).

Nota-se que além do consumo de tabacos, a companhia vai além e importa jogos de bilhar, uma importante atitude para o divertimento de seus frequentadores. A Samuel Clapp Companhia segue um padrão similar a Samuel Phillips, ou seja, há muitas notícias do uso e fretamento de navios após 1830. Não há menção de Samuel Clapp no *Almanak Mercantil*.

O grande mérito de J. H. Sulz, comerciante estrangeiro que também participava do comércio de tabaco, foi abrir sua própria fábrica de charutos e tabacos: “J. H. Sulz tem a honra de participar ao respeitável público, e a seus amigos, que tem mudado sua fábrica de tabaco e charutos bons de todas as qualidades de sua conhecida casa n. 38 da Rua do Hospício para o número 20 da mesma” (JORNAL DO COMMERCIO, 1828, p. 4). Também não há menção a ele no *Almanak Administrativo*.

Segundo o *Jornal do Commercio* esses foram os primeiros, desde 1827, e os principais comerciantes de tabaco no Rio de Janeiro. Mesmo que tenham se dedicado a outros afazeres depois eles iniciaram seus trabalhos como comerciantes de *grosso trato*, trabalhando com itens de consumo e *gêneros coloniaes*. Samuel Phillips Co., por exemplo, foram agraciados com o título da Ordem da Rosa, tendo relações íntimas com a política brasileira, se tornando *homens bons*.

Outros estabelecimentos e armazéns surgem, é o caso do *Ville Bordeaux* que ficava na Rua do Ouvidor, n. 64, sua propaganda chama a atenção pelo requinte

Neste armazém se achará hum sortimento completo de todos os vinhos de Bordeaux, Chambertin, Grand Hermitage, Rhin; de Itália, acaba de receber o verdadeiro vinho chamado de *Ballet de Nice*, bem conhecido pelo seu bom gosto e pela sua qualidade confortativa para doentes; conservas de todas as qualidades, o verdadeiro salame de Boulogne, queijos ingleses, suíços de gruyere; presuntos, manteiga, azeite para comer e para a luz; mostarda licor fino, chocolate, cerveja e comida brasileira. Vinho em garrafa a 120, 140, 160, 200 e 320; e em barricas e em caixas de todos os preços; o verdadeiro charuto de Havana, e de todas as qualidades (JORNAL DO COMMERCIO, 1837, p. 4)

Com vinhos e cervejas estrangeiras, alimentos como queijos suíços e salames da Itália, chocolates e temperos e os melhores charutos de Havana encerram a propaganda. Não se vê mais propaganda do *Ville Bourdeaux*, apenas no ano de 1837, talvez até pelo grau de refinamento do armazém pode ter vindo a falência

A partir de 1844 as casas que forneciam tabacos e charutos passam a se especializar, no *Almanak Administrativo* de 1844 (p. 229) são listadas um total de 15 “lojas de charutos”: (1) *Casa da Havana*, na rua dos Ourives; (2) *Isidoro Lopes*, na rua de São José; (3) *José Maia*, na rua d’ Ajuda; *Plácido Antonio da Cunha*, no Largo de São João Batista e os outros onze endereços, onde não constam o nome dos locais, espalhados pela rua (4, 5, 6) da Cadeia, do Cano, de (7, 8, 9, 10) São José, (11) Misericórdia, do (13) Rosario e (14) Sabão. Destaque para a rua de São José, com cinco lojas de charuto (ALMANAK ADMINISTRATIVO, MERCANTIL E INDUSTRIAL DA CORTE DO RIO DE JANEIRO, 1843, p. 229)



Guia e plano da cidade do Rio de Janeiro 1858.
http://objdigital.bn.br/objdigital2/acervo_digital/div_cartografia/cart174224/cart174224.jpg

Já no volume do *Almanak Administrativo* de 1885, é difícil mensurar o número de locais que comercializavam tabacos, charutos, fumos e cigarros, pois esses variavam entre bares, botequins, bilhares, cafés, lojas de charuto, fabricas de charuto e charutarias. Só na província do Rio de Janeiro, por exemplo, na seção intitulada “charutos, cigarros e fumo”, onde são listados os “negociantes, fabricantes e depósitos” desses produtos, são enumeradas 281 locais de comercialização. Ou seja, charutos circulavam à vontade por toda parte do Rio de Janeiro. (ALMANAK ADMINISTRATIVO, MERCANTIL E INDUSTRIAL DA CORTE DO RIO DE JANEIRO, 1885, p. 503 – 513)

Não é difícil pensar nesse aumento exponencial dos locais de venda de charutos à medida em que a cidade capital do Império crescia. Interessante notar que, até a década de 1830, as propagandas referentes a charutos no *Jornal do Commercio* não dizem respeito a usos e atributos dele. As propagandas são algo que estão ali para informar compra e venda de charutos. Apenas informam aos fregueses que os armazéns estão dispostos a vende-los. A partir de 1840 percebe uma publicidade em torno do charuto como acessório indispensável para um jovem fluminense da moda. Assim, de meros armazéns passam a casas de charuto e charutarias nas décadas seguintes.

Podemos inferir que a uma modificação quanto ao uso do local. Agora mais especializado em tabacos, não mais como um armazém, um armarinho ou uma botica que vende diversos produtos, mas como um café. El-Kareh, em seus estudos sobre as maneiras alimentares do século XIX nos elucida essa questão:

Segundo o periódico publicitário anual *Almanak Administrativo, Mercantil e Industrial da Corte e Província do Rio de Janeiro* (conhecido por *Almanak Laemmert* ou simplesmente *Almanak*) de 1845, ano seguinte ao seu lançamento, os hotéis, casas de pasto e cafés da cidade do Rio, todos confundidos, eram em número de 25, a se dividir a parcela mais rica da sociedade carioca, e todos eram de propriedade individual.” (EL-KAREH, 2016, p. 6)

Em contrapartida às 984 tavernas espalhadas por todas as localidades da cidade: “aí se comia basicamente carne-seca com farinha de mandioca e peixe frito, que eram os alimentos mais baratos, bem como se bebia o que havia de mais em conta” (EL-KAREH, 2016, p. 7), vinho ou cachaça. Esses locais eram sujos, escuros e malcuidados, “e os produtos oferecidos eram os de pior qualidade. Isso, contudo, não impedia que as tavernas e as vendas fossem muito apreciadas pela ralé, que, privada de um espaço íntimo, elegera-as como local predileto de reunião e lazer. (EL-KAREH, 2016, p. 7).

Na segunda metade do século XIX conforme o número de imigrantes crescia novos hábitos eram instalados no Rio de Janeiro. Como hábitos de frequentar cafés, assim o número de locais “O português José de Souza e Silva Braga, mais conhecido como Braguinha, pode ter chegado ao Rio de Janeiro ainda menino, como milhares de outros pequenos portugueses que ali desembarcavam entre os 10 e 12 anos de idade” (EL-KAREH, 2016, p. 136) para trabalhar no comércio como caixeiros. Segundo El-Kareh (2016) Braguinha é responsável pela “invenção do cafezinho”. Convidava todos os homens e mulheres da cidade para irem ao seu café, o *Fama do Café com Leite*. Braguinha inaugura um modelo de propaganda para chamar atenção dos fregueses, com irreverência e atrativos. Na coluna *Proclamação*, ele convida a todos:

Avante, avante, rapazes
 Caraças e mascarados
 O Braguinha os convida
 Com seus cafés e gelados

A Fama esta á disposição dos belos Pierrots, dominós tistis e polichinelles, com a única diferença que, posto tragão as caras cobertas, quer as bolsas descobertas, para não haver máo humor nas gavetas: sendo domingo gordo é grande injustiça estar ella tísica no terceiro grau

Um minuto após a entrada
 Todos serão bem servidos;
 Quer as damas com os *amantes*
 Quer as mulheres com os *maridos*

E´ pura verdade: os caixeiros há uma semana estão entusiasmados em bem servir os freguezes. Apresentar-se-ao com as mascaras que Deos lhes deu, e vestidos com trajos mais simples para que não lhes estorvem o serviço. Não se apresentarão com Aldeões por ser incompatível o traje com o desmedido do dia.

Café, cognac, champagne,
 Vinho do Porto. Madeira
 Tudo da primeira sorte
 Dará brilho á brincadeira

Cheguem a Fama e verão
 O que é bom e barato
 O serviço, a ligeiresa,
 E do Braga o fino trato.

E´ real o Braga estará a porta, vestido como quando vai ser de padrinho em algum casamento ou baptisado. Adquirio um condão para distinguir através da mascara quem entrar, e por isso garante que quem não for digno não lhe passa da soleira ainda brincando.

Disse. Quem julgar que o que digo não é verdade, morda o braço de inveja, chamame á responsabilidade, chame-se de *victima?! E gentilezas!!?*

Por ultimo, recommendo a minha charutaria junto a Fama, aonde encontrão se charutos de diferentes marcas e boa qualidade, assim como cigarros (JORNAL DO COMMERCIO, 1859, p. 3).

No decorrer do século XIX conforme a cidade e o consumo aumentam “a pechincha e os rituais dela resultantes são os exemplos mais comuns do teatro diário de uma cidade, e do homem público como ator” (SENNETT, 1988, p. 180). Pois precisava provocar o alvoroço do desejo no cliente. “Na última metade do século XIX, os donos de lojas de departamentos começaram a trabalhar mais o caráter de espetáculo de suas empresas, de maneira quase deliberada (SENNETT, 1988, p. 183). Os comerciantes tentam “resolver o problema criando um espetáculo do lado de fora da loja, um espetáculo que deveria dotar as mercadorias tão indefinidas” (SENNETT, 1988, p. 182) estimulando as pessoas a comprarem mercadorias indefinidas

2. “A PRAÇA VENCEU O ENGENHO”: EM CENA O JOVEN

*A moda também sofre uma metamorfose completa. Desaparecem os pesados toilettes sem graça e sem elegância, que fizeram dizer a um fidalgo francês que a mulher é uma criatura humana, qui s’habille qui babille, et quis se deshabillé. Aí vem o tempo dos graciosos vestidinhos brancos, das gases ligeiras, dos toilettes singelos, que tem apenas uma fita por ornato, e uma simples flor toucado
(José de Alencar, 1854)¹³*

A citação de José de Alencar faz menção as mudanças que estavam acontecendo no Rio de Janeiro em meados do século XIX. Como bom observador, às vezes escrevia suas colunas olhando de seu escritório, ou da cidade de Petrópolis, ou de algum café no Rio de Janeiro (MARQUES, 2017), de onde tinha uma visão privilegiada para descrever as transformações no vestuário, costumes, bem como nos acessórios dos fluminenses.

Alencar havia notado, através dessas observações, que o Rio de Janeiro estava diferente, não era mais o mesmo e que o charuto e o fumo, o progresso – também simbolizado nas fábricas, no maquinário – estava por todos os lados:

Tudo no mundo é fumo. O espírito do século está simbolizado nesse vapor tênue e ligeiro. O progresso fumeja nos caminhos de ferro, nos bicos de gás, pelo canudo dos vapores, pelo tubo das fábricas. A humanidade é um grande fumista capaz de pedir meças a um paxá turco: e a terra não passa de um enorme cachimbo alemão (ALENCAR, 2017, p. 90)

Ao pensar na imagem de uma cidade industrializada, a figura da chaminé, bem como de fumaças e fábricas, vem à cabeça. Portanto, Alencar já perceberá que o charuto, o cachimbo, o fumo faziam facilmente parte desse cenário, sendo ele, também, um fabricante de fumaça, passa a ser símbolo do progresso: “fumam as luzes, fuma o vinho de Champagne nas taças de cristal, fumam os fogões do hotel a preparar a suntuosa ceia, fumam os hóspedes o bom tabaco da Virginia ou de Havana, e afinal *fuma* o anfitrião quando lhe apresentam as contas exorbitantes do esplêndido sarau (ALENCAR, 2017, p. 89)¹⁴

¹³ Alencar, José. *Ao correr da pena (folhetins inéditos)*. São Carlos: EdUFSCAR: 2017

¹⁴ Grifos do autor

Essas transformações foram produzidas principalmente a partir de 1830, com o café sendo produzido em larga escala no vale do Paraíba. Nas décadas seguintes esse produto iria ultrapassar a produção e venda do açúcar, operando uma industrialização da região sudeste brasileira, com capitais estrangeiros, principalmente na construção de ferrovias para escoar o café (DOLHNIKOFF, 2019).

Na mesma década, em 1830, as primeiras propagandas de estabelecimentos que serviam cafés são notadas no *Jornal do Commercio*, bem como os bailes e eventos propostos nesses locais. “E as discussões se faziam nos cafés. Na corte, tais casas comerciais reuniam os conversadores e os boateiros, substituindo a “botica” ou “a casa do barbeiro”, que foram, até os fins do século XVIII, o ponto de reunião masculina” (DEL PRIORE, 2016, p. 267). O Café Neuville, um dos primeiros cafés do Rio de Janeiro, tornara-se um ponto de encontro, situado na Rua Direita, n. 67, no Largo do Paço, no coração da cidade. Lá ocorriam bailes e espetáculos que “com huma magnifica ocasião, que executara novas, e belas symphonias” (JORNAL DO COMMERCIO, 1836, p. 4), e assim garantiam apelo dos fregueses em se realizar mais bailes: “a pedido dos clientes e fregueses será realizado outro baile de máscaras” (JORNAL DO COMMERCIO, 1836, p. 4)

A partir de 1840 é notado o uso da palavra charutaria pelo jornal. O uso da palavra em detrimento da palavra armazém, ou botica, é importante, pois uma charutaria é um local especializado para charutos, tabacos e fumos em geral. Uma “casa de charutaria com um grande sortimento de charutos de Havana e de diversas qualidades, cigarros de palha e papel” (JORNAL DO COMMERCIO, 1860, p. 2) com maiores opções e ofertas aos fregueses.

Gradualmente, o divertimento masculino que antes era feito na rua, como atesta Gilberto Freyre (2009), começa a ser feito em lugares específicos. O *Jornal do Commercio* e seus cronistas, que advogam em causa da manutenção do Império e da ordem, passam a ridicularizar o estilo dos jovens de charuto, sobrecasaca, calças largas, do Rio de Janeiro, encontrando um “culpado” para o ambiente agitado pelo qual passava o país: esses *jovens* de sobrecasaca e charuto na boca e seus ideais de progresso, revolução. O *Jornal do Commercio* mantinha um diálogo ao lado das elites do Rio de Janeiro. Jornal conservador por excelência, retinha seus interesses vinculados à velha política e a centralização monárquica (SÓDRE, 2011).

Tanto é que sofria críticas por parte de outros jornais desses privilégios e proximidades com a Corte. O próprio José de Alencar, em correspondência no *Correio Mercantil*, atenua essa situação:

E nem cuide o nosso colega do *Jornal do Commercio* que reclamamos por ele algum *brevet de invention*. Deus nos livre! O nosso colega não pode sofrer o monopólio, o exclusivismo! Há muito tempo que sabíamos disto. Não vimos com que generosidade, com que filantropia, ele contratou a publicação dos atos do governo, somente com a condição de não ser dada aos outros jornais a parte oficial? (ALENCAR, 2017, p. 128)

Como apontado por Alencar, o *Jornal do Commercio* tinha alguns privilégios, principalmente em assuntos relacionados a informações oficiais, jurídicas, da Secretaria da Fazenda, do Regulamento da Alfandega, e informações administrativas do reino. Informações áulicas. “Talvez o colega do *Jornal do Commercio* o saiba, ele, que mais feliz do que nós, e sempre pelo ódio que tem ao monopólio, conseguiu penetrar neste labirinto que nos foi vedado. É verdade que nós não tínhamos como ele o fio de Ariadne para nos guiar, e vencer o Minotauro” (ALENCAR, 2007, p. 128)

Nos anos que dariam continuidade a década de 1830, o país já se constituía mais rigidamente como uma nação: o primeiro mandato dos deputados da Assembleia Legislativa terminava; os Liberais Moderados alçavam ao poder e gozaram de maiores liberdades para gerir o país; em 1831 se iniciará o Período Regencial; as províncias ganhariam mais autonomia com a promulgação do Ato Adicional, em 1835. Essas liberdades provinciais provocadas pelo Ato Adicional irão provocar o descontentamento de quem via o progresso, as luzes, revoluções, como um empecilho. Enfim, o país seguia firme na condução da legislação de acordo com os preceitos liberais (DOHLNIKOFF, 2019).

2. 1. A “grande renúncia masculina”

Podemos pensar que desde o século XVIII o vestir masculino foi transformado e emergem novos códigos para a masculinidade e virilidade, entre eles, junto com outros ornamentos e acessórios, o charuto. No século XIX “a pergunta ‘por que você fuma?’ se

transformou em ‘o que você fuma?’” (GATELY, 2001, p. 186)¹⁵, sendo que em meados do mesmo século o fumar ganhou características de acordo com os segmentos sociais, na Inglaterra, por exemplo, “o charuto havia se estabelecido como o implemento preferido dos ricos. O cachimbo de barro continuou a ser aproveitado pelos pobres trabalhadores rurais. O cachimbo era também a insígnia do intelectual e do estadista” (GATELY, 2001, p. 186)¹⁶. Acompanhados do charuto outros objetos fálicos ganham a atenção dos homens:

atentos como sempre à significação expressiva dos detalhes, não esquecem ‘todo o sortimento de guarda-chuvas e bengalas’ dos elegantes da Corte; a bengala de castão de marfim de Paulo, em *Lucíola*; a de castão de ouro lavrado’ com as iniciais de Procópio Dias em caracteres góticos, em *Yayá Garcia*; a ‘bengalinha de unicórnio’ aludida pelo moleque irreverente de *O demônio familiar*; o bengalão, que no *Quincas Borba* sempre acompanha o major quando, pela altura de 1830, ele frequentava a botica de Bernardes – o das panturrilhas” (SOUZA, 1987, p.)

Bengalas, guarda-chuvas, sobrecasacas vão delinear a figura masculina. Como já visto em *Senhora* (2018), nos momentos de lazer em que o charuto era usado é que ele passa de um acessório para um ornamento, compondo a figura masculina. É neste fumar que o charuto compõe a aparência masculina e fortalece os conceitos de homem viril. Representando um autodomínio masculino que reflete “a importância da boa forma, a marca característica de toda ‘sociedade’ autêntica; o controle dos sentimentos individuais pela razão, esta é uma necessidade vital para todos os cortesãos” (ELIAS, 2011, p. 33)

Para isso, o charuto vinha acompanhado de outros acessórios para enaltecer esse fumar, como por exemplo as charuteiras. Nas páginas do *Jornal do Commercio* há várias propagandas sobre elas. Na seção de *leilões* eram leiloados produtos que haviam chegado ao porto, de famílias que haviam contraído dívidas ou de famílias que estavam retornando para a Europa, se colocando “à apreciação dos srs. amadores toda a sua rica e escolhida colleção de moveis, gravuras, porcelanas, objectos de uso de uma Exma. Família de tratamento” (JORNAL DO COMMERCIO, 1871, p. 2). Por isso os itens eram classificados por cômodos de casa: itens para cozinha, segundo quarto, terceiro quarto,

¹⁵ Tradução própria: *the question “Why smoke?” had metamorphosed into “What do you smoke?”*

¹⁶ Tradução própria: *the cigar had established itself as the preferred implement of the rich. The clay pipe continued to enjoy pre-eminence among the rural poor. The pipe was also the badge of the intellectual and the statesman*

salão de visitas, gabinete e assim por diante. Podiam ser objetos de madeira às vezes com revestimento de metal, de jacarandá, de madrepérola, de tartaruga, de carvalho, ou até mesmo as mais simples de couro.

Geralmente as charuteiras ficavam nos itens de salão de visitas ou gabinete onde são achados os mais diversos tipos de charuteiras. Isso significa que elas serviam como objetos de decoração, para serem vistas. No gabinete era usada em momentos de descontração e em atividades intelectuais, para passar o tempo. No salão de visitas ficava amostra para serem vistas e oferecidas ao dono da casa ou a outros homens visitantes do aposento.

Salão de visitas.	
254.	3 caramujos, 2 caixas para retratos, etc.
255.	3 enfeites de mesa.
256.	2 figuras e 1 frasco para cheiro.
257.	4 jarrinhas de crystal douradas.
258.	2 ditas de dito florestadas.
259.	1 caixa de crystal gaarnecida de metal para joias.
260.	1 tinteiro de bronze dourado.
261.	1 charuteira com musica.
262.	1 caixa para coetura com dita.
263.	1 binoculo de marfim.
264.	2 lindas jarras de crystal verde.
265.	1 porta-cartões de dito esmaltado.
266.	2 ricas jarras de porcellana com figuras.
267.	2 ricas ditas de dita com ditas.
268.	2 lindas ditas de crystal opaes e douradas.
269.	2 ricos lampeões de dito com pedestal de mar- more para kerosens.

Exemplo de propaganda de charuteiras em leilões no *Jornal do Commercio*. FONTE: JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1871: "Leilão". Vol. 50 N. 221, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

Em suma, o século XIX desloca a atenção dos homens para os acessórios das roupas e não mais para a extravagância no vestir, como era típico do século XVIII a isso se deu o nome de “a grande renúncia masculina”:

A "grande renúncia", para usar a expressão de Flügel, foi uma capitulação na guerra dos sexos no tocante à aparência, na qual duas influências podem ser detectadas. Primeiro, vemos a gradual ruptura da antiga ordem social; a roupa mais simples dos homens traduz uma mudança social por uma afirmação de igualdade. Ao mesmo tempo, houve uma transferência dos motivos de distinção, da esfera cortesã

para o espaço público e para o terreno da produção. A roupa agora registrava novas adesões a novos códigos sociais. O lugar e o papel das mulheres na sociedade se modificaram. A desigualdade multissecular dos sexos se acentuou ainda mais, e os homens ganharam em poder real o que haviam perdido na esfera das aparências. Para o historiador psicanalista, trata-se sobretudo de poder social; quanto ao poder real, o debate. (ROCHE, 2007, p. 52)

Assim, o final do século XVIII fornece um ambiente propício para mudanças sociais na Europa e no mundo. A Revolução Francesa, Napoleão Bonaparte e a burguesia espalham os ideais de igualdade, liberdade e fraternidade nas chamadas ondas liberais que invadem as monarquias europeias e provocam a independência dos países americanos (HOBSBAWN, 2015). Em linhas gerais, temos o triunfo da burguesia após 1848, triunfo da liberdade social. Assim, as vestes sofrem mudanças: os proletários franceses que guiaram a revolução passam a se inspirar no estilo inglês de vestimenta. Os homens adotam os trajés típicos da aristocracia inglesa, do campo, expressando aversão ao Antigo Regime.

Essas roupas levavam a uma praticidade e conforto maior, pois essa nobreza inglesa participava de esportes e caça. Logo, esse tipo de vestimenta: botas de montaria, casaca, roupas que eram usadas em atividades equestres, implementaram o “amor pela liberdade” (ARAÚJO, 2012, p. 52) com aversões a limitações de conforto. Nas palavras de Balzac (2016, p. 90), escritas em 1830: “a Inglaterra, essa terra clássica de roupas soltas e sem enchimento”. Fazendo alusão ao bom gosto inglês de maciez e flexibilidade no vestir, ao quais foram implementados pelos franceses no período do Diretório e Consulado. No Rio de Janeiro essas mudanças começam a atuar com mais força após 1830.

Um dos acontecimentos de relevância do período foi o Romantismo. Esse “movimento intelectual e artístico ocidental que, a partir do início do século XIX, fez prevalecer a imaginação sobre o espírito crítico, tanto na música quanto na literatura, nas artes plásticas e na moda” (NERY, 2007, p. 160). Seu impacto nas vestes e no olhar para o mundo fizeram os burgueses do período adquirir “gostos moderados, apreciando os pequenos prazeres da vida pacata” (NERY, 2007, p. 160), como o charuto.

Flügel chama esse evento de “a grande renúncia masculina” (FLÜGEL, 1966, p. 100): quando os homens “abdicaram de seu direito a todas as formas mais claras, mais alegres, mais elaboradas e mais variadas de ornamentação, deixando-as inteiramente para

o uso das mulheres, fazendo assim o seu corte de roupa a mais austera e ascética de todas as artes (p. 100).

Flügel (1966) ainda aponta dois caminhos para essa simplificação nas vestes: a doutrina da fraternidade humana, fruto da Revolução Francesa, exigia mais igualdade entre os homens, produzindo uma uniformidade no traje; e, o ideal do trabalho respeitável, tanto da Revolução Francesa quanto a Industrial.

A partir daí, os homens sublimaram a sua ostentação, exuberância e exibicionismo em relação às vestes, para objetos e adornos que remetem a sensação e o simbolismo de autonomia e poder: guarda-chuvas, charutos, barba, cachimbos, botões, bengalas, cartolas.

De acordo com Gilberto Freyre:

aquelas calçadas de ruas nobres, por onde os homens de posição, senhores de barba fechada ou de suíças, de botinas de bico fino, de cartola, de gravata, ostentavam todas essas insígnias de raça superior, de classe dominadora, de sexo privilegiado, à sombra de chapéus de sol quase de reis (FREYRE, 2004, p. 32)

Portanto, a rotina do comércio e do trabalho implementa roupas mais confortáveis, simples e escuras, em conjunto com acessórios de ornamentação, assim “a rua foi deixando de ser o escoadouro das águas servidas dos sobrados, por onde o pé bem calçado do burguês tinha de andar com jeito senão se emporcalhava todo, para ganhar em dignidade e importância” (FREYRE, 2004, p. 32).

A barba passa a ser acessório indispensável, como atesta Andersen, em seu conto *A Sombra* (1847), onde a sombra de um homem de letras se desprende dele e passa a ter vida própria, se tornando homem, agora, seria indispensável o uso da barba, a falta dela seria motivo de preocupação: “minha barba não está crescendo tanto quanto deveria e isso é uma forma de doença, pois ter barba é uma necessidade!” (CALVINO, 2004, p. 293). Ela tinha que se tornar à imagem de um homem.

Em uma crônica intitulada *os estudantes de Paris*, postada no *Jornal do Commercio* – sábado, 28 de dezembro de 1839, dizia

Todo estudante de parisiense de bom tom deve arranjar a sua cachopa, que lhe sirva ao mesmo tempo de senhora e de criada, e cujas obrigações consistem em ama-lo, e em ir-lhe buscar tabaco e presunto. Quanto ao vestido traja a outra gente, com a diferença de que o cabelo da cabeça

e da barba deve cercar a cara assim por modo de grenha, ou ainda mesmo de clina: além disto, hum cachimbo colossal he hoje apêndix indispensável para um verdadeiro filho das musas parisienses. A' cabeceira da cama deve ter infallivelmente o retrato de Jorge Sand, e logo em frente os de Robespierre, Danton e St. Just. (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 2).

Uma barba deve cercar toda a cara desse estudante a parisiense, trazendo consigo os hábitos de Paris. Para complementar essa barba cheia, era necessário um cachimbo. Todos esses atributos e cuidados para arranjar a sua cachopa, sua menina, companheira, que deveria lhe servi-lo e amá-lo. Para terminar, deveria cultivar os clássicos franceses e da Revolução Francesa, um culto à liberdade. “Cuidar da barba e do bigode, por exemplo, era tão importante quanto a escolha de um chapéu apropriado e a manutenção da limpeza dos calçados” (SANT’ANNA, 2014, p. 15).

Essa imagem impressa na crônica: do estudante que se inspira em Paris e nos clássicos da Revolução, como veremos, é uma das figuras centrais de críticas dentro do *Jornal do Commercio*. Seu estilo remete aos jovens europeus revolucionários que usavam charuto, cachimbos, vestes largas, sobrecasaca, roupas que como salienta Flügel (1966): promovem a igualdade e fraternidade entre os homens.

2. 2. O joven

Em meados do século XIX para o *Jornal do Commercio* e seus contribuintes – que se alinhavam a imprensa áurea e a situação, - usar certo tipo de barba, fumar charuto, casaca, cartola entre outros acessórios comuns da vida na cidade e a moda vitoriana masculina, era sinônimo de ser *joven*, lutar por direitos e progresso, algo que o jornal não via com bons olhos. Seus cronistas frequentemente confirmavam “ao homem que: tudo o destina à ação enérgica, à expansão, ao engajamento nas questões sociais, à dominação” (CORBAIN, 2013, p. 7). Em crônica assinada por *P. dos Pobres do Porto*, e denominada *África Portuguesa*, transparece essa nostalgia e noção de grandeza:

Quando lemos em nossa história as gentilezas de valor dos nossos antepassados; quando combinamos aquellas páginas de gloria com o mappa actual das nossas misérias, desejamos ocultar nossa face envergonhada, e não podemos deixar de exclamar: “como he possível que sejamos dos descendentes desses homens de ferro e de gloria que espantarão o universo!” Pois nada há mais certo; mas essa raça de

heroes degenerou em raça de mentecaptos, erão gigantes que produzirão pygmeos (JORNAL DO COMMERCIO, 1838, p. 1)

Provavelmente o “*P*” dos Pobres do Porto, faz referência a uma pessoa de Portugal, um português, que presenciou nos últimos anos a falta de domínio de Portugal sobre suas colônias. Segundo Corbin (2013), no século XIX a virilidade é identificada com a noção de grandeza, de superioridade, de honra, de força, “a virilidade se realiza na exploração e na conquista de territórios, na colonização, em tudo aquilo que demonstra domínio sobre a natureza, na expansão econômica” (CORBIN, 2013, p. 9).

E para *P. dos Pobres do Porto* de quem é a culpa dessa perda de territórios e falta de grandeza e glórias? Termina a crônica falando dos jovens que agora andam com charuto na boca, que lutam por direitos sociais: “assim alguém perguntará: ‘Quem he esse arlequim político que, de charuto na boca e armado de hum cacete, berra direitos aos homens por essas praças e ruas?’” (JORNAL DO COMMERCIO, 1838, p. 1).

A crônica nos ajuda a entender o contexto social em meados do século XIX: as ondas e revoluções liberais pelo qual passavam a Europa (HOBSBAWM, 2015) e o conturbado Período Regencial (1831 – 1840) do Brasil, que presenciou várias revoltas e revoluções em solo nacional, pois “a Regência procurou dar alguma autonomia às Assembleias Provinciais e organizar a distribuição de rendas entre o governo central e as províncias. Ocorre, porém, que, agindo nesse sentido, os regentes acabaram incentivando as disputas entre elites regionais”, causando as revoltas sociais, “além disso, o governo perdera a aura de legitimidade que, bem ou mal, tivera enquanto um imperador esteve no trono” (FAUSTO, 2019, p. 142 – 143).

Dessa forma, a figura do revolucionário liberal ganha contorno nas páginas do jornal, sendo atrelada a do *joven*, que era o resultado das luzes, do progresso, e precisava ser contido: “Fatal destino das nações! Estes corpos moraes estão sujeitos ás alternativas do tempo e ao império das enfermidades” (JORNAL DO COMMERCIO, 1838, p. 1).

Segundo Mary Del Priore, “na esteira de crescente hábitos de sociabilidade masculina, alimentados por modismos franceses, o Rio passa a ganhar mais e mais cafés e botequins, alguns descritos por João do Rio como ‘bodegas reles, lugares bizarros’ (DEL PRIORE, 2016, p. 270). Não era só João do Rio que ficava pasmo com os botequins e sua clientela: “Qual não foi o meu pasmo quando, ao entrar outro dia, na praça do comércio, vi que se estava ali construindo, com permissão da directoria, hum barracão para se venderem sorvetes!” (JORNAL DO COMMERCIO, 1838, p. 1).

A crônica não leva a assinatura de ninguém, apenas termina com a *Pão, Pão; Queijo, Queijo*, o título é: *Hum botequim na praça do commercio!*. O autor fica estarelecido com a abertura de um “barracão para se vender sorvete”, e continua:

O caso é que he que a ideia de hum botequim na praça do commercio fez grande sensação e foi geralmente aconteceu, até pelos maiores entusiastas de sorvetes. Perguntão todos em que praça do mundo vio a directoria abrir um botequim? Sendo a praça hum lugar publico, não se vai com isto chamar *toda a qualidade* de gente que nada tem ali que fazer, mas que irá tomar o seu sorvete, fumar o seu charuto, ou beber a pinga? E quem poderá prohibir a algumas dessas meninas que frequentemente passeão pela rua Direita, como para oferecer no mercado seus attractivos, o entrar na praça e tomar o seu sorvete?... Será isto decente? Conviverão em lugar tão sério os chascos dos gaiatos que não se esquecerão de acompanhar as nymphas? (JORNAL DO COMMERCIO, 1838, p. 1)

Apenas a suposição de um botequim no meio da Praça do Commercio causa rebuliço ao jornal. Uma das maiores preocupações era sobre a “qualidade” das pessoas que ali começariam a frequentar. Uma das figuras temidas era o fumador de charuto em companhia de sua pinga. Segundo Mary Del Priore (2016, p.270), esses botequins são uma invenção carioca. Ocupando o lugar da botica que era “o lugar onde se jogava gamão, onde se ia saber novidades, e comprar macela e flor de sabugueiro para as moléstias do tempo” (ALENCAR, 2017, p. 93). Em comparação com os botequins que estavam abrindo na cidade

O jornal chega a descrever a rotina diária de que teria esses *jovens*, sendo chamada a crônica de *O Vadio*.

O vadio – entre os poucos entes felizes do nosso paiz, he, sem dúvida alguma o vadio o mais feliz de todos. Elle se levanta pela manhã, lava a cara, pentea os canudos, alisa a perinha, e escova o passa piolho, veste-se, calça e consulta o espelho, acende o charuto e da consigo no botequim. Almoço, grita elle, afacetando o ar de hum lord; e o rapaz o serve com mais promptidao do que se visse hum marquez ou hum conde. Engolido o café e a torrada, passa os olhos pelos periódicos, isto he, por aquelles que advogão a causa de setembro. – Grande artigo he este! Exclama elle, inchando as bochechas, e vomitando sobre o seu visinho uma grande baforada de fumo que o esgana (JORNAL DO COMMERCIO, 1838, p. 2)

Segundo Schnoor (2013), no final do século XVIII e início do XIX, Coimbra passa a aceitar estudantes filhos de brasileiros. Muitos desses *vadios* do Rio de Janeiro eram

filhos homens de negócio e prestigiados senhores. Na Europa, provavelmente, tiveram contato com a revolução de Revolução de Setembro, que segundo Maria de Fátima Bonifácio (1982, p. 331), conhecida por ser uma revolução popular, se não mesmo “revolução operária”, e carregada de preceitos liberais pela burguesia de Portugal.

O nosso homem é chegado ao pasmatório: aí é cercado dos gatos-pingados da revolução de setembro; ahi se discute a soberania do povo, os direitos do homem; nomeão-se deputados; sentenceia-se a noite o cidadão de opinião contraria; ajuntao-se as cacetadas e as punhaladas que se hao de dar de noite (JORNAL DO COMMERCIO, 1838, p.2)

Aos olhos do *Jornal do Commercio*: um *joven* que não trabalha, e que ainda gera problemas ligados à ordem pública, uma espécie de agitador. Longe do ideal de virilidade, do autodomínio, da conquista, da aventura, o estudante que se interessa pela Revolução de Setembro, amante da liberdade, vive em botequins com seu charuto e leva o rotulo de um *vadio*. A postura de crítica e defesa da ordem que o *Jornal do Commercio* faz não são de todo infundadas. Por exemplo, em 1838 estava em curso a Revolução Farroupilha no Rio Grande do Sul, entre outras que já haviam acontecido, e outras que viriam a acontecer.

Apesar disso, o comércio e consumo de charutos continuava a crescer na cidade. Os “charutos da Havana verdadeiros, de Hamburgo, da Bahia, e de outros lugares, assim como excellente tabaco para fumar em cachimbo, e rapé de todas as qualidades” (JORNAL DO COMMERCIO, 1838, p. 3) poderiam ser encontrados e comercializados no centro do Rio de Janeiro, em locais como o Largo do Paço e a rua dos Ourives.

Daniel Roche fortalece a ideia de que as roupas são “também uma maneira útil de tentar observar como os diferentes modelos ideológicos, que coexistem e disputam a regulamentação das condutas e dos hábitos interagem na realidade que pretendemos aprender” (ROCHE, 2007, p. 21). Assim, evidenciando também modelos de conduta morais, ligados a hábitos religiosos e ideais sociais. Entre esses modelos, as ideias e noções de homens, roupas e virilidades, inserindo hábitos de consumo de produtos e circulações pelos espaços.

Uma prova de que o charuto não era visto com bons olhos pelo *Jornal do Commercio* e as velhas oligarquias do poder, são as discussões feitas na câmara dos deputados. Quando havia a necessidade de desqualificar o outro oponente, ou criar situações constrangedoras, logo era mencionado que haviam visto o parlamentar com charuto na boca e sobrecasaca

O deputado Andrada Machado, na Câmara dos Deputado em seção do dia 29 de maio de 1839, tenta desqualificar o presidente da província de São Paulo, Venâncio Lisboa, dizendo que ele foi visto à rua com charuto e sobrecasaca, jaqueta. O deputado Carneiro Campos sai em defesa de Venâncio Lisboa:

Disse mais o nobre deputado, que esse presidente se tinha apresentado na rua de jaqueta e charuto: eu não sei se o nobre deputado nos disse em que ocasião; se foi de dia ou de noite; se elle o viu, ou não viu. O que eu posso afirmar ao nobre deputado, he que não vi, nem ouvi dizer jamais que elle andasse de jaquete e charuto: verdade he que passeio pouco: não firmo que não andasse, mas não o vi. (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 2)

O fato do presidente se portar na rua com charuto e sobrecasaca coloca em jogo sua habilidade em administrar a província de São Paulo. Carneiro Campos continua em defesa de Lisboa,” declarando que em casos importantes a administração desse presidente foi excelente” (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 2). A situação que gerou a discórdia entre os deputados foi um impasse com a votação para juizes de paz e vereadores dentro de São Paulo (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 2). E novamente, a culpa foi da maneira com que o presidente se vestia. A falta de modos, do se portar em público, gerou as suspeitas, fruto da falta de virilidade, de domínio para administrar a província. Andrada Machado ainda continua: “Cousa de rapaz! Eu também andei de jaqueta quando era rapaz e estudava em Coimbra” (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 1).

Antônio Carlos de Andrada Machado, mais conhecido por ser irmão de José Bonifácio, patrono da independência do Brasil, fazia parte do grupo conhecido como a “elite Coimbrã” (NEVES, 2007): grupo mais conservador da elite brasileira. Filhos da aristocracia brasileira que foram para Coimbra se formar e defendiam ideias do fortalecimento do Império Luso-americano. Em Coimbra ingressou na Faculdade de Filosofia, no curso de Leis e Filosofia Natural. Depois de formado entrou para a Tipografia do Arco do Cego. Ali, o naturalista promoveu traduções de obras que se preocupavam com a recuperação econômica do reino, por meio do melhor aproveitamento de suas posses, de suas colônias (VARELA, 2007, p. 3 – 5).

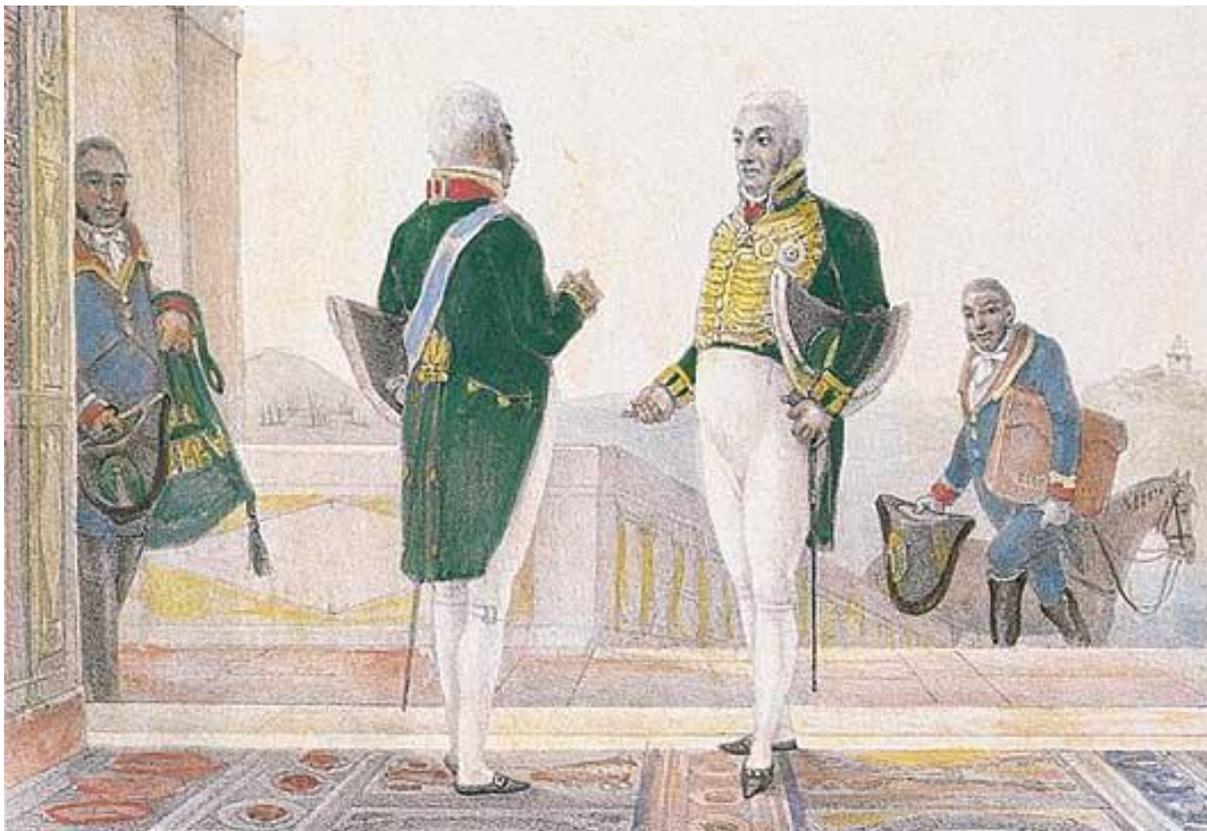
Em 1800 retorna ao Brasil e passa a se dedicar exclusivamente aos cargos públicos. Apesar de ilustrado, Andrada Machado ficava dentro do círculo social do rei, muito próximo a ele, inclusive “vivia praticamente às custas do monarca, e quanto maior

era essa dependência, maior era o prestígio do beneficiário. O privilégio significava a proximidade com o monarca, a participação em sua vida e o recebimento de pensões” (VARELA, 2007, p. 7)

Em síntese, “os Andradas eram defensores fervorosos da manutenção da união entre Brasil e Portugal, ou melhor, do Império luso-brasileiro” (VARELA, 2007, p. 8). Representantes da ordem e das velhas oligarquias no poder. E no período Regencial (1831 – 1840), como deputado geral eleito por São Paulo “liderou o ‘movimento da maioria’ de D. Pedro II; em 21 de julho de 1840 apresentou na Câmara projeto declarando o Imperador “maior desde já”, o que desencadeou a crise política e o “golpe da maioria” (VARELA, 2007, p. 12).

Segundo Stallybrass (2012, p. 12), roupas podem significar memória, mas também poder e posse. A roupa representa uma moeda simbólica de inserção em grupos sociais, como a aristocracia e os deputados, nas chamadas “sociedades de roupa”: sociedades “na qual os valores e também as trocas assumem a forma de roupas” (STALLYBRASS, 2012, p. 13). O próprio Debret foi convidado a desenhar as roupas, os uniformes, dos magistrados e ocupantes de cargos públicos – é possível ver isso em *Indumentária dos ministros e secretários de Estado* (BANDEIRA; DO LAGO, 2020, p. 259) – do Rio de Janeiro, para dar *status* social ao segmento.

Nota-se que as roupas são coloridas, as calças são justas, delineiam as pernas, com o uso de sapatilhas. O uso do fraque com o caimento longo atrás, que chega próximo aos joelhos. O que chama a atenção é o uso da espada e os detalhes bordados na parte de frente do fraque, ao peito. De acordo com Debret o fraque é de “lã verde, forrado de seda; a calça, de casimira branca; as meias, de seda branca e o chapéu, com plumas” (BANDEIRA; DO LAGO, 2020, p. 259). O estilo dessas roupas está próximo ao estilo francês imperial de indumentária.



BANDEIRA, Júlio; DO LAGO, Pedro Corrêa. **Debret e o Brasil: obra completa, 1816-1831.** Rio de Janeiro: Capivara, 2020, p. 259. *Indumentária dos ministros e secretários de Estado*

Dessa forma, podemos entender a indumentária como um sistema pré-estabelecido, “são fenômenos culturais no sentido de que a cultura pode ser ela própria entendida como um sistema de significados, como as formas pelas quais as experiências, os valores e as crenças de uma sociedade se comunicam através de atividades, artefatos e instituições” (BARNARD, 2003, p. 49). Já era pré-estabelecido a roupa de um deputado, como ele deveria se portar, pois “supõe que aqueles indivíduos já são, ou já se tornaram, membros sociais de uma comunidade” (BARNARD, 2003, p. 53), ou da “comunidade dos deputados”.

Sobre a farda dos deputados, o uniforme que eles tinham que usar, pode ser “explicada pela necessidade de um controle da gestualidade pedido pela função que o indivíduo exerce dentro da sociedade ou pelo ato de que participa” (SILVA, 1978, p. 21). Símbolos da ordem, da liturgia. Ao contrário do que representavam os valores da sobrecasaca e do charuto, símbolos da grande renúncia masculina e da mobilidade.

Segundo Silva (1978), uma farda em seu sentido mais amplo é “um *símbolo*, o símbolo de uma função, do mesmo modo que uma cruz ou estandarte simbolizam uma instituição” (p. 22). Isso quer dizer que uma farda é determinada para um tipo de função,

tendo em seus usos um símbolo, um significado dessa função social que ocupa. Os deputados representavam o governo, assim como representantes da ordem e da tradição, com toda pompa e ornamentação. A “disciplina do corpo, a farda é assumida pelo indivíduo como uma prisão à sua liberdade de gestos, como uma antinatureza” (SILVA, 2000, p. 21).

Assim, para Andrada Machado, era ultrajante um deputado se vestir como um *joven*, de sobrecasaca/jaqueta e charuto, que se aproximava dos ideais dos revolucionários. Principalmente levando em conta o ambiente conturbado, de revoltas e revoluções, que não agradava o deputado. “Entre os anos de 1831 e 1833, as violentas manifestações de rua espalhadas pela cidade desafiaram os mecanismos de controle social” (SANTANA, 2021, p. 7). A questão do pudor e da moral também é observada no Código de Posturas de 1830 que

tinha por finalidade estabelecer regras precisas de convivência social na cidade e regulamentar o comércio, delimitando as margens de atuação no meio urbano. Além disso, buscava inibir as condutas consideradas inadequadas, incivilizadas e potencialmente criminosas. Proibiam-se os ajuntamentos de pessoas nas casas de bebidas e tavernas, sob pena de multa e prisão de 24 horas para aqueles que não pudessem pagar a multa, assim como a vozeria nas ruas e as injúrias contra a moral pública, e regulamentavam-se os teatros, as casas de negócios e os portos de embarque e pesca. Em seus artigos, o Código de Posturas de 1830 estabelecia diversas maneiras de manter a ordem e a tranquilidade pública. (SANTANA, 2021, p. 7)

Junto a isso havia também o Código Criminal do Império do Brasil, com o intuito de julgar, manter a ordem e reconstruir “a escravidão no quadro do direito moderno, dentro de uma país independente, projetando-se sobre a contemporaneidade (ALENCASTRO, 1997).

Entre 1832 e 1833, outro grupo de oposição ao governo regencial, a facção caramuru, protagonizou os movimentos de rua na Corte. À direita do campo político, os caramurus defendiam uma pauta conservadora e uma monarquia fortemente centralizada, manifestando forte saudosismo ao governo de d. Pedro I e alinhamento com os portugueses. Não por acaso, foram atrelados por seus opositores à pecha de “restauradores” (SANTANA, 2021, p. 7)

Devido a esses fatores, era comum que os comerciantes como Pierre Plancher, primeiro dono do *Jornal do Commercio*, se aproximasse da Corte para pedir a autorização para a abertura de uma tipografia estava vinculada à concessão do monarca, a quem o “comerciante deveria prestar juramento de fidelidade”. “Plancher obteve o ‘brevet’, após uma ‘habilidosa conversa’ com d. Pedro I, e não tardou para que os grupos políticos de oposição ao governo acusassem o comerciante de defensor do autoritarismo monárquico (SANTANA, 2021, p. 8). Portanto, nos primeiros anos do *Jornal do Commercio*, ele era alinhado com os interesses cortesãos.

Andrada Machado, ainda comenta o fato do presidente da província de São Paulo não ter estudado em Coimbra, como ele: “Quanto ao presidente de São Paulo, peço licença para duvidar que, não tendo elle estudado ali, apparecesse, quando para lá foi opporse a huma cadeira, na rua de jaqueta e charuto, huma vez que o nobre deputado não me declare que o vio” (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 3).

Não satisfeito em desqualificar o presidente da província de São Paulo, Venâncio Lisboa, Andrada Machado continua suas críticas a outros presidentes de província. Dessa vez o alvo foi o presidente do Ceara:

O hábito de mandar crianças governar o paiz he péssimo. Consta-me agora que huma criança foi nomeada para Mato-Grosso; e la já estão em desordem em Goyaz; e o mais he que tirou-se d’ali hum habilíssimo administrador, hum Paulista muito hábil, tirou-se para se mandar um rapaz de 24 annos, que não sabe onde tem a cara. Também me consta que o novo presidente do Ceára já vai fazendo asneiras de criança; consta-me que entrou em uma villa de noite, tocou alarma, apresentou-se de jaqueta e charuto (*risadas*), de maneira que o povo atirou-lhe até pedradas. Ora, quando a autoridade se sujeito a semelhante esgarceio he o mesmo que provocar a anarchia (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 1)

Insinua que o presidente do Ceará se comporta como criança, entrando em vilas e provocando a “anarquia”, não sabendo se comportar, se vestindo com jaqueta e fumando charuto. “He necessário estabelecer a gravidade das autoridades, porque o povo do Brazil está muito habituado a esse respeito” (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 1). O respeito ao qual Andrada Machado se refere é a distinção social produzida pelo uso dos uniformes dos parlamentares.

De certa forma, as crônicas nos mostram que andar de jaqueta, sobrecasaca e fumar charuto, não foi uma mudança aceita com facilidade por uma parcela da sociedade,

parcela essa que vinculava o uso desses acessórios e peças a “anarchia” e desordem. Isso por quê como nos mostra Marcelo de Araujo (2012), na segunda metade do século XIX “o ar de ‘autorespeito’ que casacas e sobrecasacas pretas conferiam aos homens da época vitoriana fazia com que elas fossem usadas como uma espécie de emblema das virtudes morais dos homens que as vestiam” (ARAUJO, 2012, p. 88).

O que o *Jornal do Commercio* nos mostra é que, na primeira metade do século XIX, nem sempre essas vestimentas e acessórios, muito populares no período vitoriano, demonstraram respeitabilidade por parte de quem usa. Pelo contrário, apresentaram uma afronta. As apropriações e significações dos usos do charuto atributos dissidentes aos que as usavam. Desqualificando-os e desvalorizando suas ações.

São detalhes importantes, pois na segunda metade do século XIX a moda vitoriana e os usos de seus acessórios como charuto entram como acessório de moda, seus usos são ressignificados. Se na primeira metade do século XIX ele pode ser até compreendido como falta de virilidade, infantilidade, fora dos padrões de masculinidade, na segunda metade do XIX o seu significado muda. “Muita atenção ao jeito de andar, pois este denotava macheza, força e distinção, ou então o contrário” (SANT’ANNA, 2014, p. 15).

No final dos anos de 1830, o jornal continua a investigar a figura do *joven*. Os *joven* homens de negócio apreciadores do charuto haviam adentrado não só o executivo da esfera política, mas também o legislativo:

O nosso século bem se pode chamar de o século dos jovens, porque quasi tudo he feito e decidido por eles; e não sei se por isso vão as nossas cousas às mil maravilhas. Em outras eras, hum conselheiro de estado, hum cidadão consultado a respeito da confecção das leis, era hum ancião de cabelleira e espadim, era hum homem que já tinha occupado com pericia e renome todos os cargos do estado. Hoje não succede assim; a velhice he objeto de desprezo ou de mofa, e hum legislador he muitas vezes hum joven de 21 annos, mui casquilho, muito pintalegrete, mui namorado, de enorme gadelha e uma banda, tremendo passa piolho, bigode, pera e charuto sempre na bocca. E venhão cá dizer-me que o nosso século não he o século dos jovens e das luzes! (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 2)

Para ocupar um cargo político legislativo, o homem precisava ostentar idade, ocupado vários cargos do estado, um ancião de cabeleira e espadim. Segundo Schnoor, pelas condições históricas podemos presenciar “um momento de transição, o mundo rural se mesclando com o mundo urbano. Iluminismo e escravismo” (SCHNOOR, 2013, p. 95). Foi se o tempo da espada e havia chegado o da bengala. “Logo não faltão philosophos de

orelha, e doutores do ponche e mais do charuto” (JORNAL DO COMMERCIO, 1839, p. 2)

Schnoor (2013) ainda afirma que a masculinidade com suas faculdades de autoridade, e a sociedade patriarcal, do século XVIII pouco mudou na entrada do XIX. No entanto, se emblemas de virilidade da sociedade patriarcal não mudarão, ou mudarão pouco, ao menos à maneira homem de se portar em público, e em cargos públicos, começa a mudar. Acompanhados de charutos e sobrecasacas, mesmo que isso, a princípio, signifique a falta de virilidade, ou um tipo diferente daquela que passa a orientar os valores sociais e culturais do século XIX que são o autodomínio, a civilização e o controle sobre si

Seguindo a posição de Vânia Carneiro de Carvalho (2008), as forças centrípetas, aquelas que buscam construir, descrever, a figura do homem, que está no centro, no caso aqui, demonstram os defeitos desse homem; charutos, sobrecasacas, chapéus, determinados tipos de barba acabam por desqualificar a figura que, no final do século XIX, será o *semblant*, do homem de respeito, do homem de negócios.

No início da década de 1840, Padre Lopes Gama, em *definição de hum joven*, mostra aos leitores do *Jornal do Commercio* como se vestia um:

Quando virdes hum sujeito de sapatinhos tão lustrosos como uma canana, de meias alargatadas, mosqueadas e multicores; com uma calça mui teza e repuxada por estropes da largura de uma atadura de sangria; quasi sempre sem collete, ou com collete de tão grandes palmas que parece forro de bahú; com uma japoninha denominada sobrecasaca; e tão curta que dá pelas virilhas; com o peito da camisa bem à mostra, e ornando de botõezinhos em fileira, como se fora um armarinho de ourives, com umas barbas de Mouro do Catual, de Coge-Colar, ou de D. Vasco da Gama. Com a cabecinha que trescala de macassar, apresentando bem aberta a estrada da liberdade (que em alguns seja annuncio da liberdade da estrada) e a cristasinha a huma banda; com um chapéo de grandes abas, quasi sempre óculos fixos, delgada bengalinha na mão, hombros levantados como frango empapado, e o indispensável charuto a hum canto da boca; aih tendes um joven completo e acabado (JORNAL DO COMMERCIO, 1840, p. 1).

A descrição feita pelo *Carapuceiro* lembra o distinto traje de homens de negócio da era vitoriana. A “japoninha” denominada de sobrecasaca, que vai marcar fortemente a indumentária do burguês vitoriano dos anos 1850 (ARAUJO, 2012). Barbas de mouro, cheias, charuto, botões, sobrecasaca. Inclusive, se essa descrição do *Carapuceiro* fosse feita nos anos de 1860, poderia facilmente ser uma descrição de D. Pedro II. Mas, nesse

período D. Pedro II ainda não era visto pelas ruas do Rio de Janeiro vestido à maneira vitoriana, apenas na segunda metade do século XIX, onde essas roupas passariam a representar respeitabilidade, liberdade e democracia. (ARAÚJO, 2012)

Portanto, as crônicas aqui atestam que nem sempre usar sobrecasaca, charuto foram sinônimos de respeitabilidade. A figura do *joven* precisava ser descredibilizada. Com o Ato Adicional e a liberdade sendo proposta às províncias as revoltas eclodem, fruto do desentendimento das elites regionais. No final dos anos de 1830, as elites conservadoras, sendo demonstrada aqui pelos Andrada, se articulam para o Golpe da Maioridade. Mas até lá, precisavam desarticular seus oponentes, acabando por ver no charuto e sobrecasaca os símbolos da liberdade, da revolução, dos direitos, dos *jovens*.

2.3. As mulheres e os usos do tabaco

Em 1832 o *Jornal do Commercio* passa a ter nova direção. Pierre Plancher vende o periódico para Junius Villeneuve.

Sob os cuidados de Villeneuve, encontramos comportamentos editoriais e publicações tais como algumas realizadas na França no período, como a divulgação no jornal e posterior reimpressão em livro de romances-folhetim, notadamente de autores franceses, e o desenvolvimento de uma revista ilustrada—o *Museo Universal* (SANTANA JR, 2019, p. 258)

Mudança significativa, e isso pode ser percebido da maneira com que o jornal passa a descrever os acontecimentos do cotidiano e a valorização da literatura pelos romances folhetins. Mais intrínsecas ao se referirem às pessoas, com informações pedagógicas à sociedade sobre como se portar, como usar o tabaco. Há um grande aumento da produção de contos, narrativas, enredos, no sentido de entreter o leitor em sua manhã ou tarde em um café. De certa forma, essas narrativas fornecem subsídios pedagógicos para os usos dos locais e objetos que a cidade fornece.

José de Alencar (1856) nos concede em *Cinco Minutos* uma dessas formas de usar o charuto: podia ser um parceiro para momentos de desilusão amorosa. Na trama, um homem que se apaixona na movimentada atmosfera da cidade, em um ônibus, perde sua querida de vista. Logo em seguida, passa os próximos dias contando a busca pela amada em festas e teatros. Em uma dessas idas ao teatro a encontra e ela o pede para que não a

procure mais. Segundo Alencar, o melhor antídoto, no dia seguinte, para uma desilusão amorosa: “se algum dia se apaixonar, minha prima, aconselho-lhe as viagens como um remédio soberano e talvez o único eficaz. Deram-me um excelente almoço no hotel; fumei um charuto, e dormi doze horas, sem ter um sonho, sem mudar de lugar” (ALENCAR, 1856, p. 7).

Como já visto, segundo Gilberto Freyre (2009), os homens exerciam suas sociabilidades na rua, faziam parte das ruas, com suas barbas melancolicamente nazarenas. Ficavam na esfera pública, “tomando rapé sugado de suas bocetas. Havia quem tomasse uma pitada de dez em dez minutos” (2009, p. 114). Já as mulheres ficavam reclusas na esfera privada, às vezes no internato, onde eram aprendiam a “delicada arte de ser mulher. Música, dança, bordado, orações, francês e às vezes inglês, leve lastro de literatura eram os elementos da educação de uma menina” (FREYRE, 2009, p. 95). Onde poderiam se exercer esses dotes em alguns eventos públicos acompanhadas do marido ou familiares. “Docilidade e mesmo acanhamento eram a principal graça de uma sinhazinha” (FREYRE, 2009, p. 96).

Uma crônica no *Jornal do Commercio* chama atenção. Em uma das poucas referências às mulheres em conjunto com charuto, tabaco, rapé e cachimbo:

Eu sei que nossas Brasileiras mais melindrosas hão de exclamarem *Apague! Fora!, que costume tão feio!* Mas que dirão, quando conhece que na França, n'esta pátria de bom gosto, da civilização mais ciimada, do costumes mais elegantes, raro he encontrar com huma Sra. que não tenha ou cachimbo ou cigarro na bocca!. Não pensem que he peta. O facto he positivo. O fumo da Nicotiana exhalase impunemente nos salões dourados da Fidalguia, como na mansarda do mais humilde operário. As boceas fêmeas de 15 annos vão tomando o geito dos lábios guerreiros, armados de bigodes, e insensivelmente a Rainha das Medas há de desaparecer aos nossos olhos, sepultada no nevoeiro do cachimbo. Torno a dizer-lo, Senhoras, isto não he peta (JORNAL DO COMMERCIO, 1832, p. 1 - 2)

A crônica afirma que na Europa o costume de fumar faz parte do cotidiano de algumas mulheres. Ligada a civilização e a elegância. Segundo Vigarello (2006), a figura dessa mulher é muito explorada no século XIX: “a parisiense, objeto de intermináveis comentários e reflexões. A personagem é nova, promovida a exemplo, percebida como ‘tipo de civilização’. A parisiense sabe ser graciosa, segura, torna a inveja provinciana e realça o resplendor de uma cidade” (VIGARELLO, 2006, p. 112)

A mulher francesa, a parisiense, garantia “um acréscimo de fluidez num espaço urbano julgado mais movimentado, transformando sua passada em ato de ascendência: signo de uma aparência global, maneira buliçosa e hábil de exibir beleza” (VIGARELLO, 2006, p. 112). O autor ainda reforça: “não pensem he peta”, dizendo que isso não é uma brincadeira, não é uma mentira. Rainha das Medas faz referência a Persa, onde o hábito de fumar faz parte do cotidiano. As meninas de 15 anos vão aprendendo em contato com os moços, aos quais um bigode ostenta. “A ostentação dos pelos do bigode e, depois, da barba acompanha a adoção de posturas somáticas que manifestam a virilidade” (CORBIN, 2015, p. 8).

A parisiense poderia servir de modelo para as mais melindrosas das brasileiras, a liberdade promovida pela cidade e os salões sociais poderia ser um atrativo para as fluminenses. A crônica que é assinada por *Sr. Redactor*, nos diz que “essa aparência, no entanto, sugere mais. É no tema da igualdade que a parisiense por excelência, a de 1830, a ‘leoa’, pretende fundamentar uma beleza ativa, movimentada, ávida de exercícios e apressada” (VIGARELLO, 2006, p. 112). Isso faz com que ela partilhe de atividades “geralmente proibidas ao seu sexo, aquelas que revelam uma liberdade de gesto, uma desenvoltura de tom: os prazeres, os usos, as maneiras, os desgastes, as aparências, as pequenas imperfeições, os ridículos e as graças do homem elegante” (VIGARELLO, 2006, p. 112 - 113)

Se tratando da única crônica vinculando à mulher ao hábito de fumar, podemos inferir que seja uma brincadeira, uma peta, por parte do cronista em comparação à parisiense com a mulher do Rio de Janeiro. Na própria França o uso do tabaco também estava em alta, mas encontra algumas críticas ao uso exagerado. Walter Benjamin (2009, p. 616), através de uma passagem retirada do *Histoire des Cafés de Paris Extraite des Mémoim d’un Viveury* (1857, p. 91-92), ilustra bem o caso:

Há alguns anos aconteceu uma completa revolução nos cafés de Paris. O charuto e o cachimbo invadiram tudo. Outrora sò se fumava em certos estabelecimentos especiais, chamados *estaminets* [botequins], e freqüentados por pessoas de classe baixa; hoje, fuma-se em quase toda parte... Há uma coisa que não podemos perdoar aos príncipes da casa de Orléans: haver aumentado tão prodigiosamente a moda do tabaco, esta planta fétida, nauseante, que envenena ao mesmo tempo o corpo e a inteligência; todos os filhos de Luís Filipe fumavam como chaminés, ninguém incentivou tanto quanto eles o consumo desse produto imundo. Isso, sem dúvida, aumentava o tesouro público, mas às custas da salubridade pública e da inteligência humana.” (*Histoire des Cafés de Paris Extraite des Mémoim d’un Viveury*, Paris, 1857, pp. 91-92)

Para Balzac (2016, p. 232), em 1831, o charuto é fruto de uma individualidade social, “é uma fonte de fruções absolutamente pessoais e internas. Como as bebidas alcoólicas, o rapé, o ópio, só proporciona prazer para quem o fuma, e afasta os outros”. Balzac era a favor dos usos medicinais do charuto, dores de dente e estomago, tanto quanto dos usos sociais. No entanto, devia-se usar com moderação: homens que sem nenhum motivo, “implantam um charuto na boca e, não contentes em aspirar sua fumaça e até engoli-la e adoecerem por causa disso, vão jogar o pouco que não confiscam, em detrimento de sua saúde, por toda a fisionomia de pessoas que não acham graça nenhuma nisso” (BALZAC, 2016, p. 232-233)

As pessoas já tinham noção que os usos em demasia acabam prejudicando sua vida – inclusive no aspecto social. De qualquer forma, a crônica cita a proximidade entre o tabaco e as mulheres. É interessante essa aproximação, na medida em que no século XIX havia uma separação entre as esferas pública e privada, do qual a mulher permanecia na privada. Neste momento, um hábito prioritariamente masculino é creditado às mulheres, e o

essencial é deslocar a atenção, para apoiá-la nos usos sexualmente diferenciados dos modelos culturais comuns aos dois sexos. Desta forma, não se contentar com um diagnóstico prematuro caracterizando uma especificidade à partir de uma diferença, mas definir a natureza e o assento desta diferença que, mesmo marcando a prática feminina, pode encontrar sua razão num código de comportamento partilhado pelos dois sexos.” (CHARTIER, 1995, p. 39)

E podemos citar a sociedade patriarcal como umas das naturezas dessa diferença, em conjunto com a construção social burguesa do século XIX, que estabelece às mulheres que fiquem em casa. “Desta forma, a esfera privada tem sido pensada como o lugar das mulheres, mais especialmente a esfera íntima familiar; e a esfera pública, desenhada como o lugar dos homens” (PEDRO, 2000, p. 33). Daí por diante, a nova mentalidade burguesa reorganiza as “vivências familiares e doméstica, do tempo e das atividades femininas; e, por que não, a sensibilidade” (D’INCAO, 2001, p. 223). Isso é observado nos ambientes domésticos.

As esferas e os objetos estavam divididos dentro de seus respectivos gêneros, e ambientes, como mostra Alencar (2018). Aurélia que tentava alfinetar e provocar seu

marido, Fernando Seixas, durante e após o refinado almoço de lagostas, já estava ficando irritada com a situação, e

passou depois a observar atentamente as figurinhas de porcelana e outras quinquilharias que havia sobre os consolos, tirando-as de seu lugar e mudando-lhes a posição. *Daí encaminhou-se ao piano, que é para as senhoras como o charuto para os homens, um amigo de todas as horas, um companheiro dócil, e um confidente sempre atento.* Ao abrir o instrumento, lembrou-se que não era próprio a uma noiva de véspera entregar-se a esse passatempo, quando vizinhos e criados, todos deviam supô-la àquela hora engolfada na felicidade de amar e ser amada. (ALENCAR, 2019, p. 94)¹⁷

Segundo Vânia Carneiro de Carvalho, “tais objetos se tornam emblematicamente sexualizados. Tal imanência, no entanto, deve ser entendida como um resultado *da* prática social, cotidianamente reiterada *pela* prática social, momento em que se atribui o gênero aos objetos” (CARVALHO, 2008, p. 44)¹⁸. A competição, que também passa a ser um atributo presente no meio masculino da cidade permeia a prática social dos homens. O charuto representa um dos símbolos da “disputa no seio das classes qualificadas” (CORBIN, 2013, p. 7)

Apostará um membro de um club de Londres que fumaria 85 charutos *regalias* no decurso de doze horas. Effectuou-se a aposta em uma ponte dos barcos que navagão entre Londres e Chelsea. O temerário fumante acabou seu primeiro charuto às 10 horas da manhã, e atirou ao chão a pequena ponta do ultimo ás 7 da tarde, tendo gasto no *suave e caporoso* exercício 9 horas em vez de 12 (JORNAL DO COMMERCIO, 1860, p. 2)

Uma disputa para simbolizar quem seria “o mais homem”, mais viril. E para se preparar melhor para a disputa, o “fumante reforçara o estomago com uma costelleta ás duas da tarde, e por várias vezes bebêra meio copo de agua com cognac” (JORNAL DO COMMERCIO, 1860, p. 2). O “jogo é uma função significativa, isto é, encerra um determinado sentido[...]Todo jogo significa alguma coisa” (HUIZINGA, 2019, p. 2), no caso aqui, vencer o jogo é importante para manter seu status viril.

A crônicas sobre as mulheres ainda continua:

¹⁷ Grifos nossos

¹⁸ Grifos da autora

A boceta veio a ser a companheira inseparável de mais huma respeitável matrona; e como sem paixão não podem existir as almas femininas, o amor do rapé succedia a mais ternos amores. Não he cousa rara ver em certas Tartulhas da Hespanha ou das Republicas Sul-Americanas, as Senhoritas fumarem *la pagita*, e a oferecerem aos estrangeiros pouco acostumados de semelhantes presentes. E quem sabe resistir a todas seducções? Ainda que fosse veneno, quem podia regeitar a folha cheirosa offerecida por huma mão delicada e, tépida ainda do contacto de dois beijos de roza (JORNAL DO COMMERCIO, 1832, p. 1)

Há uma especulação em cima dessa figura feminina no século XIX, que realizam passatempos e atividades mais favoráveis aos movimentos, à liberdade. Mas, “são atividades largamente fictícias. São mais sonhadas do que efetuadas, mais sugeridas do que realizadas” (VIGARELLO, 2006, p. 113). Preconizando a imagem de uma “feminilidade ostentatória”. Ao mesmo tempo, são figuras que remetem a sensualidade, aos “beijos rozas”, “mãos delicadas”. A silhueta dessa mulher permeia o jogo da sedução: “ela é orgulhosa de sua perna assim como o soldado de sua espada” (VIGARELLO, 2006, p. 112)

A noção de intimidade é algo que acompanha a modernização da cidade e a separação dos espaços. Isso se percebe nas construções das novas casas urbanas: Johann Emanuel Pohl, que integrou a Missão Artística Francesa, descreve as residências fluminenses como “‘mesquinhas’, dando abrigo a dez ou doze pessoas que viviam em pequenas dependências e alcovas” (PRIORE, 2016, p. 156). Já em 1837, “George Gardner, que esteve no Rio de Janeiro [...], mais de dez anos após a visita de Pohl, viu melhoramentos. Descreveu ‘casas edificadas solidamente e na maior parte de pedra’, em geral de dois ou três pavimentos. (PRIORE, 2017, p. 156).

As casas começam a se distanciar pouco a pouco das ruas “aos descampados nos fundos dos terrenos (conhecidos como roças)” (D’INCAO, 2001, p. 228), “Tais árvores se deslocaram dos quintais para encher de verde o recuo frontal ou lateral das casas. Não mais as viam dispersas e misturadas aos inelutáveis pés de couves. Agora, estavam cuidadas em canteiros” (PRIORE, 2016, p.154 - 155), e esses jardins passam a oferecer banquinhos para as pessoas se sentarem.

Maria Ângela D’Incão (2001) elucida essa questão através da literatura. No final do século XVIII e início do XIX, o amor que era retratado pela literatura era mais carnal, “ao lado da proibição havia um contato direto dos corpos sem intermediações discursivas

ou sentimentais prévias” (D’INCÃO, 2001, p. 232). “A historiografia recente tem mostrado como as propostas de reformas urbanas definiam, junto com a nova organização do espaço na cidade, novas configurações de gênero” (PEDRO; MACHADO, 2009, p. 85)

Já na segunda metade do século XIX “o período romântico da literatura brasileira, especialmente a literatura urbana, apresenta o amor como um estado da alma; toda a produção de Joaquim Manoel de Macedo e parte da de José de Alencar comprovam isso” (D’INCÃO, 2001, p. 234). Período em que o amor desejado e sonhado (mais interiorizado) os suspiros nas alcovas, os sentimentos, as sensibilidades - adjetivos que são fruto de valores burgueses - são mais nítidos.

O amor cortês, em que reside o controle das aproximações e o afastamento dos corpos, produto da individualidade e competitividade burguesa, necessita de sensibilidade e emoção. O jogo da sedução é jogado entre olhares e gestos, que vão precisar de locais próprios: salões, bailes, eventos, confeitarias, cafeterias. Junto à isso a vigilância e a autovigilância é constante, para que ninguém soubesse dos sentimentos e segredos, as pessoas deveriam se comportar.

Isso explicaria a permissividade da mulher poder fumar na primeira metade do século XIX: uma vigilância que entraria com mais força de acordo com a modernização e a instalação dos valores burgueses, com isso: “nasciam espaços de transição entre o interior e o exterior, correspondendo a uma fronteira que se tornaria cada vez mais forte entre o público e o privado” (PRIORE, 2016, p. 154). Isso se refletiria nos espaços de sociabilidades delineados para homens e mulheres. Na segunda metade do século XIX, a casa urbana será, mais e mais, o oposto da rua. Dentro dela, pouco a pouco, se impôs uma nova ordem para os comportamentos, os valores da família” (PRIORE, 2016, p. 154)

Além do mais, o tabaco era uma planta extremamente sedutora. Como resistir à suas qualidades? Principalmente vindas dos lábios femininos? Mesmo que fosse veneno ela deveria ser apreciada nessas condições. A boceta faz alusão a bolsinha em que as moças levavam seus pertences, nelas ficavam os acessórios próprios para os usos do fumo, inclusive para o rapé, muito apreciados por elas. Se vê que o texto faz um incentivo às mulheres fumarem o tabaco, citando regiões da América do Sul.

Um dos usos mais comuns do que tabaco e charutos era a busca por suas qualidades medicinais em conjunto com a café. A medicina “descreve os efeitos do tabaco do mesmo modo que descreve aqueles do café, e as semelhanças entre as duas substâncias são ressaltadas até à formulação de interpretações idênticas” (CALANCA, 2008, p. 113)

O Tabaco he huma planta maravilhosa. Dizem que alivia as dores de dentes e os defluxos; dissipa este entorpecimento do espirito e, que os homens de maiores habilidades são sujeitos a cahirem: certas vezes ajuda a pensar, e, como o café, chama a desperta as idéias adormecidas no fundo do cérebro. Não duvido di'sto: o tabaco, em rolos e em pó, está em posse de entrar as horas vagarosas da mór parte dos homens; a ponto que seria hum blasphema alçar a voz contra esse ídolo de invenção moderna (JORNAL DO COMMERCIO, 1832, p. 1)

Suas qualidades medicinais eram requisitadas, pois seus efeitos deletérios dissipam as dores do corpo e faz bem ao espírito. Ajuda a cuidar do corpo e da alma. Esses cuidados de si estão relacionados à saúde, higiene e a beleza, “o recurso ao fumo de corda esfregado na gengiva e nos dentes para garantir beleza e asseio bucal; aguardente para desinfetar e limpar a boca” (SANT’ANNA, 2014, p. 27).

Além de ser uma planta maravilhosa, auxilia o pensamento. Sem dúvidas o tabaco, seja em qualquer forma consumida, estava a adentrar nas horas “vagarosas”, de descanso, ou de reflexão dos homens. Fumo e trabalho intelectual constituem “uma dupla: o fumo é um exercício útil para combater os inconvenientes de uma vida sedentária, porque mantém desperta a mente que julga e reflete” (CALANCA, 2008, p. 114). As pesadas horas de trabalho, proporcionadas por atividades intelectivas, principalmente, necessitavam de vigor. O tabaco, além de proporcionar esse vigor, inspirava modernidade, era um ídolo da invenção moderna.

O tabaco era procurado em maior número pela busca de suas famosas propriedades medicinais, dores de estomago, refluxo, dores de cabeça, muito usadas na Europa, no XVIII. “Depois do café quente e do rapé o que um brasileiro amava acima de tudo era um banho, quente ou frio” (FREYRE, 2009, p. 112)

O café, bebida fomentadora do progresso, “de modo particular, a sua capacidade de estimular o espírito e manter artificialmente desperto, porque isso representa um aumento do tempo disponível para o trabalho” (CALANCA, 2009, p. 111). Esse já era consumido desde antes de 1830: “Horácio Messeri, participa que na sua confeitaria na rua Direita Nº13, do dia 15 do corrente mez em diante, principia a ter caffè e chá, para aquelles Senhores que almoçarem, jantarem, ou cearem na dita confeitaria” (GAZETA DO RIO DE JANEIRO, 1820, p. 4).

Se vê uma busca por essas qualidades na primeira metade do XIX: as medicinais. Sendo que menção ao termo “tabacaria”, na primeira metade do XIX, no *Jornal do*

Commercio não se faz presente, já que eram armazéns e boticas e que vendiam vários produtos, parar ali para conversar e fumar um charuto ou cachimbo não era uma opção muito agradável, ao menos para a crescente burguesia.

“O Cholera,” se iniciava uma crônica de 1832, “o terrível Chólera foi que trouxe este egrégio divertimento não se achando trincheira capaz de oppor-se a invasão da moléstia, foi imaginado recorrer ao tabaco, e logo o uso do tabaco tornou-se, como vem a ser tudo em França, huma paixão, hum delírio universal” (JORNAL DO COMMERCIO, 1832, p. 2). E terminava contando a história de uma senhora de posses, em conjunto com seus criados e suas filhas, que passaram a fumar muitos forninhos de cachimbo por dia, no caso, elas não estavam com cólera, mas devido à grande quantidade fumada surgiram as tosses e complicações respiratórias. Por fim, o redator da crônica terminava dizendo às mulheres que: “encomendardes a vossos pais ou maridos de prover a casa de tabacos, porque, continuando a moléstia mais tempo em Europa, estes, e apesar da fecundidade prodigiosa desta planta tornarse-ão caríssimos” (JORNAL DO COMMERCIO, 1832, p. 2). Então, que vão às lojas e garantam seus estoques de tabaco

Isso indica, também, que apesar de ser aconselhada para fins medicinais, muitos sabiam de seus males à saúde, principalmente em relação à fumaça que exalava. Mesmo assim, talvez, os prazeres de seu uso compensavam os alertas sobre seu potencial de prejudicar o corpo. Ao lado de ópio, canela, jarros de vinho, e muitos outros gêneros que hoje são de uso banal, inscritos na *Relação de médicos, cirurgiões, parteiras, boticários e sangradores...* do Rio de Janeiro (1812?), o tabaco também tinha seus fins medicinais.

Aqui, temos outra justificativa para o incentivo feminino: fumar é um hábito civilizado. E apesar da permissão já havia uma vigilância por parte das “brasileiras mais melindrosas”, dizendo ser um costume feio. Mas, se na França, símbolo do requinte e dos costumes mais elegantes, se poderia fumar, por que aqui não? Desde o mais nobre ao mais humilde operário, exalando imponente nos salões. As meninas de 15 anos vão aprendendo em contato com os moços, aos quais um bigode ostenta. Dessa forma “a ostentação dos pelos do bigode e, depois, da barba acompanha a adoção de posturas somáticas que manifestam a virilidade” (CORBIN, 2015, p. 8)

A escolha de usar um cachimbo, charuto, ou rapé, além de ser uma predileção à maneira que as moças e rapazes gostam de usar o tabaco, demonstra a importância e os cuidados com a aparência. As meninas aprendiam com os homens de bigode a manusear, e a “toma-los de jeito”, era necessário decoro corporal externo para se portar, e para essa interação acontecer estava envolvido importância da boa fala e da conversa. Será pela

(brincadeira), como o misterioso cronista nos informa várias vezes, que as mulheres poderiam fumar? Não sabemos. Mas pelas condições históricas podemos presenciar “um momento de transição, o mundo rural se mesclando com o mundo urbano. Iluminismo e escravismo” (SCHNOOR, 2013, p. 95). Sobre a França de Louis Philippe: esse já era um hábito cotidiano, tanto cortês quanto burguês.

Assim, se pensarmos nos usos do fumo: do hábito dos nativos de fumar a *Nicotiana tabacum* para seus fins mágico-religiosos aos marinheiros europeus que se deleitavam com seus desfrutes para o passar do tempo; ao hábito de fumar e cheirar o tabaco dos negros no XVIII e início do XIX – descrito em Debret - para, agora, uma sociabilidade que ascendia ao requinte, luxo e civilização

Nesses aglomerados urbanos, cada vez mais complexos, onde homens e mulheres convivem uns com os outros é que a dicotomia e a fabricação dos sentidos entre o que é ser homem e mulher acontece, sentidos para masculinidade e feminilidade são criados. Assim, com a vida nas cidades, a roupa e seus acessórios que são mostrados publicamente pelos homens de negócio obedecem a uma lógica de gênero.

3. JORNAIS, HOMENS E CHARUTOS

*O número de horas no escritório, modesto: talvez cinco a seis horas por dia, por vezes muito menos, e na temporada, se temporada houvesse, mais; os ganhos, razoáveis, suficientes para levar uma vida decente e, em tempos de vacas gordas, fazer um pé de meia; no geral, um clima de grande cortesia entre os concorrentes graças a uma concordância relativamente grande quanto aos princípios básicos do negócio; generosa visita diária à taberna ou ao café para o trago do fim da tarde e o encontro com os amigos. Pacato andamento de vida, no geral.
(Max Weber, 1904)*

É curioso pensar que na segunda metade do século XIX o charuto encontra a sua “curva de civilização” no Rio de Janeiro. Dos primeiros contatos: quando o “beber fumo” pertencia às formas ritualísticas dos nativos americanos; em seguida, muito apreciado por negros e negras trazidos da África; ou, das críticas enquanto aos *jovens* que os usavam; agora como acessório fundamental da indumentária vitoriana que transparecia sobriedade, liberdade, democracia e respeitabilidade.

Isso quer dizer que, seus usos foram *apropriados* e sofreram um processo de circularidade cultural (BURKE, 2003), visto que seu significado de uso nem sempre foi o mesmo. O que contribuiu para essa mudança foi a importação dos hábitos vindos da Europa, desde a chegada da Corte. Mas além disso, a expansão do comércio, do consumo e a propaganda é que reformularam o valor simbólico de quem fuma e o uso charuto.

Essa ideia é enfatizada por Diana Crane, onde “os membros de subculturas jovens criam estilos que acabam sendo finalmente assimilados pela moda ‘consumo’, apropriando-se de ícones da cultura de mídia e se envolvendo em várias formas de fantasia, expressão estética e bricolagem” (2006, p. 340). Os *jovens* da cidade inspirado por revolucionários franceses, pelo espírito da liberdade, aderem aos charutos e os diversos adereços de revolucionários e homens de negócio.

A propaganda explicaria o uso maciço e popular das roupas dos homens de negócios e do charuto na segunda metade do século XIX, sem sofrer as mesmas ameaças da primeira metade do século XIX no jornal. O próprio D. Pedro II era responsável por esse tipo de propaganda. Ora se o imperador podia ser visto andando nas ruas da cidade usando roupas e acessórios como sobrecasaca, jaqueta, bengala e charuto - indumentária dos *jovens* que sofrerá críticas anteriormente – quem não poderia?

Como já dito, nas mãos de Junius Villeneuve o *Jornal do Commercio* se torna um periódico mais voltado ao entretenimento, aos romances de folhetins, à cultura de lazer, principalmente depois de 1840. Além disso, Villeneuve modernizou a impressão do jornal, importando uma tipografia de prelo mecânico da França que permitia maior agilidade e impressão do periódico, fazendo com que as informações chegassem mais depressa nas mãos dos leitores. Assim, “seguiu-se ao entretenimento nos jornais a estratégia editorial de reimpressão desses romances, após sua passagem pelo jornal, em formato de livro” (SANTANA JR, 2019, p. 262). Se tornando uma estratégia mercadológica de propaganda, compra e venda. Segundo Ana Maria Mauad (1997), nesse período o *Jornal do Commercio* se tornará o maior jornal do Brasil.

Um significativo aumento da produção de lazer acompanha o consumo e a propaganda geram “mudanças no tipo de vestuário preferido por homens de negócios sugerindo que os valores personificados nas atividades de lazer e expressos pela cultura popular começam a prevalecer sobre os valores” (CRANE, 2006, p. 344) de ambientes de trabalho.

De fato, é no Segundo Reinado que o Brasil se inventa e a vida cultural e social entram em ebulição. D. Pedro II e seu governo fizeram uma série de investimentos cujo intuito era dotar a capital do Império de um aspecto mais civilizado. A cidade ganhou sistema de iluminação a gás, bondes puxados a burros, rede de esgoto e abastecimento domiciliar de água, medidas que visavam à solidificação do processo de urbanização do Rio de Janeiro (DEL PRIORE, 2016).

Em meio a essas mudanças, alteraram-se também os costumes dos cariocas, com a inauguração de diversos espaços que ampliaram as opções de lazer disponíveis à população. Diante da possibilidade de frequentar novos locais, como teatros, bailes, cafés, confeitarias e passeios públicos, —a vida mundana floresce, revelando a sociabilidade do povo. (MACHADO, 2001, p.17). “A literatura teve um papel fundamental ao introduzir símbolos, valores, costumes que caracterizariam o povo brasileiro Ela deveria expressar a especificidade nacional, os elementos que distinguiriam o ser brasileiro de outras nacionalidades” (DOLHNIKOFF, 2019, p. 70)

Junto disso a imigração que não cessou desde os anos de 1830, agora estimulada pelo trabalho nas lavouras, que proporcionou

o surgimento de uma nova, numerosa e rica burguesia comercial urbana, formada basicamente de imigrantes europeus, estimulava novos

hábitos de consumo tanto no interior das famílias como no espaço público. Mais exigente, essa nova classe social exigia espaços de lazer mais confortáveis. As antigas e tradicionais vendas, sem conforto e com uma oferta muito restrita de mercadorias simplórias, deram lugar a confortáveis e prazerosos botequins, bem como as sofisticadas confeitarias que serviam uma enorme variedade de artigos, secos e molhados, importados ou confeccionados com produtos estrangeiros, bem como alguns divertimentos, especialmente o bilhar (EL-KAREH, 2016, p. 141)

Enfim, é nesse ambiente cosmopolita que “para os homens, os chapéus e as gravatas inglesas, os monóculos e os perfumes franceses, os lenços portugueses, os sapatos italianos e os charutos cubanos foram alguns dos produtos constituintes da aliança entre refinamento e modernidade” (SANT’ANNA, 2014, p. 21).

3. 2. Já é possível *flanar*

A coluna intitulada *A semana* era geralmente um espaço deixado para reflexões de autores, pequenas traduções de contos e romances. Em 1853, uma crônica, que não leva assinatura pessoal de ninguém, faz referência as mudanças da cidade e como era a cidade há tempos:

O charuto não estava ainda em grande voga; começava a fazer a conquista das cocheiras, não se havia já assenhorado das salas. Quanto às ruas, nem fallemos; quem fosse visto a passear com um charuto aceso entraria logo no rol dos perdidos, dos homens sem educação, dos frequentadores dos botequins (JORNAL DO COMMERCIO, 1853, p. 1)

O autor havia notado que antes não se podia fumar em público, não era moda, pelo contrário: os fumantes eram desqualificados, entraria para o rol dos perdidos. Um viajante que estava em Paris narra sua estadia, ludibriado pela cidade, pela civilização: “custou-me a refeição nove francos, incluindo meia garrafa de Borgonha; porém fiquei como um abade, repleto de bons bocados, voltando ao *boulevard* fumei um delicioso charuto de Havana em invejável beatitude” (JORNAL DO COMMERCIO, 1851, p. 5)

Apesar das inovações, das mudanças nos hábitos, a educação era fundamental para os fumantes: “na segunda feira, na viagem das 7 ½ de Nitherohy para a Corte, fumavam debaixo da tolda várias pessoas, e como não seja isto permitido pelo incommodo que causa aos que não fumão, o mestre da barca advertindo-as, algumas lançarão fora o

charuto” (JORNAL DO COMMERCIO, 1853, p. 1). A notícia continua dizendo que algumas pessoas não atenderam ao pedido do mestre da barca e uma discussão e insultos começaram.

Segundo Joaquim Manuel de Macedo (1861), a cidade do Rio de Janeiro podia ser dividida em duas partes: a primeira é chamada de cidade do trabalho, a “cidade velha”; a segunda, é “variada e pitoresca” e compreende todos os “subúrbios elegantes”: Catete, Botafogo, Santa Teresa, São Cristovão. “De manhã, negociantes, capitalistas, funcionarios públicos, advogados e homens de todas as profissões, correm a povoar a cidade do trabalho” (JORNAL DO COMMERCIO, 1861, p. 1)

O romance *Innocencio* de Joaquim Manuel de Macedo é publicado originalmente em 1861 no *Jornal do Commercio*, anos depois o autor compila esse romance com outros tantos em formato de livro e os publica em 1873 pela livraria Garnier. Romances que o segundo o autor, “improvisou no correr da pena” (DE MACEDO, 1873), mas que estava feliz de tê-los publicado em livro

Em *Innocencio*, o jovem e esperançoso rapaz chamado Innocencio está inquieto, tem vários planos para o futuro, e pretende desabafar com seu padrinho, Geraldo:

Vamos lá: acende outro charuto, e falla; mas falla sem fogo, falla frio, deseaxabido e positivo como um deputado ministerial. Innocencio acendeu um segundo charuto e falou: meu padrinho, três grandes esperanças me animão, três bellos pensamentos me occupão actualmente (JORNAL DO COMMERCIO, 1861, p. 1)

Os belos pensamentos que ele tem na cabeça são acalmados pelo charuto, por dois charutos. Essa passa a ser uma das qualidades do charuto na segunda metade do século XIX, acalma, tranquiliza. No ambiente da cidade, ficar ansioso passa a ser algo rotineiro devido a fluidez, velocidade e efemeridade do ambiente. O cotidiano do trabalho, dos negócios requer uma cobrança psicológica mais acentuada. Isso se faz notar nos três pensamentos de Innocencio: ele quer se candidatar a deputado pela sua província; espera que seja eleito e que ganhe uma boa comissão; ganhando bem, tendo um bom salário, ele pretende encontrar sua amada, se casar.

A cidade oferece isso: esperança. O Rio de Janeiro passa a ser vivido, visitado, caminhado. Isso proporciona uma maior interiorização tanto da cidade como de quem nela habita, uma maior liberdade imaginativa. É como se a cidade ganhasse vida, com sistemas mais complexos de simbologias, de lugares a serem vividos, “duas partes”, de

acordo com Macedo. Mas ao mesmo tempo que evoca esperança, expectativas pode vir emergir a “irrupção do inconsciente” (CALVINO, 2004, p. 9), provocando medos, decepções, desamparos e incertezas.

É a descrença expressa em Geraldo-Risota que

ri com effeito de todos e de tudo; mas o seu rir é triste e desconsolador: é um rir que faz mal. Uma longa e dolorosa experiencia, uma série de desgostos e decepções, uma disposição natural do seu espírito, uma mania talvez, ou quer que fosse, tinha alterado profundamente o caráter daquele homem, tinha-o tornado tão descrente das cousa's deste mundo que de todo se lhe apagará a fé e a esperança no futuro da vida, da sociedade e do paiz (MACEDO, 1873, p. 222)

Já Innocencio havia ido a Europa e retornado ao Brasil agora, estava com vários projetos: “quando eu observo o desenvolvimento e progresso que teve a cidade do Rio de Janeiro no oito annos que gastei estudando na Europa entusiasmo imaginando o que será a nossa capital d'aquí vinte ou trinta annos!” (MACEDO, 1873, p. 223). Geraldo gargalha, ri com desdém das expectativas de Innocencio, que tem “brilhantes esperanças, nobres ambições, e agora também quiçá o amor marcão aqui o” lugar dele. Essa é a dualidade do novo, da esperança, o progresso; contra o velho, a descrença, o medo.

Um correspondente de Lisboa do *Jornal do Commercio* nos desenha a vida na cidade, em Paris:

Elegantes de um e outro sexo passavão a cada momento aos lados das ruas mostrando complacientemente os seus atavios. Nos homens o *fractrique*, a calça a mameluca a gravata artisticamente posta, e o chapéo de seda de extraordinária altura nas senhoras vestidas de coisas inexplicáveis, chales desenhando lindamente as formas chapéos postos com uma graça somente desta terra. Os femininos movimentos são sempre calculados com donaire, e ao atravessar os passeios as senhoras apanhao a saia com elegância deixando ver extremidades bem differentes das toezas britannicas. Operarios de blouse e cachimbo na boca, com o gorro grego na cabeça, entremeavãose com uma variedade de figuras difíceis de classificar. Estrangeiros provinciaes, estudantes, *lyceens* com sobrecasaca militar e kepi, eclesiásticos, *flaineurs*, logistas, caixeiros, commisarios[...] (JORNAL DO COMMERCIO, 1851, p. 6)

A descrição das roupas feita pelo correspondente evidencia a gama de combinações e segmentos sociais habitando o mesmo espaço urbano. Cachimbos eram elementos essenciais dos trabalhadores, com quanto que o charuto era deixado mais às

horas de lazer. Ser elegante, combinar, era uma necessidade, e não mais um luxo. O atormentado Raskóhnikov de Dostoiévski, em 1866, ao sair na rua de qualquer jeito, tentando não ser notado, sem combinação entre as peças de roupa, é surpreendido por um bêbado “Ó tu, chapelão alemão!”, em seguida, com medo, se coloca em reflexão:

Eu sabia! – murmurou desgostoso – Já tinha percebido! Isto é mesmo desagradável! Como uma tolice, o detalhe mais vulgar pode estragar a melhor das intenções! Sim, o chapeuzinho chama atenção... Ridículo, e é por isso que todo o mundo o vê. Com estes farrapos, a única coisa que cai bem é um gorro, mesmo velho, e não este espantalho. Ninguém tem um semelhante, vê se a distância, fica gravado na memória... Sobretudo o fato de ser lembrado é um argumento comprovativo. E o que é necessário, precisamente é passar despercebido... Pormenores, insignificâncias, é isso o principal... um detalhe desses pode colocar tudo a perder para sempre (DOSTOIÉVSKI, 2017, p. 14)

Passar despercebido era a intenção de Raskóhnikov, mesmo que tenha fracassado nisso. Mas não só dele, a atmosfera cosmopolita com que os indivíduos se locomovem diariamente nos centros urbanos do século XIX acentua essa possibilidade. No entanto, se você “não estiver na moda”, com algum elemento do visual destoando, será visto e notado. . De uma maneira negativa, no caso. Os olhos ficam mais atento, um “padrão” de convivência, do que vestir passa a dominar a cidade. Simmel (2014), assinala essa ambivalência, entre a *igualdade* e a *distinção* proporcionada pela moda nos grandes centros:

Ela (a moda) é imitação de um modelo dado e satisfaz assim a necessidade de apoio social, conduz o indivíduo ao trilho que todos percorrem, fornece um universal, que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo. E satisfaz igualmente a necessidade de distinção, a tendência para a diferenciação, para mudar e se separar (SIMMEL, 2014, p. 25)

Assim, “a lógica da roupa oferece uma maneira de compreender e um meio de estudar as transformações sociais que ocorrem nos aglomerados urbanos” (ROCHE, 2007, p. 20). São nesses detalhes que a personalidade passa a ser denotada, nas diferenciações que produzem as imitações. O uso dos artefatos e objetos remetem ao valor necessário que os homens pretendiam impor: “pode observar-se em menor medida em quase todas as relações do homem com os objetos. Só os homens verdadeiramente

grandes descobrem a ingente profundidade e força do seu Eu quando respeitam a individualidade própria das coisas” (SIMMEL, 2014, p. 54).

De certa forma, os indivíduos conquistam a liberdade de experimentar, por terem várias opções e possibilidades ao seu alcance. A potência imaginativa de se viver a cidade, o liberalismo – na sua forma de interiorização do indivíduo e na liberdade social - fruto de revoluções e revoltas sociais; e as práticas disciplinares (FOUCAULT, 2014) presenciadas em, por exemplo, escolas e casernas são elementos que agiram com intensidade no século XIX e que nenhum deles “perdeu sua vigência até os nossos dias” (FIGUEIREDO, 2017). Nietzsche, parafraseando a metáfora de Schopenhauer, demonstra a individualidade como um barqueiro, em sua frágil embarcação, em meio a tormenta do oceano, mas ele está confiante, não tem medo, assim como o homem individual está tranquilo em meio a um mundo cheio de tormentas, isso é o que eles chamam de *principium individuationis* (NIETZSCHE, 2020, p. 23).

Esse princípio de individualidade visto em Simmel e Nietzsche são expressos em cachimbos, charutos, cartolas, botões, bengalas, guarda-chuvas e nos valores que passam a exprimir. Sendo respeitados em seu uso e individualidade. Respeito à apropriação que se faz deles. Remeter a elas o valor necessário, adquirindo domínio sobre a imagem que ela representa. Elementos da “grande renúncia masculina” que denotavam a imagem do *self made man*, o homem de negócios, que atingiu sucesso em sua vida de trabalho, fruto dos ares cosmopolitas.

Para elucidar a vida cotidiana em conjuntos com esses hábitos os escritos de José de Alencar (1829 - 1877) constituem como uma peça valiosa nessa reconstrução. Seus romances urbanos evidenciam essa nova fase do Rio de Janeiro posto ao civilizado. “Assim, embora pareça que Alencar está tratando de uma sociedade aparentemente engessada, cujas possibilidades de variação seriam quase nulas, o romancista está testando a transição dessa sociedade para o sistema capitalista” (GRANJA; LIMA, 2019, p. 59).

Dessa forma, nos permite evidenciar a rotina de consumo de homens e mulheres no Rio de Janeiro:

Espécie de *flâneur* da cidade do Rio de Janeiro do Segundo Império, como o sujeito que transita pelas *Passagens* da Paris do século XIX, José de Alencar passeia pela pesquisa de seus caracteres e, [...], combina, na história dos indivíduos, matéria literária (superestrutura)

com as contradições advindas de uma ordem socioeconômica em transformação (infraestrutura) (GRANJA; LIMA, 2019, p. 61)

Em 1857, em *A viuvinha*, José de Alencar comentava sobre essa atmosfera de trabalho e de progresso do Rio de Janeiro: “apesar do novo progresso econômico da divisão do trabalho, que multiplicou infinitamente as indústrias e, por conseguinte, as profissões, a questão ainda é bem difícil de resolver para aqueles que não querem trabalhar” (ALENCAR, 2018, p. 23). Para o autor, o “não trabalhar” se fazia na pele desses novos homens de negócio da cidade. Colocavam sua roupa preta e iam para Praça do Commercio (atual Casa França-Brasil). Assim descreve Carlos, jovem e trabalhador:

Era um moço que teria quando muito trinta anos, de alta estatura e de um porte elegante, à primeira vista parecia estrangeiro. Tinha uma dessas feições graves e severas que impõem respeito e inspiram ao mesmo tempo a afeição e a simpatia. Sua barba, de um louro cinzento, cobria-lhe todo o rosto e disfarçava os seus traços distintos. A fronte larga e reflexiva, um pouco curvada pelo hábito do trabalho e da meditação, e o seu olhar fixo e profundo, revelavam uma vontade calma, mas firme e tenaz.” (ALENCAR, 2018, p. 22)

Esses homens trabalhadores, de negócios, eram os representantes da burguesia que precisavam ocupar-se de serviços burocráticos: vendas e compras e ações, trocas de letras de câmbio na Praça do Comércio ou tocar o negócio da família. “Proprietário de negócios, com ao menos um empregado; com trabalhadores de escritórios, escreventes, guarda livros, e assim por diante com os estratos profissionais e gerenciais acima deles” (SENNETT, 1988, p. 175).

Eles acabaram tomando conta da paisagem da cidade e das movimentadas ruas de comércio.

Mediante estas condições o nosso homem é tido e havido como negociante; pode passear pela rua do Ouvidor, apresentar-se nos salões e nos teatros. Quando perguntarem quem é este moço bem vestido, elegante, de maneiras tão afáveis, responderão – É um negociante. Eis o que eu chamo virtuosi do comércio, isto é, homens que cultivam a indústria mercantil por curiosidade, por simples desfastio, para ter uma profissão.” (ALENCAR, S/D, p. 23)

Segundo Sennet, é nesse ambiente do século XIX que “a multidão de compradores inaugura uma nova forma de comércio, centralizada nas lojas de departamentos, às custas

dos clássicos mercados ao ar livre” (SENNETT, 1988, p. 167). Agora permitem o caminhar e a passagem de indivíduos bem-vestidos, elegantes, com barba, sobrecasaca, trajando tons escuros e olhando as vitrines da rua do Ouvidor. Não exatamente eram homens de posse, mas homens que de acordo com essas características vinculadas ao vestir e ao costume do trabalho conseguiam, com seus trajes, certo valor dentro da sociedade fluminense. Segundo Laver, era a época em que os negócios prosperavam e o “homem de negócios e o comerciante tinham dinheiro suficiente para de ijar de morar ‘em cima da loja’ na cidade e retirar-se para os subúrbios” (LAVÉR, 1989, p. 177)

Alencar, em *Ao correr da pena* (1854), comenta um pouco sobre essa atitude de passear e o círculo desses homens *flanadores* da cidade, explicando ao leitor o que é esse *flanar*:

Sabeis o que é a *flânerie*? É o passeio ao ar livre, feito lenta e vagorosamente, conversando ou cismando, contemplando a beleza natural ou a beleza da arte; variando a cada momento de aspectos e de impressões. O companheiro inseparável do homem quando *flana* é o charuto; o da senhora é o seu buquê de flores. O que há de mais encantador e de mais apreciável na *flânerie* é que ela não produz unicamente o movimento material, mas também o exercício moral. Tudo no homem passeia: o corpo e a alma, os olhos e a imaginação. Tudo se agita; porém é uma agitação doce e calma, que excita o espírito e a fantasia, e provoca deliciosas emoções. (ALENCAR, S/D, p. 21)

Quando o homem *flana*, além do exercício de caminhar ele pratica um exercício moral. Esse exercício moral, junto também com o passeio, só é possível se a cidade estiver à altura da prática. Ora, para provocar emoções e sentimentos a contemplação da beleza natural e a beleza artística devem estar em equilíbrio. O homem, com seu charuto, é capaz de atingir um estado do ser com esse movimento individualizado, que será balizado pelo comércio da cidade.

De todos esses progressos da Rua do Ouvidor o mais interessante, porém, pelo lado da novidade, é a *Galeria Geolas*, que deve nos dar uma idéia das célebres passagens envidraçadas de Paris. A *Galeria Geolas* vai da Rua do Ouvidor à Rua dos Ourives; tem uma extensão suficiente; apesar de um pouco estreita, está bem arranjada. Os repartiamentos formam um pequeno quadrado envidraçado, e já estão quase todos tomados. Na locação desses armazéns seria muito conveniente, não só aos seus interesses, como aos do público, que o proprietário procurasse a maior variedade possível de indústrias, a fim de que a passagem oferecesse aos compradores toda a comodidade. Os

moços de boa companhia que se reúnem ordinariamente num ponto qualquer da Rua do Ouvidor deviam tomar um daqueles repartimentos e formar como que um pequeno salão, que se tornaria o rendez-vous habitual do círculo dos *flâneurs*. Enquanto não pudéssemos ter um Clube, a passagem iria satisfazendo esta necessidade tão geralmente sentida. (ALENCAR, S/D, p. 32)

Representantes legítimos da sociedade de profissionalização, de trabalho, espelho e reflexo dos modos burguês de encarar o mundo, serão reconhecidos no início do século XX como símbolo do *smartismo*, termo referenciado, de certa forma até pejorativo, a esses indivíduos pertencentes a vida agitada da metrópole com vestimenta de trabalho (FEIJÃO, 2011)

Logo depois que Carlos sai da Praça do Commercio, onde estava envolvido em troca de letras de lucros e dividendos, encontra seu amigo Henrique. Ambos viram a esquina e caem na rua do Ouvidor. A rua do Ouvidor era o local de agito da cidade. Lojas de roupas, diversas fazendas, disputavam a atenção do “freguez”. Para acompanhar o passeio e esperar a hora do jantar, Henrique acende um charuto e passa a observar as lojas da rua: “fumava o seu charuto, olhando para todas as vidraças de lojas por onde passava e apreciando essa exposição constante de objetos de gosto, que já naquele tempo tornava a rua do Ouvidor o passeio habitual dos curiosos” (ALENCAR, 2018, p. 25).

Curiosos por novidades, pelo consumo, pelo luxo que as lojas da rua do Ouvidor proporcionavam a homens e mulheres burguesas, que tinham condições para gastar. Segundo Sennet, “o cosmopolitismo – enquanto a experiência da diversidade na cidade – passou, portanto, para a experiência das classes trabalhadoras enquanto uma experiência de consumo” (SENNETT, 1988, p. 174). De acordo com Rainho, os comerciantes franceses dedicaram-se às lojas de “fazendas e roupas femininas, de chapéus, cosméticos e perfumes. Mas propensos ao comércio a varejo, eles logo se estabeleceram na região das ruas dos Ourives e do Ouvidor, onde abriram pequenas lojas que chegaram a se tornar ponto de reuniões políticas” (RAINHO, 2002, p. 52).

Dentre as casas que disputavam a atenção das pessoas na rua, se fazia presente locais de vendas de charutos e tabacos. “A’ uma hora da madrugada de hontem rebentou um incêndio na loja de charutos da casa de sobrado da rua do Ouvidor, canto da Valla, n. 88” (JORNAL DO COMMERCIO, 1855, p. 2), a notícia termina dizendo que provavelmente isso foi causado por uma vela que caiu em um monte de fumo que estava seco.

Um pouco antes do estabelecimento que pegou fogo havia outra loja que anunciava seus charutos e fumos: “A. e F. Desmarais, rua do Ouvidor, n. 86, tem a honra de participar que recebêrão de Londres pelo navio Arab, uma grande porção de verdadeiros charutos de Havana, London Segars, de qualidade superior” (JORNAL DO COMMERCIO, 1850, p. 4). A grande influência de Londres, do exterior e artigos de luxo vindos de fora intensifica-se. Até o estereótipo e os acompanhamentos do charuto e cachimbo são importados: “ao menos o sherry, o hock, o claret que se bebe na Inglaterra, embora carregados de álcool são bebidas generosas. O que porém dizer da cerveja, pesada beberagem que se casa com o cachimbo!” (JORNAL DO COMMERCIO, 1854, p. 1). M. Desmarais é um dos grandes pontos de encontros dos homens e da sociedade do Rio de Janeiro. Descrita pelo *Jornal do Commercio* e por José de Alencar (2017) como um grande local de convivência

Não há dúvidas de que a rua do Ouvidor era onde a movimentada confraternização da burguesia acontecia. José de Alencar, em *Ao correr da pena* (1854 - 1855), descreve esse movimento no Desmarais onde a alta burguesia, os políticos, se encontravam para desfrutar desse momento em meio a elegância e ao luxo,

que corresponde às antigas tradições que lhe ficaram dos tempos em que aí se reunia a boa roda dos moços desta corte, e os deputados que depois da sessão vinham decidir dos futuros destinos do país. Ali tinham eles ocasião de estudar os grandes progressos da agricultura, fumando o seu charuto *Regalia*, e de apreciar os melhoramentos da indústria pelo efeito dos cosméticos, pela preparação das diversas águas de tirar rugas, e pela perfeição das cabeleiras e chinós. (ALENCAR, S/D, p. 33)

Nesse âmbito do consumo, do sair de casa para ir consumir, comprar, “davam a essas aparências exteriores, como sinais do caráter pessoal, do sentimento privado e da individualidade” (SENNETT, 1988, p. 185). Os objetos passam a adquirir forma e relevo perante os desejos e a ansiedade da pessoa que estava efetuando a compra: estar no luxuoso Desmarais, ao lado de políticos, fumando um charuto *Regalia*, proporcionava momentos em que esse homem burguês se sentiria aquém de suas responsabilidades mundanas

Ficar sozinho também se tornará uma desculpa para os momentos de lazer providos de sentimentos interiores: “juntai-lhe o cachimbo, companheiro da solidão, desculpa da taciturnidade, tornareis o homem frio, prosaico, formalista como um Hollandez” (JORNAL DO COMMERCIO, 1854, p. 1). Frio e formalista como um

holandês, como um europeu, com os mesmos hábitos. E com o charuto e cachimbo ao lado. O autocontrole, a frieza, eram qualidades louváveis desses homens de negócio, da burguesia fluminense. Uma “virilidade natural das experiências sensoriais. O homem aprecia o alimento animal que garante sua robustez e que, de certa maneira, o torna selvagem. Gosta de bebidas fortes, espirituosas, e também das especiarias” (CORBIN, 2015, p. 19).

“O investimento de sentimentos pessoais e a observação passiva estavam sendo unidos; estar fora, em público, era ao mesmo tempo uma experiência pessoal e passiva (SENNETT, 1988, p. 184). Apesar das pessoas saírem para promoverem o consumo e seu lazer, esses momentos se tornavam cada vez mais individualizados, pois dependia dos desejos, do fetiche que envolvia comprar tal objetos, tal charuto ou bebida. Como esse artefato seria importante na construção do meu visual, do meu eu. Fumar um charuto podia te fazer mais elegante, ou mais frio, como um holandês, dependia do seu “fetiche”, da sua fantasia, em torno dele.

“Expandia-se o nível de consumo entre as classes médias e as classes trabalhadoras mais altas. Um exemplo: com o advento da loja de departamentos, a ideia de possuir vários conjuntos de roupas, todos quase similares e feitos a máquinas, para o uso nas ruas passou a se firmar” (SENNETT, 1988, p. 182). Portanto essa complexidade dos negócios, dos prazeres e da sociabilidade das pessoas que afluíam à cidade” (SENNETT, 1988, p. 174) intensifica as trocas não só de moedas e objetos, mas de emoções e sentimentos avindos do consumo, no decorrer do século XIX. E é nessa atmosfera cosmopolita que os homens burgueses do Rio de Janeiro têm que interagir e usufruir com o meio urbano.

Se no início do século XIX essas mudanças ainda são sensíveis e requerem um predomínio e acompanhamento da mentalidade. Já na segunda metade do século XIX essa mentalidade, em conjunto com as mudanças econômicas, acompanham a investidura dos homens nos ambientes de consumo e à interação com a cidade. Nas palavras de Simmel, sobre as mudanças da sociedade moderna: “todas as ações de massa se caracterizam pela perda do sentimento de vergonha” (SIMMEL, 2016, p. 49). Doravante, sem vergonha e munidos dos prazeres da sociabilidade esses homens se encontram e percorrem as ruas do Rio de Janeiro.

3. 3. Narrativas da masculinidade

Segundo Jörn Rüsen (2016), se entendermos o sentido original da palavra *poética*, que vem do grego *poesis*, deveríamos saber que ela simplesmente significa fazer ou produzir algo. É esta palavra que dá sentido ao termo e ao ato da narrativa, segundo o autor. Se tratando de pessoas e de nossas vivências no tempo, a narração/narrativa seria o modo como a atividade está sendo executada e história é o produto disso. “A narração, portanto, é o processo de atribuir sentido à experiência no tempo” (RÜSEN, 2016, p. 47). Neste trabalho, as narrativas masculinas são as maneiras com que os homens vivenciam sua vida através das roupas, produzindo maneiras de vestir, experiências e sentidos no tempo e na cidade, e o fruto dessas experiências são suas histórias.

“Se passasse há dez anos pela praia da Glória, minha prima, antes que as novas ruas que abriram tivessem dado um ar de cidade às lindas encostas do morro de Santa Teresa” ... (ALENCAR, 2018, p. 1). Com essas palavras José de Alencar abre o romance *A viuvinha*, notando a diferença na paisagem de um Rio em transformação. Ruas sendo abertas, início de processos de higienização e um aumento na oferta de locais apropriados para as altas classes. Nas páginas que se seguem Sr. Almeida e um velho militar discutem sobre a derrubada do Morro do Castelo, evento que acabará sendo concretizado no início do século XX. Acabando com algumas ruas como a rua da Misericórdia.

Desde meados dos anos de 1830, há um aumento do número de cafés e estabelecimentos de sociabilidade na cidade. O Café Neuville foi um dos primeiros estabelecimentos desse tipo. Seguido do Café du Nord, na Rua do Carmo, n. 1, ficou famoso pelos jogos de bilhar que lá aconteciam: “este estabelecimento tem uma boa clientela e tem tudo de útil com uma boa mesa de bilhar¹⁹” (JORNAL DO COMMERCIO, 1847, p. 1). Lá também “jogava-se a dinheiro, com cartas também lindamente decoradas vindas da França, como eram os livros. O hábito, ou melhor, o “vício” era visto com maus olhos pela Igreja (DEL PRIORE, 2016, p. 267). Ocorriam leituras de livros, que vinham da França e do exterior, acompanhados de charutos. A cidade, cada vez mais passava a ansiar por esses eventos sociais. Também, passou a ser servido, a partir de 1837 “almoços de garfo”, remetendo ao uso dos talheres, dos hábitos refinados, mas também à jantares. Outro café que também dava bailes de mascarâ era o Café do Commercio.

Ao final dos anos de 1830 cafés e locais de venda de charutos e tabacos começam a se aproximar um do outro. “Vendem-se, no lardo do Paço, pegado ao Café Neuville, charutos de Havana” (JORNAL DO COMMERCIO, 1838, p. 4), dizia a propaganda de

¹⁹ Tradução própria: *Cet établissement jouit d'une bone clientele, et possède tout ce qui y est utile, avec um billard tout neuf*

1838. Comprava-se charutos nesses locais e iam aos cafés ou mesmo em caminhadas as ruas para fumar.

“O grande ponto de ruptura na civilização do homem deu-se a partir da intensificação de seu contato com a rua. Ampliando suas atividades sociais, eles tiveram grande parte de seus hábitos, costumes e comportamentos sensivelmente modificados (GAGLIARDO, 2016, p. 145 - 146). Nas ruas os homens tinham contato uns com os outros, praticavam sociabilidades, em botequins, cafés, hotéis e jogos, um jogo muito comum dos homens no século XIX era o bilhar e o turfe. Nesse período, ligados aos hotéis estavam cafés e restaurantes com seu saguão, onde homens iam se encontrar e procurar lazer, como por exemplo o Hotel Pharoux, que servia de ponte de encontro (MAUAD, 1997). Em *O moço loiro*, Manuel de Macedo descreve a indumentária de um dos dois homens que adentram em um hotel:

Dois moços acabam de entrar nesse hotel. Um deles, que para o diante melhor conheceremos, trajava casaca e calças de pano preto, colete de seda de xadrez cor de cana, sobre o qual se deslizava finíssima corrente de relógio; gravata também de seda e de uma bela cor azul; trazia ao peito um rico solitário de brilhante; na mão esquerda suas luvas de pelica cor de carne, na direita uma bengala de unicórnio com belíssimo castão de ouro; calçava finalmente botins envernizados. Esse moço, cuja tez devia ser alva e fina, mas que mostrava ter sofrido por muitos dias os ardores do sol, era alto e bem apessoado; seu rosto, sem ser verdadeiramente belo, causava ainda assim um interesse; ele tinha os cabelos pretos, os olhos da mesma cor, mas pequenos, e sem fogo. Entrou no hotel, como levado à força pelo seu amigo; e, sentando-se junto a uma mesa defronte dele, tomou um jornal e começou a ler (MACEDO, 1854, p. 3)

Segundo Gilda de Melo e Souza a roupa de Antônio mistura elementos da moda romântica com outros da moda vitoriana. “Perdurara até 1830 o luxo das gravatas e dos coletes, que então podem ser ricamente bordados ou em números de dois, um de veludo, outro de fustão por cima” (SOUZA, 1987, p. 65). Já as “casacas e sobrecasacas tornavam agora os homens iguais em suas aspirações à respeitabilidade” (ARAÚJO, 2012, p. 88). Ser visto às ruas portando uma casaca ou sobrecasaca trazia credibilidade ao sujeito. Portava uma gravata de seda, para Balzac (2016), a “*a gravata é o próprio homem. É o termômetro de seu grau de bom gosto em matéria de modo de vestir e educação*” (p. 96)²⁰. Segurava uma bengala de unicórnio com castão de ouro, dizem que “adivinha-se o

²⁰ Grifos do autor

espírito de um homem pela maneira como porta sua bengala” (BALZAC, 2016, p. 25). O relógio e o solitário brilhantes fazem parte do rol dos acessórios fálcos descritos por Gilda de Melo e Souza (1987), frutos da “grande renúncia masculina”.



Charge contendo um charuto, divulgada na *Revista Illustrada*. SEMANA ILLUSTRADA. Rio de Janeiro: F. L. Pinto & C^a, 1861: “charuto da moda”. N. 22, p. 4.

Na segunda metade do século XIX “a difusão das fotografias acentuou a importância da aparência física, enquanto a paulatina banalização dos espelhos fez da contemplação de si mesmo uma necessidade diária” (SANT’ANNA, 2014, p. 20). Essa propaganda com imagens e figuras impulsiona o comércio, o consumo, os cuidados com o corpo, os cuidados pessoais. A rua do Ouvidor ganha grande destaque entre os homens. “Vários cariocas se arrumavam com esmero para passear naquela rua comercial, exibiam ricas bengalas e delicadas lunetas, torciam o bigode, mantinham-se atentos às novidades” (SANT’ANNA, 2014, p. 21). Influenciados pelas imagens, charges e gravuras, os homens iam até lá para consumir.

Os charutos já eram tão fumados que as charges o descrevem como símbolo da moda, movidos pela novidade e extravagância em alguns momentos. Acima, o homem da esquerda fica incomodado com o formato e o tamanho do charuto, da extravagância do objeto e pergunta ao amigo se ele irá mesmo fumá-lo, o amigo responde que sim, e que é do Desmarais, famosa loja situada na rua do Ouvidor. A rua do Ouvidor era um dos locais

aonde os homens iam atrás dos acessórios e das novidades para compor sua indumentária, como “correntes de gestos modernos, e relógio de ouro suíço”, bem como dar uma olhada nos chapéus à venda na rua do Hospício, e “todo homem deverá possuir ao menos uma [cartola], pois que é o símbolo da respeitabilidade burguesa. Será o chapéu característico do século XIX” (SOUZA, 1987, p. 65). De certa forma, a renúncia do homem aos elementos decorativos, no século XIX, foi “compensada por outras formas de narcisismo, como a decoração do rosto, o apego aos símbolos fálicos e o derivativo de elegância” (SOUZA, 1987, p. 80).

Igualmente chegou um sortimento de correntes de gestos modernos, e relógios de ouro suíços, tudo por preço commodo.
HIME & C. AGENTES.
RUA DO HOSPICIO N. 20 A.

 **RUA DO OUVIDOR**
N. 161.
NOVA FABRICA
E LAVAGEM
DE CHAPÉOS DE
PALHA DE ITALIA. 

Lavão-se e põem-se como novos, e á moda, chapéos de palha de todas as qualidades.

AOS TOMADORES DO BOM MATE.
O mais superior e verdadeiro mate em folha para bulle, vende-se, por atacado e avarejo, nas ruas do Hospicio n. 13; e Rosario n. 44, canto do becco das Cancellas.

Propagandas com imagens de chapéus podem ser vistas na segunda metade do século XIX no jornal. JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d’Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1852. Notícias particulares. Vol. 27, N. 222, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

Voltando à Manoel de Macedo (1854), entrando no hotel os amigos sentam e pegam os jornais. Os jornais adentram como momentos de sociabilidades também. Ler um jornal, “estar por dentro” das últimas notícias de compra e venda de produtos era necessário para esses homens consumidores do Rio de Janeiro. Como já visto, por exemplo, os leilões aconteciam em quaisquer que fossem os dias. Perder o conteúdo de um jornal pela manhã, ou até mesmo à tarde, poderia significar a perda de produtos, bem como a perda de diversas informações importantes para estar dentro das prozas dos

círculos sociais. O Venâncio de Manuel de Macedo (1854) fazia essa leitura com o *Jornal do Commercio*, para atentar-se as mudanças e até mesmo à moda nos domínios políticos e econômicos da cidade:

Venâncio achava-se na sala de sua casa, sentado no canapé, triste e silencioso como um marido infeliz, que se vê a sós; vestia uma calça de brim escuro, e uma niza branca, tinha no pescoço um lenço de seda, de dentro do qual surdiam enormes e pontiagudos colarinhos; junto dele descansavam seus óculos sobre o *Jornal do Commercio* e, tendo de esperar que se levantasse sua mulher, Venâncio com uma perna descansada sobre a outra e exalando sentidíssimos suspiros, empregava o tempo em passar meigamente os dedos sobre o grande nariz, que devia à natureza, e que, depois de seus filhos, era o objeto que mais idolatrava no mundo (MACEDO, 1854, p. 10).

O *Jornal do Commercio* não era um periódico especializado em moda, um periódico ilustrado, elegante, com a preocupação em trazer as últimas tendências. No entanto, se pensarmos no conceito de moda busca pelo novo, como “um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, por isso afetar esferas muito diversas da vida coletiva” (LIPOVETSKY, 1989, p. 24), entenderemos que esses homens buscavam no jornal as últimas notícias de acontecimentos econômicos e políticos. Pois segundo (SILVA, 2017, p. 37) “a ampliação de tais espaços de sociabilidade e participação política que, cada vez mais, tem sido conferida a atenção” na formação do Estado brasileiro e na construção de sua política. Portanto, procurar saber sobre os acontecimentos era a maneira que esses homens encontraram de estar na moda.

Ainda sobre Venâncio:

Um homem de cinquenta anos, magro, alto, pálido, calvo, e de grande nariz, é o Sr. Venâncio, marido da Sr.^a D. Tomásia, e pai do Sr. Manduca e da Sr.^a D. Rosa. É um empregado, sem exercício, não nos lembra de que espécie; na vida que vive, vê-se obrigado a ser somente isso; pois que em tudo o mais é a sombra de sua mulher. Aos vinte e oito anos casou-se, porque seu pai lhe disse que era preciso fazê-lo, com uma senhora que se acompanhava de alguns mil cruzados de dote, como de fato os trouxe a Sr.^a D. Tomásia, que, pela sua parte, segundo ela mesma o diz, casou-se para se casar. (MACEDO, 1854, p. 9).

As roupas serviam como demarcadores de idade e classe social. “A vestimenta e os produtos de beleza diferenciavam os velhos dos moços, tanto quanto marcavam as

condições sociais, rurais e urbanas” (SANT’ANNA, 2014, p. 25). Assim como José de Alencar (2018) Manoel de Macedo também recorre ao tema do casamento arranjado no século XIX, vinculado à herança e ganhos sociais. Um casamento bem arranjado poderia salvar um homem da pobreza e até mesmo do fracasso, pois esse casamento, para as pessoas da elite, vinha acompanhados de um dote da mulher, e possivelmente uma herança do pai da moça que poderia salvar a vida dos rapazes. Era esse um dos planos de Fernando Seixas, assim como o fez Venâncio

Alencar conta que o senhor Fernando Seixas, “moço que ainda não chegou aos trinta anos”, residia em uma habitação cujo aspecto denotava pobreza por dentro e por fora. Apesar disso, em seu miserável cômodo, o rapaz guardava uma casaca elegante e um traje de baile, ambos feitos pelo alfaiate da moda; ademais, ostentava botinas de qualidade, charutos de Havana e uma almofada de cetim, bem como perfumes ingleses e franceses, guarda-chuvas e bengalas. “Um observador reconheceria nesse disparate a prova material de completa divergência entre a vida exterior e a vida doméstica da pessoa que ocupava esta parte da casa” (RIBEIRO, 2020, p. 50)

Fernando Seixas se sustentava com um pequeno patrimônio deixado pelo seu pai que falecerá. No entanto, encontrava em seus gastos com vestuário, diversão e charutos de Havana, uma possível maneira de sair da pobreza por meio de um casamento bem planejado com uma mulher rica. Nesse ambiente cortes do Rio de Janeiro, “a prova da beleza oferecida por homens e mulheres tendia a se limitar às roupas, aos calçados e aos adereços, podendo ser confirmada pela sinuosidade de uma silhueta cujo garbo dependia de pudores hoje esquecidos” (SANT’ANNA, 2014, p. 23). Se ele se portasse de sobrecasaca, casaca, com caros charutos, perfumes e bengalas, de forma elegante, com roupas elegantes, suas chances de atrair uma mulher rica aumentariam. Pois “os artifícios não eram poucos, sobretudo nas grandes cidades, locais de exposição privilegiada da aparência física (SANT’ANNA, 2014, p. 23)

Embora “despojado e em roupas sóbrias, o homem elegante não abandonou todas as formas de prestígio social, fossem elas luvas, bengalas, charutos ou joias, não economizando em anéis de rubi, abotoaduras de brilhantes e corrente de ouro para os relógios (NERY, 2007, p. 186). Era esse o intuito de Seixas, manter a aparência elegante, a forma, para subir socialmente em uma sociedade pautada pelo visual. Esse autodomínio reflete a civilização, “a importância da boa forma, a marca característica de toda

‘sociedade’ autêntica; o controle dos sentimentos individuais pela razão, esta é uma necessidade vital para todos os cortesãos” (ELIAS, 2011, p. 33).

Em 1851 o jornal detalha uma carta escrita pela soberana de Portugal, onde Sua Majestade testemunha os levantes sociais de Portugal conhecidos como a Regeneração, e os pedidos de demissão do *Conde Thomar*. São descritos na coluna *Notícias do exterior*: “A subida do vapor principiava a notar-se alguma exaltação nos políticos do charuto, e na classe da litteratura moderna! E não sera de espantar que tenhamos algum episódio patriótico-burlesco” (JORNAL DO COMMERCIO, 1851, p. 1)

O século XIX no Rio de Janeiro assistiu ao nascimento dos manuais de etiqueta e civilidade. “Essas obras tinham por objetivo preparar as pessoas para a vida em sociedade por meio de uma série de regras em que eram expostos comportamentos e maneiras tidos como corretos” (RAINHO, 2002, p. 97). Maneiras de comportar à rua, à mesa, em ambientes públicos.

Em 1852 o *Jornal do Commercio* fazia propaganda de um pequeno manual de hábitos e costumes. *O Novo Correio das Modas* era o jornal recreativo das famílias. Continha algumas narrativas e contos da vida na cidade e de como se comportar em determinados ambientes. A propaganda do *Jornal do Commercio* lista algumas das possíveis prosas do periódico, como “quando se deve casar; boa ocasião para se acender um charuto” (JORNAL DO COMMERCIO, 1852, p. 3)

Em uma de suas prosas de ficção, assinada por *D. Salustio* que estava à passeio na Rua do Ouvidor, *O Novo Correio das Modas* explica que há dois tipos de homens que contracenavam na paisagem do Rio de Janeiro:

Observemos quem passeia. As toilettes feminis são raras. A dos homens abundantes em variados typos. Lá vem um sujeito que tem cara de pai da pátria. É natural, um pai da pátria não se confunde com qualquer outro animal bípede. É ordinariamente calvo, usa de lenço encarnado para assuar, e toma tabaco n’uma boceta de tartaruga. O seu aspecto exterior da-o a conhecer ainda ao menos versado na sciencia que estudou Lavater e Gall. Agora para um *petit maitre* este não é pai, é filho da pátria. A sua presença é inteiramente o inverso da medalha anterior. Em lugar de calva, o cabelo sobra-lhe para fora das moderníssimas abas do chapéo. Adorna-lhe o lábio superior um bigode Usa de lenço perfumado em água de Colonia e fuma charuto de Havana. São dois typos: um exagera o progresso, outro ridiculariza o passado (O NOVO CORREIO DAS MODAS, 1852, p. 135)

De qualquer forma, ridicularizando ou passado ou exagerando no progresso, das duas maneiras o intuito era olhar para frente, vislumbrar um novo homem, um novo Rio de Janeiro. O filho da pátria, jovial, com muito cabelo e charuto na boca, que *flanava* pela Rua do Ouvidor. Com “os acessórios indispensáveis à indumentária do burguês eram a corrente de ouro para chaves e relógios, as caixas de rapé em prata, os lenços de linho fino branco, luvas, bengalas e guarda-chuvas vermelhos e azuis, assim como alfinetes com pérolas para as gravatas” (NERY, 2007, p. 162). Nota-se também que o hábito de “tomar” rapé é trocado pelo hábito do charuto.

Segundo Marlyse Meyer (1996) essas narrativas chamadas de prosa de ficção fazem parte das modificações no cenário do Rio de Janeiro. São mais bem compreendidas se pensarmos à luz das transformações sociais vividas pela cidade no momento, embora com uma maior intensidade na corte. Além do incremento da urbanização (MEYER, 1996, p. 283). O hábito de fumar, com menos restrições sociais quanto ao uso e a necessidade, refletia o autodomínio e o requinte. “As convenções de estilo, as formas de intercâmbio social, o controle das emoções, a estima pela cortesia, a importância da boa fala e da conversa, a eloquência da linguagem e muito mais” (ELIAS, 2011, p. 67) estavam a modelar as sociabilidades na cidade que antes fora colônia. Esse “comportamento reservado e a eliminação de todas as expressões plebeias, sinal específico de uma fase particular na rota para a civilização” (ELIAS, 2011, p. 33). Isso nos permite pensar que, sendo uma apologia ao progresso ou ridicularizando o passado, charutos e tabacos já faziam parte da indumentária do homem de negócio, da crescente burguesia da cidade. Quer dizer que o charuto adentrava, na segunda metade do século XIX, como acessório de moda. Acessório da civilização:

Na *anecdota* da semana n’*O Novo Correio das Modas*, Lamberto, tio de Lucia, estava preocupado com o futuro de sua sobrinha, já que os pais dela haviam falecido e ela não estava comprometida com nenhum rapaz, pois Lucia quer amar antes de casar-se. Nisso, seu tio, chama sua atenção para o cavalheiro Elbino. “O cavalheiro d’Elbino? Meu tio! É um rapaz de palavras adocicadas, de ar aperaltado: um peralvilho, um *França Moderno*, um *leão*. Que põe em alvo uns grandes olhos azues e languidos, que traz um charuto na boca e tem um ar adormecido” (NOVO CORREIO DAS MODAS, 1854, p. 194).

Assim como existia a “leoa”, a parisiense, mulher envolta em liberdade e potencialidade imaginativa, existia o “leão”. Uma espécie de figura masculina galanteadora, “caçadora”, conquistadora, figura essa explorada por José de Alencar

(2018). Quando Aurélia, que já estava cansada das paqueras de seus pretendentes, se levanta muito cheia de si e convida para entrar o seu enamorado que ficava do lado de fora do portão e o convida para entrar: “tenha a bondade de sentar-se, disse Aurélia mostrando-lhe o velho sofá encostado na parede do fundo. Eu vou chamar minha mãe. O leão quis impedi-la, e não o conseguindo, começava a deliberar sobre a conveniência de eclipsar-se” (ALENCAR, 2018, p. 68)

O “leão” se sentira extremamente desconfortável com a situação. Ao que dá a entender, ele só estava à procura de uma conquista casual. Já Aurélia buscava um relacionamento, um casamento. Quando convidado para entrar e conhecer a mãe de Aurélia fica constrangido. As palavras singelas e “modestas da viúva deixaram no conquistador, apesar da película de ceticismo que forra essa casca de bípedes, a convicção da inutilidade de seus esforços. A beleza de Aurélia só era acessível aos simplórios, que ainda usam do meio trivial e anacrônico do casamento” (ALENCAR, 2018, p. 68).

Este incidente foi o sinal de uma deserção, a partir daí todos os “leões” perceberam que não seria assim tão fácil conquistar Aurélia. Esses “leões” estavam a *flanar* pela cidade e a desfrutar do que ela tinha a oferecer. “Logo às quatro horas da tarde, com seu saboroso charuto de Havana na boca, vão para os cafés, theatros, bailes, jogos de... *roltarete*, fazer corte as damas, etc., etc., até ao outro dia as nove horas da manhã!” (JORNAL DO COMMERCIO, 1852, p. 3). Iam à procura dos grandes sortimentos de “charutos de Havana legítimos, nos quaes se encontram os seguintes: *Lira de Ouro Imperiales, El Centrauro, La Allemana Regalia, La integridade, La Attala* e uma porção de pequenos, em massas de 100, tado de superior qualidade e muito em conta (JORNAL DO COMMERCIO, 1852, p. 225)

Não era só de passeios e romances entre homens e mulheres que o Rio de Janeiro era feito. Um grupo de franceses são avistados tentando fugir do calor que fazia, ao amanhecer

um artista desta classe, logo que saltou a bordo, querendo dar expansão ao seu regozijo, tirou o charuto da boca, engolio a fumaça com a pressa, e exclamou: “*Graças a Deos que já temos no Rio de Janeiro um motivo para não trabalhar ás segundas-feiras!*” Enquanto isto se passava, um grupo de atletas de grandes bigodes e olhos chammejantes puxavão do lago para o assoalho uma pequena canoa, que por muito tempo os deleitará, virando-se cento e uma vez, ou appalpando a cabeça a outros, ao som de estrepitosos applausos (JORNAL DO COMMERCIO, 1854, p. 1)

A cidade encontra a praia, o mar e começa a produzir os balneários. Dessa forma o corpo passa a ser visto e explorado. “Os cuidados e a beleza com ele aumentam (FEIJÃO, 2013). Pois “no Brasil, o gosto em cuidar do corpo, assim como a construção de uma privacidade de inspiração burguesa, teve matizes próprios” (SANT’ANNA, 2014, p. 23). E esse cuidado está ligado ao encontro das ruas, das avenidas, da civilização com as praias, com a exuberância dos corpos. “bigodes encerados, com as pontas viradas para cima, e suíças como as do imperador alemão eram muito imitados por admiradores” (NERY, 2007, p. 186). A prática de exercícios, da calistenia, é feita por aqueles homens que frequentam a praia. Um novo físico, uma nova silhueta é moldada:

o modelo físico da aristocracia se subverteu. Em primeiro lugar, o homem: não mais a saliência da barriga, ombros repuxados para trás evocando qualquer ‘nobreza’, mas o busto reto, densificado, cintura comprimida, evocando qualquer determinação ‘burguesa’. Não mais a honra no perfil arqueado, mas o vigor num torço reforçado: menos arrogância sem dúvida, mais eficácia (VIGARELLO, 2006, p. 109)

O triunfo da burguesia e dos modos burgueses é visto também nos gestos corporais, a opulência da lugar ao rigor físico. Assim como as roupas sofrem a renúncia dos adornos, o corpo precisa estar enxuto, enrijecido. O charuto como elemento de lazer, prazer e descanso ganha destaque, entre um passeio, um trabalho; seja ele braçal ou intelectual, ou como sobremesa após as refeições, acompanha estas mudanças.

Uma crônica assinada por *Carta Particular* na coluna de *Interior* volta novamente nossa atenção para a questão do charuto e da política:

Fechão-se no seu gabinete, e commodamente recostados em uma macia poltrona, tomão da penna, e saboreando as fumaças de um bello charuto, pedem á inteligência as ideias e as imagens que melhor possam esconder e maior effeito possam produzir nas massas populares. Declarão-se apóstolos da liberdade, constituem-se martyres della como palladinos do povo (JORNAL DO COMMERCIO, 1861, p. 2)

A narrativa alinha outra vez a figura do homem, do político, que fuma charuto, com a liberdade. Ela usa o charuto para focar, para trazer a inteligência à tona e que possa com facilidade conduzir as massas. São poucas as crônicas relacionadas aos homens e a política que os tratam como *jovens*, sem capacidade técnica para deliberar. E a questão aqui que pode ficar é: o charuto não era somente usado nas descrições para desqualificar

e ridicularizar a figura masculina, como o era na primeira metade do século XIX. Pelo contrário, em boa parte das crônicas o charuto possui uma qualidade deletéria, que enaltece, acalma, ou busca uma forma de lazer. Um discurso igualmente permeado por valores morais é proferido por Ema para sua neta Honorina:

os velhos tornaram-se crianças... os meninos não tomaram mais a bênção aos pais... as moças desprezaram os véus da modéstia e a vida sossegada da solidão para ir com o rosto bem à mostra, e, carregadas de adornos e de modas indecentes, dançar em saraus, onde a licença e o desregramento tomaram o nome de civilização e de progresso! (MACEDO, 1854, p. 38).

Segundo Roche (2007), o vestuário, o vestir, é permeado por questões morais de acordo com a época. A civilização e o progresso continuavam a perturbar a mente das pessoas mais velhas no Rio de Janeiro. Em 1861, um desentendimento entre João Ribeiro e José Benjamin Carneiro acarretou um assassinato. Dizia João Ribeiro que já receava que fosse morto por Carneiro, devido a desentendimentos. “Na sala achou-se um guarda-chuva, e uma charuteira com um charuto, objectos, segundo declarou um cocheiro, pertence a Carneiro” (JORNAL DO COMMERCIO, 1861, p. 1).

Quando o Carlos de Alencar estava com fome - em *A viuvinha* (1857), que na verdade era Jorge, e que estava em sua missão para juntar dinheiro, se redimir de seu passado, limpar a memória de seu pai e reconquistar sua mulher - era nesses lugares que ele saciava sua fome, vontade essa que não podia passar despercebida. O local ficava entre as vielas da rua da Misericórdia, o autor a descreve:

Cerca de oito ou dez pessoas enchiam o pequeno aposento: eram pela maior parte marujos, soldados ou carroceiros que jantavam. Alguns tomavam a sua refeição agrupados aos dois e três sobre as mesas; outros comiam mesmo de pé, ou fumavam e conversavam em um tom que fazia corar o próprio Santo Agostinho antes da confissão. Uma atmosfera espessa, impregnada de vapores alcoólicos e fumo de cigarro, pesava sobre essas cabeças e dava àqueles rostos um aspecto sinistro. A luz que coava pelos vidros embaciados da janela, mal esclarecia o aposento e apenas servia para mostrar a falta de asseio e de ordem que reinava nesse couto do vício e da miséria. (ALENCAR, 2018, p. 30 - 31)

No momento em que Carlos ia entrar na taverna Senhor Almeida, seu antigo tutor e ex-sócio de seu pai, o puxa pelo braço e o convida para jantar em outro local. Esse outro local contracena com a descrição feita da taverna. Não era bem um café, mas um

restaurante frequentado pela burguesia fluminense, segundo Alencar um dos melhores, o Hotel Pharoux. Situado na rua Fresca, n. 3, na praia de Dom Manoel, de frente para o mar, o hotel demonstrava luxo e requinte. Nas páginas do *Jornal do Commercio* são feitas muitas propagandas a suas iguarias, como sopa de tartaruga e sopa de ostras. Senhor Almeida “comeu com a consciência de um homem que paga bem e que não lastima o dinheiro gasto nos objetos necessários à vida” (ALENCAR, 2018, p. 31), em conjunto com uma garrafa de Vinho do Porto, e ao final, interrogou Carlos sobre fumar um charuto. Como Alencar descreve, havia uma atmosfera nessa taverna regada a cigarro e fumaça dele. Isso demonstra que charutos eram objetos que demonstravam prestígio e distinção social, a chance de uma pessoa que gastava 60rs em um prato de comida em uma taverna, adquirir um charuto de valor aproximado era muito pequena.

Assim, tanto no seio da família como na imprensa, na literatura, nas pinturas, as virilidades se exprimem, são comunicadas, ensinando e educando sobre o que são os homens, como devem se comportar. Enfim, ela, a virilidade, “ordena, irriga a sociedade, cujos valores sustenta. Ela induz efeitos de dominação – dentre os quais o exercido sobre a mulher é apenas um elemento. Ela estrutura a representação do mundo” (CORBIN, 2015, p. 09). A cidade se modernizava e os homens atribuíaam significados a charutos, bengalas, guarda-chuvas, relógios e outros objetos fálicos que simbolizassem elegância e distinção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Primeiramente, é notável durante este estudo a mudanças que o significado de fumar charuto teve desde sua descoberta até o século XIX. De uma planta usada em rituais maias até um adereço de moda, de elegância, de distinção estampada nas páginas do maior jornal do Rio de Janeiro durante o século XIX. Isso só foi possível através do compartilhamento de significados de uma cultura comum, a cultura do consumo, do visual, fundada pela nascente burguesia fluminense. Conferindo papéis aos gêneros e atribuindo significados ao charuto

O *Jornal do Commercio* teve o potencial de criar e comunicar sentidos através de suas colunas e propagandas, contribuindo para a formação, o comportamento e a indumentária dos homens do Rio de Janeiro. Estabeleceu o que era um *joventim* na primeira metade do século XIX, e dessa perspectiva, como um homem deveria se portar.

Para na segunda metade do século XIX as mudanças provocadas na indumentaria – charuto, casaca, sobrecasaca - representam atributos como autocontrole, respeitabilidade e credibilidade, marcadores de virilidade que irão compor a masculinidade de nossos homens de negócio, da recém-formada burguesia fluminense.

Assim, o jornal pode ser entendido como um instrumento pedagógico e civilizador dentro dos mecanismos de convivência da cidade. Pois o universo material, vivenciado aqui pelo charuto moldou a forma e a aparência masculina. O processo de modernização ao qual passava o Rio de Janeiro, onde podemos citar também a chegada maciça de imigrantes em conjunto com a adequação da cidade ao mercado mundial, habilitava os homens a se portar de outras maneiras, ao qual o charuto teve papel fundamental no ser/estar elegante.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, José de. **A viuvinha** (1857). A Escola do Futuro da Universidade de São Paulo, 2018. Disponível em: < <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bv000144.pdf>>. Acesso em: jan. de 2020.

ALENCAR, José de. **Ao correr da pena** (1862). São Paulo: Instituto de divulgação Cultural, S/D. Disponível em: < <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bv000130.pdf>>. Acesso em: jan. de 2020.

ALENCAR, José de. **Cinco minutos** (1857). São Paulo: Instituto de divulgação Cultural, S/D. Disponível em: < <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bv000130.pdf>>. Acesso em: jan. de 2020.

ALENCAR, José de. **Lucíola** (1862). 12ª ed., São Paulo: Ática, 1988. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bv000137.pdf>>. Acesso em: jan. de 2020.

ALENCAR, José. **Ao correr da pena (folhetins inéditos)**. São Carlos-SP: EdUFSCAR, 2017

ALENCAR, José. **Senhora**. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2018. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/PesquisaObraForm.do?select_action&co_autor=71>. Acesso em jan. de 2023

ALENCAR, Luiz Felipe. Vida privada e ordem privada no Império. In: NOVAIS, Fernando. (Org.). **História da vida privada 2 – Império: a Corte e a modernidade nacional**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997, p. 11 – 94

ALMANACH DO RIO DE JANEIRO. **Negociantes estrangeiros – negociantes nacionais**. Rio de Janeiro: Imprensa Régia, 1816.

ALMANACH DO RIO DE JANEIRO. **Negociantes ingleses – negociantes portugueses**. Rio de Janeiro: Imprensa Imperial e Nacional, 1827

ALMANAK ADMINISTRATIVO, MERCANTIL E INDUSTRIAL DA CORTE DO RIO DE JANEIRO PARA O ANNO DE 1861. Decimo Oitavo Anno, Rio de Janeiro: Eduardo e Henrique Laemmert, 1861, p. 441. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=313394x&Pesq=Henrique%20Cussen&pagfis=16550>>. Acesso em: 17 de outubro 2021

ALMANAK ADMINISTRATIVO, MERCANTIL E INDUSTRIAL DA CORTE DO RIO DE JANEIRO PARA O ANO BISSEXTO DE 1844. Primeiro Anno, Rio de Janeiro: Eduardo e Henrique Laemmert, 1843, p. 441. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=313394x&Pesq=Henrique%20Cussen&pagfis=16550>>. Acesso em: 17 de outubro 2021

ANDERSEN, Hans Christian. A sombra (1847). In: CALVINO, Ítalo (org.). **Contos fantásticos do século XIX**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

ARAUJO, Marcelo. **Dom Pedro II e a moda masculina na época vitoriana**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

ARAUJO, Marli Gomes de; MARCICANO, João Paulo Pereira; HELD, Maria Sílvia Barros de. A obra de Jean-Baptiste Debret como fonte histórica para os estudos dos trajes usados no Brasil no início do século XIX. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, Brasil, n. 74, p. 270-301,

dez. 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rieb/a/zHHQ3CPyWgnCSLMFNbpbLDK/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 de dezembro de 2021.

BALZAC, Honoré de. **Tratado da vida elegante**: ensaio sobre a moda e a mesa (1828 - 1833). Tradução, organização e notas de Rosa Freire D'Aguiar. São Paulo: Peguin Classics Companhia das Letras, 2016.

BANDEIRA, Júlio; DO LAGO, Pedro Corrêa. **Debret e o Brasil**: obra completa, 1816-1831. Rio de Janeiro: Capivara, 2020, p. 169.

BARNARD, Malcom. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BERTAUD, Jean-Paul. O exército e o brevê da virilidade. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Org.). **História da virilidade**: o triunfo da virilidade, o século XIX. Volume 2. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2015.

BRAUDEL, Fernand. **Civilização material, economia e capitalismo - séculos XV – XVIII**: as estruturas do cotidiano. São Paulo – Martins Fontes, 1995.

BURKE, Peter. **A Escola dos Annales (1929 - 1989)**: a revolução francesa da historiografia. São Paulo: UNESP, 2010

BURKE, Peter. **Hibridismo cultural**. Rio de Janeiro: Unisinos, 2003.

BURKE, Peter. **O que é História Cultural?**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BURNS, Eric. **The smoke of the gods**: a social history of tobacco. Philadelphia – PA: Temple University Press, 2007.

CALVINO, Ítalo. Introdução. In: CALVINO, Ítalo. (Org.). **Contos fantásticos do século XIX**: o fantástico visionário e o fantástico cotidiano. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

CARVALHO, José Murilo. **D. Pedro II**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e artefato**: o sistema doméstico na perspectiva da cultura material – São Paulo, 1870 – 1920. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Fapesp, 2008.

CHARTIER, Roger. Diferença entre os sexos e dominação simbólica. **Cadernos Pagu**. Campinas – SP: Unicamp, volume 5, 1995, p. 37 – 47. Disponível em: < <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1761> >. Acessado em 15 julho de 2020.

CHARTIER, Roger. O mundo como representação. **Estudos avançados**. São Paulo: volume 5, n. 11, 1991, p. 173 – 191. Disponível em: < <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/8601/10152> >. Acessado em: 15 de janeiro 2023

CORBIN, Alain. Introdução. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Org.). **História da virilidade**: o triunfo da virilidade, o século XIX. Volume 2. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2015.

COURTINE, Jean-Jacques. Introdução. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, George. **História da virilidade**: a virilidade em crise?. Petrópolis – RJ: Vozes, 2013.

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

D'INCÃO, Maria Ângela. Mulher e família burguesa. In: DEL PRIORE, Mary (Org.). **História das mulheres no Brasil.** São Paulo: Editora Unesp, 2004, p. 223 – 240.

DIAS, Maria Odila Leite da Silva. **A interiorização da metrópole e outros estudos.** São Paulo: Alameda, 2015

DE LUCA, Tania Regina. História dos, nos e por meio de periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (Orgs.). **Fontes históricas.** São Paulo: Contexto, 2019.

DEBRET, Jean Baptiste. In: **Voyage pittoresque et historique au Brésil:** ou Séjour d'un artiste français au Brésil. Tome Deuxième (Volume 2). Paris: Firmin Didot Frères, 1834 - 1839. Disponível em: <<https://digital.bbm.usp.br/handle/bbm/3802>>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

DEBRET, Jean Baptiste. In: **Voyage pittoresque et historique au Brésil:** ou Séjour d'un artiste français au Brésil. Tome Deuxième (Volume 2). Paris: Firmin Didot Frères, 1834 - 1839. Disponível em: <<https://digital.bbm.usp.br/handle/bbm/3802>>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

DEBRET, Jean Baptiste. In: **Voyage pittoresque et historique au Brésil:** ou Séjour d'un artiste français au Brésil. Tome Deuxième (Volume 2). Paris: Firmin Didot Frères, 1834 - 1839. Disponível em: <<https://digital.bbm.usp.br/handle/bbm/3802>>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

DEL PRIORE, Mary. História do cotidiano e da vida privada. In: CARDOSO, Ciro Flamarion; VAINFAS, Ronaldo. (Orgs.). **Domínios da História:** ensaios de teoria e metodologia. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

DEL PRIORE, Mary. **Histórias da gente brasileira:** Império. Volume 2. Rio de Janeiro: LeYa, 2016.

DEL PRIORE, Mary. O corpo vazio: o imaginário sobre a esterilidade entre a Colônia e o Império. In: DEL PRIORE, Mary; AMANTINO, Marcia. (Orgs.). **História do corpo no Brasil.** São Paulo: UNESP, 2011, p. 107 – 131.

DEL PRIORE, Mary; AMANTINO, Márcia. Apresentação. In: DEL PRIORE, Mary; AMANTINO, Marcia. (Orgs.). **História dos homens no Brasil.** São Paulo: UNESP, 2013, p. 1 – 9.

DOHLNIKOFF, Miriam. **História do Brasil Império.** São Paulo: Contexto, 2019.

DOSTOIÉVSKI, Fiodor. **Crime e Castigo** (1866). Tradução de Natália Nunes e Oscar Mendes. Porto Alegre - RS: L&PM, 2017.

DUBY, Geoges. A emergência do indivíduo. In: DUBY, Georges. (Orgs.). **História da vida privada 2:** da Europa feudal à Renascença. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p.528 – 552.

EDMUNDO, Luís. **Recordações do Rio antigo.** Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1950.

EDMUNDO, Luiz. **A corte de D. João no Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: Ed. Conquista, 1957.

EDMUNDO, Luiz. **O Rio de Janeiro no tempo dos vice-reis.** Rio de Janeiro: Athena, S/D.

EL-KAREH, A. C. As artimanhas do Braguinha e a “invenção” do cafezinho. In: PRADO, SD., et al. orgs. **Estudos socioculturais em alimentação e saúde: saberes em rede**. [online]. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2016. Sabor metrópole series, vol. 5, pp. 125-160. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/37nz2/pdf/prado-9788575114568-07.pdf>>. Acesso em: jan. 2020.

ELIAS, N. **O processo civilizador: uma história dos costumes**. v. 1. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

ELIAS, Norbert. **A sociedade de corte: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

FEIJÃO, Rosane. **Moda e modernidade na Belle Epóque carioca**. São Paulo: Estação das letras e cores, 2011.

FEIJÃO, Rosane. As praias cariocas no início do século XX: sociabilidade e espetáculos do corpo. **Escrito**. Rio de Janeiro, ano 7, n. 7, 2013, p. 229 – 247. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://escritos.rb.gov.br/numero07/escritos%207_09_as%20praias%20cariocas.pdf>. Acesso em: 20 de julho 2022.

FERREIRA, Antonio Celso. A fonte fecunda. In: PINSKY, Carla Bassanezi; LUCCA, Tania Regina de. (Orgs.). **O historiador e suas fontes**. São Paulo: Contexto, 2009, p. 61 – 92.

FIGUEIREDO, Luiz Claudio. **A invenção do psicológico: quatro séculos de subjetivação 1500 – 1900**. São Paulo: Escuta, 2017.

FLÜGEL, J. C. **A psicologia das roupas**. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1966.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Petrópolis – RJ: Editora Vozes, 2014.

FREYRE, Gilberto. **Inglês no Brasil: aspectos da influência britânica sobre a vida, a paisagem e a cultura do Brasil**. Livraria José Olympio Editora, 1977.

FREYRE, Gilberto. **Sobrados e mucambos: decadência do patriarcado rural e desenvolvimento do urbano**. São Paulo: Global, 2004.

FREYRE, Gilberto. **Vida social no Brasil nos meados do século XIX**. São Paulo: Global, 2009.
GOMES, Laura Graziela. Breve introdução à edição brasileira. In: ARJUN, Appadurai (Org.). **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Rio de Janeiro: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008, p. 9 – 10.

GATELY, Iain. **Tobacco: a cultural history of how na exotic plant seduced civilization**. London: Simon & Schuster, 2001

GOUVÊA, Maria de Fatima Silva. Redes de Poder na América Portuguesa: o caso dos homens bons do Rio de Janeiro, 1790 – 1822. **Revista Brasileira de História (ANPUH)**. São Paulo. V. 18, N. 36, 1998, p. 297 – 330. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbh/a/4fKCKMfQ9cFWkKVzKzFVQ7S/?format=html&lang=pt#>>. Acesso em: 17 de outubro 2021.

GRANJA, Lucia; LIMA, Lilian. Ideais no lugar: Senhora, de José de Alencar. **ALEA: estudos neolatinos**. Rio de Janeiro: UFRJ. Vol. 21/3, p. 49 – 63, set – dez, 2019, p. 49 – 63. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/alea/article/view/29873/16824>>. Acesso em: 20 de jan. de 2020.

GUEDES, Roberto. Ofícios mecânicos e mobilidade social: Rio de Janeiro e São Paulo. (séculos XVII e XIX). Rio de Janeiro, **Topoi**, n. 7, vol. 3, julho - dezembro/2006, p. 379 – 423. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/topoi/a/VyGzBvFy5TkmrBSbMjNyVVp/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em novembro de 2022.

GUIMARÃES, Carlos Gabriel. Finanças e comércio no Brasil da primeira metade do século XIX: a atuação da firma inglesa Samuel Phillips & Co – 1808-1831. **Revista Navigator: subsídios para a História Marítima do Brasil**. v. 6, n 12, 2010, p. 21 – 34. Disponível em: <http://www.revistanavigator.com.br/navig12/dossie/N12_dossie2.html>. Acessado em: 03 abril de 2020.

HEILBORN, Maria Luiza; CARRARA, Sérgio. Em cena, os homens.... **Estudos feministas**. Rio de Janeiro: IFCS/UFRJ. Vol. 2, N. 2, 1998, p. 370 – 375. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/12013/11299>>. Acesso em: 15 de julho de 2021.

GAGLIARDO, Vinicius Cranek. **Imprensa e civilização no Rio de Janeiro oitocentista**. 2016. 252 f. Tese (Doutorado em História) - Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Franca, 2016. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.franca.unesp.br/Home/Pos-graduacao/gagliardovinicius-cranek.pdf>. Acesso em: 15 de janeiro 2023

HOBBSAWM, Eric. **A era das revoluções: 1789 – 1848**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos: o breve século XX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 2019.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d’Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1827. : importações. **Vol. 1 N. 1**, p. 7. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d’Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1827. Notícias Marítimas: importações. **Vol. 1 N. 34**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d’Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1827: “Despachados para Exportação”. **Vol. 1, N. 1**, p. 7. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d’Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1828. Notícias marítimas: vendas. **Vol. 3 N. 184**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1828. Notícias particulares. **Vol. 3, N. 181**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1828. Parte política: vendas. **Vol. 5 N. 300**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1828: "Leilões". **Vol. 3, N. 208**, p. 3. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1828: "Notícias Particulares". **Vol. 3, N. 208**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1829: "Leilões". **Vol. 12, N. 652**, p. 1. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=364568_01&pagfis=2615>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1830: "Notícias Particulares". **Vol. 5, N. 37**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1832. Escravos fugidos. **Vol. 7, N. 180**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1834: "Carapuças comerciais". **Vol. 8, N. 233**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1835: "O que he ser gamenho". **Vol. 9, N. 86**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1836. Grande Baile Mascarado. **Anno. X, N. 22**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1836. Grande Baile Mascarado. **Anno. X, N. 22**, p. 2. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1837: “Anuncios”. **Vol. 11, N. 155**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1837: “Hum botequim na praça do commercio!”. **Vol. 13 N. 287**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1838: “África Portuguesa”. **Vol. XIII N. 239**, p. 1. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1838: “Correspondencias”. **Vol. 13, N. 162**, p. 2 - 3. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1838: “O Vadio”. **Vol. XIII N. 288**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1839. Grande Baile Mascarado. **Anno. XIV, N. 313**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1839: “Câmara dos Srs. Deputados”. **Vol. XIV N. 121**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1839: “Câmara dos Srs. Deputados”. **Vol. XIV N. 165**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1839: “Pernambuco”. **Vol. XIV N. 100**, p. 2. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1839: "Variedades". **Vol. 14, N. 80**, p. 1. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1840: "Definição de hum joven". **Vol. XV N. 17**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1840: "O Novo Correio das Modas". **Vol. 27, N. 49**, p. 3. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1840: "Variedades". **Vol. 22, N. 80**, p. 1. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1847. *A vendre le Café du Nord*. **Anno. 156, XXII, N. 51**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1851. . **Anno. 26, N. 51**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1851. *A vendre le Café du Nord*. **Anno. 26, N. 161**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1852: "Correspondencias". **Vol. 27, N. 190**, p. 3. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1852: "Correspondencias". **Vol. 27, N. 223**, p. 3. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1853: "A semana". **Vol. 28, N. 294**, p. 3. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1853: "Comunicados". **Vol. 28, N. 358**, p. 1. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1854: "Publicações a pedidos". **Vol. 29, N. 31**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1860: "Aposta Original". **Vol. 35, N. 252**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1860: "Leilão". **Vol. XXXV N. 240**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1861: "Assassinato". **Vol. 36 N. 101**, p. 1. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1861: "Assassinato". **Vol. 36, N. 101**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1861: "Assassinato". **Vol. 36, N. 114**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1861: "Innocencio". **Vol. 36, N. 75**, p. 2. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia d'Emile Seignot-Plancher e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1870: "Gazetilha". **Vol. 49 N. 346**, p. 1. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia Imperial e Constitucional de J. Villeneuve e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1838. Seção de vendas. **Vol. XIII, N. 93**, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia Imperial e Constitucional de J. Villeneuve e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1850. **Vol. XXV, N. 122**, p. 4. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia Imperial e Constitucional de J. Villeneuve e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1851. Variedade: Gastronomia Moderna. **Vol. XXVI, N. 133**, p. 1. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia Imperial e Constitucional de J. Villeneuve e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1854. Variedade: Gastronomia Moderna. **Vol. XXIX, N. 104**, p. 1. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia Imperial e Constitucional de J. Villeneuve e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1855. Incêndio. **Vol. XXX, N. 46**, p. 2. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia Imperial e Constitucional de J. Villeneuve e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1859. Proclamação: Fama do café com leite. **Vol. XXXIV, N. 66**, p. 3. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro: Typographia Imperial e Constitucional de J. Villeneuve e Comp. [Fundação Biblioteca Nacional], 1870. Linitivo ao Frio. **Anno. 49, N. 149**, p. 2. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=364568_01&pasta=ano%20182&pesq=c harutos>. Acesso em: 15 de jan de 2020.

LAYER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LEAL, Carlos Eduardo; SANDRONI, Cícero. Jornal do Comércio. In: ABREU, Alzira Alves et al (Org.). **Dicionário histórico-biográfico brasileiro pós 1930**. Vol. 3. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001

LENZ, Sylvia. A Igreja Evangélica Alemã no Rio de Janeiro (1837 - 1867). *Juiz de Fora-MG. Numen*, v. 5, n. I, 2010, p. 99-126. Disponível em:

<file:///C:/Users/Herculanum/Downloads/21690-Texto%20do%20artigo-85637-2-10-20101007.pdf>. Acesso em 15 de novembro de 2021.

LERY, Jean. **Viagem à terra do Brasil**. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1961.

LIPOVESTSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MACEDO, Joaquim Manuel de. **Os romances da semana**. Rio de Janeiro: B. L. Garnier, 1873. Disponível em: < <https://www.literaturabrasileira.ufsc.br/documentos/?id=129373>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

MACEDO, Joaquim Manuel de. **O moço loiro**. Rio de Janeiro: Brandão & Irmão, 1854.

MACHADO, Ubiratan. **A vida literária no Brasil durante o romantismo**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

MALERBA, Jurandir. **A corte no exílio: civilização e poder no Brasil às vésperas da Independência**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MARQUES, Wilton José. O enigma dos folhetins. In: ALENCAR, José. **Ao correr da pena (folhetins inéditos)**. São Carlos-SP: EdUFSCAR, 2017, p. 9 – 86.

MARTINS, Ana Luiza. Imprensa em tempos do Império. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (Orgs.). **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008, p. 52.

MARX, Karl. **O capital: crítica da economia política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2019

MAUAD, Ana Maria. Imagem e auto-imagem do Segundo Reinado. In: NOVAIS, Fernando A. (Org.). **História da vida privada 2 – Império: a Corte e a modernidade nacional**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997, p. 181 – 232.

MEYER, Marlyse. **Folhetim: uma história**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

MONTELEONE, Joana de Moraes. “A tirania da moda”: roupas, comércio e consumo no Rio de Janeiro do século XIX. Rio de Janeiro, **Maracanan**, n. 15, jul-dez/2016, p. 240 – 269. Disponível em:<https://www.researchgate.net/publication/305722059_A_tirania_da_moda_roupas_comercio_e_consumo_no_Rio_de_Janeiro_do_seculo_XIX>. Acesso em 15 de novembro de 2022.

NERY, Marie Louise. **A evolução da indumentária: subsídios para a criação de figurino**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2007.

NEVES, Guilherme Pereira das. Em busca de um ilustrado: Miguel Antônio de Melo (1766-1836). **Revista Convergência Lusíada**. Real Gabinete Português de Leitura. Rio de Janeiro, n.24, segundo semestre 2007.

NIETZSCHE, Friedrich. **O nascimento da tragédia: ou os gregos e o pessimismo**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2020.

NOVO CORREIO DAS MODAS: novellas, poesias, recordações históricas, anedotas e charadas. Rio de Janeiro: E. & H. LAEMMERT, 1852: “Chronica da quinzena”. **Edição 01**, p. 135.

NOVO CORREIO DAS MODAS: novellas, poesias, recordações históricas, anedotas e charadas. Rio de Janeiro: E. & H. LAEMMERT, 1854: “Fatalidade”. **Edição 01**, p. 194.

PEDRO, Joana Maria.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. O mundo da imagem: território da história cultural. In: PESAVENTO, Sandra Jatahy; SANTOS, Nádia Maria Weber; ROSSINI, Miriam de Souza. **Narrativas, imagens e práticas sociais: percursos em história cultural**. Porto Alegre: Asterisco, p. 99-122, 2008.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções** – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

RASPATIN, Marcia Pinna. O que “eles” vestem: moda, vaidade e masculinidade no Brasil. In: DEL PRIORE, Mary; AMANTINO, Marcia. (Orgs.). **História dos homens no Brasil**. São Paulo: UNESP, 2013, p. 185 – 212.

Relação de médicos, cirurgiões, parteiras, boticários e sangradores... do Rio de Janeiro 1809. [Fundação Biblioteca Nacional].

ROCHA, Carlos. **Ressureição e o romance urbano romântico: aproximações e afastamentos**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII e XVIII)**. São Paulo: Senac, 2007.

ROCHE, Daniel. **História das coisas banais: nascimento do consumo – séculos XVII – XIX**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

SANT’ANNA, Denise Bertuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SANTANA JR, Odair Dutra. Junius Villeneuve e a circulação de estratégias de edição francesa no Brasil do século XIX: romances-folhetim e o *Museo Universal*. **Revell**, v. 1, n. 21, janeiro/abril 2019, p. 257 – 274. Disponível em: <<https://periodicosonline.uems.br/index.php/REV/article/view/3375/pdf>>. Acessado em novembro de 2022.

SCHNOOR, Eduardo. “Riscando o chão”: masculinidade e o mundo rural entre a Colônia e o Império. In: DEL PRIORE, Mary; AMANTINO, Marcia. (Orgs.). **História dos homens no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp, 2013, p. 85 – 118.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **As barbas do imperador: D. Pedro II, um monarca dos trópicos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SEMANA ILLUSTRADA. Rio de Janeiro: F. L. Pinto & C^a, 1861: “charuto da moda”. N. 22, p. 4.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público: as tiranias da intimidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

SILVA, Maria Beatriz Nizza da Silva. **Cultura e sociedade no Rio de Janeiro (1808 - 1821)**. São Paulo: Editora Nacional, 1978.

SILVEIRA, Elza Maria Gonçalves da. **O Carapuceiro: um periódico satírico da primeira metade do século XIX**. Dissertação (mestrado em Letras). Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, p. 188, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/ECAP-74QKCP/1/o_carapuceiro.pdf>. Acesso em novembro de 2022.

SILVA, Roger Lambert da. **Em nome da ordem: o *Jornal do Commercio* e as batalhas pela abolição**. Niterói, 2017. Tese (Doutorado em História) Programa de Pós-Graduação em História – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017. Disponível em: <<chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.historia.uff.br/stricto/td/1885.pdf>>. Acesso em: 15 de janeiro 2023

SIMILI, Ivana. “Cartas para Lodovic”: conversas sobre moda e gênero. In: SIMILI, Ivana. (Org.). **Corpo, gênero e sexualidade**. Maringá – PR: EDUEM, 2011, p. 37 – 48.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda**. Tradução Artur Morão. Lisboa: Texto e Grafia, 2014.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: INTERCOM; Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011.

SOUZA, Gilda de Melo e. **O espírito das roupas: a moda no século XIX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

STADEN, Hans. **Suas viagens e cativo entre os selvagens do Brasil**. São Paulo: Typographia da Casa Eclética, 1900.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória e dor**. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

THÉRENTY, Marie-Ève. **La littérature au quotidien: poétiques journalistiques au XIXe siècle**. Paris: Seuil, 2007.

THOMÉ, Claudia de Albuquerque; REIS, Marco Aurélio. O jornalismo pós-industrial e o encerramento das atividades do *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro. Curitiba-PR. **Anais da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2017, p. 1 – 15. Disponível em <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1094-1.pdf>>. Acesso em: 15 de novembro de 2021.

THORN, Joe. **Os charutos, o cristão e a Glória de Deus**. Brasília-DF: Monergismo, 2015

VAINFAS, Ronaldo. História das mentalidades e história cultural. In: CARDOSO, Ciro Flamarion; VAINFAS, Ronaldo. (Orgs.). **Domínios da História: ensaios de teoria e metodologia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

VARELA, Alex Gonçalves. Naturalista e político: a trajetória de vida do ilustrado Antonio Carlos Ribeiro de Andrada Machado e Silva (1790 - 1823). Vitória-ES. **Anais do I Seminário Internacional Brasil no Século XIX (UFES) – Sociedade Brasileira de Estudos do Oitocentos (SEO)**. 2014, p. 1 – 15. Disponível em <<chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.seo.org.br/images/Anais/Luana/AlexGoncalvesVarela.pdf>>. Acesso em: julho de 2022.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.