Revista de História Comparada
ISSN: 1981-383X
Ano 20 – Edição 20 – Número 01

"O MAIS BELLO ORNAMENTO DESSE LARGO":

O CAFÉ NEUVILLE E A EUROPEIZAÇÃO CARIOCA NA DÉCADA DE 1830

Patrícia Maria da Silva Merlo*
Ricardo Gonçalves Rodrigues Filho**

Resumo: O artigo analisa o Café Neuville, localizado no Largo do Paço, no Rio de Janeiro, como espaço privilegiado de observação das transformações urbanas e das sociabilidades da Corte na década de 1830. A partir da análise de anúncios publicados no Jornal do Commercio e no Aurora Fluminense, investiga-se como o estabelecimento articulou consumo, política, alimentação, espetáculos e práticas de convivência vinculadas a modelos europeus, sobretudo franceses. Fundamentado nas contribuições de Norbert Elias, Pierre Bourdieu, Jean-Louis Flandrin e Kapil Raj, o estudo compreende o café como dispositivo de produção de civilidade e distinção social, inserido no processo de europeização da capital do Império. Conclui-se que o Café Neuville não representou mera reprodução dos modelos europeus, mas uma adaptação tensionada, marcada por negociações, silenciamentos e reformulações locais no interior do projeto civilizador oitocentista.
Palavras-chave: Café Neuville; sociabilidade; processo civilizador; Rio de Janeiro oitocentista; europeização.

Abstract: This article analyzes Café Neuville, located at Largo do Paço in Rio de Janeiro, as a privileged space for observing urban transformations and forms of sociability in the Court during the 1830s. Based on published advertisements in Jornal do Commercio and Aurora Fluminense, the study investigates how the establishment articulated consumption, politics, food, entertainment, and social practices associated with European—especially French—models. Grounded in the contributions of Norbert Elias, Pierre Bourdieu, Jean-Louis Flandrin, and Kapil Raj, the article understands the café as a device for the production of civility and social distinction within the broader process of the Europeanization of the imperial capital. It concludes that Café Neuville did not merely reproduce European models, but rather adapted them through local tensions, negotiations, silences, and reformulations within the 19th century civilizing project.
Keywords: Café Neuville; sociability; civilizing process; nineteenth-century Rio de Janeiro; Europeanization.

* Universidade Federal do Espírito Santo;
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7584-9047; E-mail: patrícia.merlo@gmail.com

**Laboratório Saberes e Sabores: História da Alimentação e das Práticas de Cura;
ORCID: https://orcid.org/0009-0002-1734-6094; E-mail: ricardogrfilho@hotmail.com

Introdução

A transferência da Corte portuguesa para o Rio de Janeiro, em 1808, inaugurou um processo de reconfiguração profunda das estruturas políticas, econômicas e sociais da cidade, transformando-a de capital colonial em sede do Império português. Tal mudança não se restringiu às dimensões institucionais, mas implicou também a reorganização dos espaços urbanos, dos hábitos cotidianos e das formas de sociabilidade, orientadas por um ideal de civilidade que tinha como referência os modelos europeus e, de modo particular, a cultura francesa. A cidade deveria tornar-se, para usar a formulação de Kirsten Schultz, uma "Versalhes Tropical", isto é, um espaço capaz de expressar o poder monárquico, o refinamento das elites e o grau de civilização esperado de uma capital imperial (Schultz, 2008).

É nesse horizonte que se insere a análise do Café Neuville, localizado no Largo do Paço, no Rio de Janeiro, na década de 1830. O presente artigo tem por objetivo compreender como esse estabelecimento participou da construção de novas formas de sociabilidade urbana, vinculadas à distinção social, à circulação de práticas e bens europeus e à produção de uma imagem de cidade moderna e elegante. Parte-se da hipótese de que o Café Neuville não deve ser compreendido apenas como espaço de consumo, mas como um dispositivo ativo de produção de civilidade nos trópicos, no qual se articulam alimentação, política, espetáculo, comércio e formas codificadas de convivência.

As fontes mobilizadas são os periódicos disponíveis na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, especialmente o *Jornal do Commercio* e o *Aurora Fluminense*, entre 1830 e 1839. A busca pela expressão "Café Neuville" resultou, inicialmente, em 40 ocorrências, em 7 periódicos distintos. Após a filtragem dos resultados, excluindo repetições, erros de indexação e ocorrências fora do recorte temporal, restaram 37 entradas efetivamente úteis, distribuídas em dois jornais. A intenção da investigação não é tomar um periódico específico como representante da "opinião" da época, mas reunir elementos dispersos, produzidos em contextos diversos, a fim de compreender como o estabelecimento aparecia inserido na vida urbana carioca.

Do ponto de vista metodológico, adota-se uma abordagem qualitativa baseada na análise de conteúdo, conforme proposta por Laville e Dionne (1999), articulada a uma leitura histórica atenta à materialidade dos anúncios e ao seu caráter discursivo. Os anúncios não são aqui entendidos apenas como registros utilitários, mas como construções que participam da

definição de valores, hierarquias e expectativas de comportamento. No plano teórico, o artigo dialoga com as contribuições de Norbert Elias (1994; 2020) sobre o processo civilizador, de Pierre Bourdieu (2014) sobre gosto e distinção e de Jean-Louis Flandrin (2009) acerca da construção histórica do "bom gosto". Nesse sentido, destacamos a abordagem de Kapil Raj (2016), a partir da qual compreendemos a circulação não como simples deslocamento de objetos, práticas e saberes, mas como processo que envolve apropriações e ressignificações. Nessa perspectiva, a análise aproxima-se da história das transferências, interessada menos na reprodução de modelos europeus do que nos modos pelos quais eles foram apropriados e reformulados no contexto específico da Corte.

Ao privilegiar o Café Neuville como observatório, o artigo busca captar, em escala reduzida, os indícios de uma transformação mais ampla na cidade. Se o Rio de Janeiro oitocentista não reproduziu de forma plena os modelos europeus, tampouco permaneceu alheio à sua força normativa. O que se observa, antes, é um processo de aproximação, adaptação e ressignificação, no qual práticas locais e referências estrangeiras se combinam de modo tenso e desigual.

Processo civilizador no Rio de Janeiro joanino e os primeiros cafés da Corte

1808 é, sem dúvida, o ponto de virada inicial do século XIX na reordenação da cidade do Rio de Janeiro. A chegada de d. João VI e sua Corte na capital da América portuguesa, empurrada pelas investidas napoleônicas, põe em curso um movimento de reconfiguração das lógicas urbanas através da política, da economia, da arquitetura e dos costumes. Abrem-se os portos às nações amigas, instituem-se órgãos de administração, funda-se uma gazeta e dinamiza-se o comércio.

Era preciso elevar o padrão da urbe, a fim de que ela fosse capaz de refletir a importância que era abrigar a Coroa portuguesa. Assim, houve uma expansão das construções e dos limites geográficos pela chegada de portugueses e outros europeus, que cumpriam uma função de embranquecer e europeizar a cidade, marcada por uma presença considerável de negros escravizados. Além disso, mesmo as elites locais ainda refletiam, em grande medida, os traços coloniais da cidade, que não eram capazes de representar o grau de civilização desejado pelo Império português (Barra, 2015, p. 792-793). Europeizar a cidade significava, nesse contexto, submetê-la a um regime de sensibilidade e ordenação dos comportamentos orientado por parâmetros exógenos, no qual a ideia de civilidade se articulava à construção de

uma gramática social específica, capaz de distinguir, classificar e hierarquizar práticas e sujeitos.

Os novos residentes, que prontamente perceberam a discrepância entre as grandes metrópoles do Velho Mundo e a nova sede da família real portuguesa, buscaram de forma célere reproduzir seus hábitos e criar meios para que isso fosse possível. Na alimentação, por exemplo, iniciou-se uma importação extensiva de produtos como chás, vinhos, azeites, avelãs, licores, salames e presuntos (Silva, 1978, p. 8-10), denotando um gosto nos ditames do que era consumido nas Cortes europeias. A alimentação passa, assim, a operar como linguagem social, na qual escolhas de consumo e rituais de mesa se convertem em sinais de pertencimento.

O chá, que de 1808 em diante era encontrado na praça em diferentes qualidades e origens, é uma das bebidas que figura na mesa das elites no período joanino. Demandando aparelhos de serviço, geralmente de louça, ele suscitava um apreço pelos seus rituais de consumo, associados a um comportamento aristocrático e distintivo (Algranti, 2009, p. 78). Como observa Pierre Bourdieu, o gosto não apenas expressa preferências, mas "classifica, e classifica o classificador" (Bourdieu, 2014, p. 6). Em outras palavras, aquilo que se consome e a maneira como se consome tornam-se parte de um sistema de distinção.

Essas novas sensibilidades também passaram a ter lugar em estabelecimentos públicos. As confeitarias, geralmente de donos italianos, ganhavam as ruas centrais da cidade, como a da Alfândega e a do Ouvidor. Ali, era possível encontrar geleias, doces, empadas, licores e vinhos, que desembarcavam da Europa e davam às camadas abastadas a possibilidade de consumo fora do ambiente privado (Viana Junior, 2022, p. 279, 282). Esse deslocamento do consumo doméstico para o espaço urbano constitui um aspecto importante da modernização das sociabilidades, uma vez que torna o ato de consumir algo passível de ser observado, reconhecido e julgado socialmente.

Em contrapartida, o consumo de café, no Rio de Janeiro, parecia se ligar a um serviço popular. A presença de estabelecimentos de consumo dessa bebida, de forma geral, estava em locais da cidade de circulação de trabalhadores e servindo, ao que parece, refeições rápidas e corriqueiras (Algranti, 2009, p. 78). Esse cenário apresenta um contraste curioso, uma vez que no século XIX os cafés já haviam se estabelecido em grandes centros europeus como símbolo de refinamento.

Com passagens anteriores por Veneza e Londres, o modelo ocidental dos cafés se deve muito a Paris e ao Procope. Fundado em 1686, o café Procope situava-se na rua Fossés-Saint-Germain, onde se estabeleceu o teatro da *Comédie-Française*, um ano depois (Leclant, 1969, p. 76). Ligado à efervescência proporcionada pelo teatro, o Procope apostou no luxo, com paredes adornadas por grandes espelhos de moldura dourada ou envernizada, tetos pintados, aparelhos de serviço em prata e porcelana, tapeçarias, lustres e mesas com tampões de mármore (Spary, 2012, p. 110). A materialidade do espaço era, portanto, parte integrante de sua função social.

Nas cadeiras do famoso café parisiense, e dos demais que surgiram inspirados por esse modelo, se sentaram nomes importantes do pensamento ilustrado ao longo do século XVIII, mas também homens que buscavam ali uma socialização mais sóbria e civilizada na cidade, distante das extravagâncias alcoólicas e da prostituição, presentes em outros espaços, como as tabernas (Melton, 2004, p. 237). Dali, os cafés europeus, com as devidas adaptações e salvo as exceções, buscavam inspirar-se no modelo francês e apontar para o consumo refinado e ligado ao bom gosto.

Desde 1792 é possível encontrar espaços chamados "casas de café" no Rio de Janeiro. O *Almanaque da Cidade do Rio de Janeiro para o ano de 1792* traz um número considerável para esses estabelecimentos: 32. Já em 1799, o mesmo almanaque aponta para 40 casas de café na cidade (Nunes, 1965, p. 198, 209).

Embora o Rio de Janeiro desde o fim do século XVIII já houvesse iniciado o cultivo de café, voltado a uma demanda cada vez maior da Europa, esses números não nos parecem exatos, podendo talvez indicar espaços ligados a uma série de consumos distintos, que incluíam o café. Mas, independentemente da precisão ou não da classificação, no período joanino esses espaços já estavam, de fato, presentes na cidade.

A visão dos viajantes europeus, nesse sentido, torna possível compreender o que seria um espaço como esse na Corte carioca. Acostumados aos cafés da Europa, eles tinham um parâmetro bastante definido ao olhar para espaços desse tipo aqui. Esse é o caso do relato presente na obra *O Rio de Janeiro visto por dois prussianos em 1819*, de T. Von Leithold e L. Von Rango, fruto da estada que tiveram na cidade. Ao falar sobre esses estabelecimentos, eles afirmam:

> Nos Cafés, uma porção de qualidade inferior custa quatro vinténs. Consiste ela de uma cafeteira de tamanho regular, servida com açucar não refinado, leite, que mais

> parece água, e pão francês com manteiga um tanto rançosa, de procedência inglesa. Nesses Cafés também vendem limonada não dos limões verdadeiros, mas da outra espécie. É uma bebida indiferente como a laranja, que logo azeda com o calor. A chamada cerveja porlcr que se consegue aqui, vem da Suécia, custando, 1 garrafinha uma pataca. Seria ótima, se a longa viagem não lhe desse um gôsto azêdo. O preço dessa cerveja é bastante alto. Devido às nuvens de môscas que se encontram nos Cafés, nenhum estrangeiro pode nêles demorar-se. Mais familiarizados com êsses insetos, os brasileiros suportam-lhes melhor o incômodo [...] Existem também Cafés com bilhares, mas nunca os freqüentei (Leithold; Rango, 1965, p. 21).

Vemos a descrição de um espaço bastante distinto do que se podia esperar de um café em uma Corte europeia. Embora haja produtos importados, eles são descritos como de categoria inferior. Além disso, a presença das moscas seria um ponto de incômodo para estrangeiros, e parece denotar também uma higiene precária do espaço, que causava espanto aos viajantes. É interessante a menção à presença de bilhares, embora não tenha descrito como esses cafés funcionavam, por não ter visitado.

Em outro trecho, novamente há uma menção aos cafés, tratando da qualidade específica da bebida servida: "O café brasileiro não é de primeira ordem e acho que o servido nos Cafés do Rio de Janeiro, tem um gôsto inferior e gorduroso, a ponto de que eu raramente o podia beber" (Leithold; Rango, 1965, p. 90).

Nota-se, assim, um olhar que não é aleatório ou individualizado. Como já mencionado, civilizar a cidade era, necessariamente, torná-la mais semelhante às cidades do Velho Mundo. Para Norbert Elias, o Processo Civilizador seria um movimento de mudança na Europa Moderna acerca dos costumes, que passava a orientar a visão sobre todos os aspectos da vida social. Pautado na profusão de manuais de etiqueta, estabeleciam-se novos limites para o que era considerado vergonhoso ou repugnante e, em contraponto, decente e desejável. Assim, tudo poderia ser caracterizado a partir do binômio "civilizado" e "incivilizado". Elias mostra que o olhar de superioridade autocentrado da Europa, a partir de um desenvolvimento de longa duração, reconfigurou, portanto, os sentidos e os gostos, passando necessariamente pela construção de uma ideia de civilização que tinha na própria Europa sua expressão máxima (Elias, 2020).

É a partir dessa compreensão que o presente artigo se fundamenta. Entendemos que civilizar, nesse contexto, é sinônimo de europeizar. Se, como apontou a historiadora Schultz, a chegada de d. João VI marca o início da construção de uma "Versalhes Tropical", vemos ao longo do século XIX esse alvo ser perseguido e se refletir em aspectos minuciosos do cotidiano carioca e, a partir de 1822, brasileiro (Schultz, 2008).

O Café Neuville

> O Rio de Janeiro he (cumpre confessál-o) huma cidade pouco hospitaleira; todavia os estrangeiros ahi affluem de todas as partes. Honra pois seja dada aos que se ocupaõ de sua acomodação e bem-estar. Neste intuito, os industriozos que tem preparado hotéis e cafés decentes, fizeraõ hum importante serviço [...] O Café de Mr. Deniz, na rua direita, he de uma riqueza, formosura e gosto moderno que seriaõ admirados em mais de huma capital da Europa. Em fim o Café Neuville tomou sobre si huma tarefa, que o Governo não houvera ousado emprehender: a de regularizar o Largo do Paço, e tornar hum esconderijo immundo e repugnante, o mais bello ornamento desse Largo, substituindo-lhe hum peristilio elegante que sustenta um deliciozo terrasso (Aurora Fluminense, n. 726, 25/01/1833, p. 2).

Na sequência de um texto que fazia questão de evidenciar o progresso brasileiro e carioca, com constante menção aos padrões europeus e as tentativas e os êxitos de sua reprodução[1], o Café Neuville aparece como um regularizador do Largo do Paço, importante logradouro urbano da cidade, que sediava o Paço imperial. O estabelecimento não apenas requalifica o espaço físico do Largo do Paço, mas participa da produção de uma nova inteligibilidade urbana, na qual o ordenamento material se associa à regulação dos comportamentos e à construção de um ideal de convivência social pautado na previsibilidade, na contenção e na elegância.

De propriedade do francês, Geant Neuville (s.d.), o café ficava junto do *Hotel Neuville*, do mesmo dono, que, segundo Santana (2021, p. 12), localizava-se no antigo casario da família Telles de Menezes. Após os elogios ao café de Mr. Deniz, é a vez do estabelecimento de Neuville receber os adjetivos "bello" e "elegante". Aqui, vemos uma tentativa de contrapor o café ao que era considerado "imundo e repugnante", evidenciando uma função civilizadora de sua presença. O café passa a requalificar o espaço urbano a partir de um léxico de civilidade, que mobiliza noções de higiene e beleza. O empreendimento do francês, no discurso do periódico, transforma o ambiente de um esconderijo em um local de frequência recomendada. A ideia de uma regularização aponta, portanto, para o abandono dos traços anteriores em nome da adoção de padrões mais adequados.

Há ainda nesse trecho uma pista da noção positiva da presença de estrangeiros na Corte e de seus empreendimentos, que passam a levar adiante reformas vistas como necessárias. Desde d. João VI, o número de franceses na cidade crescia, e com a

[1] Em linhas anteriores aparecem trechos como "os carniceiros preparaõ a carne ao modo Europeo"; "Exceptuados os tecidos de algodaõ de Minas, todos os estofos vêm-nos de fora; mas saõ apropriados ao uso dos dous sexos com tanta elegancia e commodidade, como na Europa"; "O trabalho, mais importante sem duvida, dos metaes comuns, posto que de data recente, ocupa já muito maior numero de braços, e em alguns ramos naõ he inferior ao fabrico Europeo" (Aurora Fluminense, n. 726, 25/01/1833, p. 1).

independência isso segue ocorrendo. Geralmente ligados ao comércio urbano, não surpreende que Neuville conviva com outro caso emblemático: o de Pierre Plancher (1779-1844).

Chegado à Corte em 1824, Plancher funda, em 1827, o *Jornal do Commercio*, importante periódico que atravessou o século XIX carioca. Proprietário de uma livraria na rua do Ouvidor, Plancher trabalhava em uma frente distinta da de Neuville, embora a direção parecesse semelhante. Através da circulação de impressos, ele impulsionava ideais urbanos e costumes europeus, como o da leitura cotidiana, além de expor em suas prateleiras chapéus, rendas e plumas que vinham do Velho Mundo e faziam circular na cidade a moda *a la européenne* (Morel, 2016, p. 27; Silva, 2017, p. 60).

Ainda sobre esse trecho, um dos termos para classificar o café merece atenção. A partir do dicionário composto pelo padre Rafael Bluteau (1638-1734), e reeditado pelo carioca Antônio de Morais Silva (1755-1824), em 1789, notamos que se para a palavra "bello" ele é sucinto, para "elegante" a definição é mais extensa: "em que há elegancia [...] o que falla com elegancia. Em que há bom gosto" (Silva; Bluteau, 1789, p. 464).

Para o historiador francês Jean Louis Flandrin, a noção de bom gosto desenvolveu-se a partir do século XVII, ganhando camadas de compreensão que partiram do aspecto físico do gosto, sentido pelo paladar, até sua dimensão metafórica, em que representaria uma classificação racional e intuitiva da realidade. Em contraposição, o mau gosto seria justamente a falta dessa capacidade, que privaria seu portador de apreciar a polidez, o refinamento e o desenvolvimento das artes (Flandrin, 2009). Assim, a "elegância" que rotula o café do Largo do Paço parece mais uma vinculação do espaço a ideias civilizatórias, sobretudo francesas, do que um elogio despretensioso. O adjetivo remete a uma discussão presente nos grandes centros europeus acerca dos sentidos apurados em modelos de desenvolvimento estabelecidos e consolidados em conformações culturais ao longo da Modernidade, que nesse momento também compõem o vocabulário urbano no Rio de Janeiro.

Contudo, uma outra entrada aponta para a complexidade carioca, distante de qualquer café em Paris ou Londres: "No dia Segunda Feira 19 do corrente, desappareceo hum moleque do café Neuvile, Largo do Paço, de nome Augusto, nação Moçambique, de idade 16 a 17 annos, altura ordinária com as pernas viradas para fóra; quem o levar a dita casa, receberá alviçaras" (Jornal do Commercio, n. 103, 01/12/1832, p. 4).

A promessa de recompensa é uma referência direta ao valor que se restabeleceria ao recuperar o escravizado. A escravidão urbana no Rio de Janeiro, crescente entre 1808 e 1850,

representava parte constitutiva do cotidiano da Corte, de modo que a cidade ocupava o primeiro lugar em número de escravizados africanos entre as urbes da América (Karasch, 2000, p. 29). Assim, em meio às referências brancas, havia uma presença negra que trabalhava erigindo, limpando e, talvez, servindo as xícaras nas mesas do *Neuville*. A contradição que maculava o projeto de urbanidade era a mesma condição sem a qual ela não se mantinha.

Na última ocorrência do mesmo periódico, em 1839, vemos novamente referência a fuga de um escravizado:

> Desappareceu no dia 9 do corrente, do café Neuville, hum moleque crioulo, de cinco anos de idade, por nome Lourenço, com cara cheia, olhos grandes, e as pernas cambaias; levou calças de riscadinho encarnado com hum avental branco. Quem delle der noticia na cassa acima terá boa gratificação (Jornal do Commercio, n. 35, 12/02/1839, p. 4).

Em todo o *corpus* analisado, essas são as únicas referências a escravizados. As demais ocorrências não fazem nenhuma menção a pessoas negras nesses espaços. Esses dois anúncios, coincidentemente o primeiro e o último da década no *Jornal do Commercio*, apontam, no entanto, não para a ausência delas, mas para uma escolha deliberada de apagamento. Assim, cumpre dizer que embora a pesquisa siga sem se deter nessa questão, não há uma compreensão ingênua de que pessoas negras não estivessem circulando no Café Neuville. O silêncio documental, nesse contexto, não deve ser interpretado como ausência, mas como operação discursiva. Trata-se de um apagamento funcional, que preserva a coerência simbólica do espaço enquanto *locus* de distinção, ao mesmo tempo em que revela as tensões constitutivas de uma sociedade que se pretendia civilizada sem prescindir das estruturas escravistas que a sustentavam.

Se há uma intenção em deixar em segundo plano os elementos locais, a presença do que aporta da Europa e ganha a cartela de ofertas do café, em contrapartida, é evidenciada tanto em técnicas, receitas e produtos:

> No café Neuville, Largo do Paço, dá-se outra vez principio de hoje em diante, a fazer o seu delicado e estomárico sorvette chamado sumbão (do qual tem tido o anno passado huma grande concorrencia) para aquentar o estomago em este tempo de frio, e de humidade: das 6 horas da tarde em diante (Jornal do Commercio, n. 136, 21/06/1834, p. 4).

Essa é a ocorrência mais recuada na Hemeroteca Digital para a palavra "sorvette" com ligação a um espaço de venda. Pesquisou-se também "sorvete" e "sorvette" na mesma década de 1830-1839 e nas anteriores, com apenas uma entrada em um periódico médico, em 1827. Assim, não há evidências de que, como afirma o anúncio, já houvesse sorvete sendo ofertado no estabelecimento um ano antes[2]. No entanto, compreendendo as limitações da Hemeroteca, é possível supor que o café do Largo do Paço foi um dos primeiros no preparo e venda da delícia gelada. Em outro anúncio, quase quatro meses mais tarde, achamos nova menção ao sorvete, mas com intenção distinta:

> No Largo do Paço, Café Neuville, achão-se para vender, as pessoas que costumão preparar sorvetes em suas casas, as seguintes fructas vindas de Europa, a saber: groselha (ou ribes), frambeusa (ou Moura da Silva), pecegos, morangos e maçãs; assim como baunilha de muito boa qualidade (Jornal do Commercio, n. 233, 17/10/1834, p. 4).

Com a chegada de 160 toneladas de gelo ao Rio de Janeiro, em 1834, Neuville foi rápido em atender à demanda dos mais abastados. Trazer gelo a uma cidade do Atlântico Sul não era simples[3]. O gelo era cortado a partir de lagos congelados em Boston, nos Estados Unidos, e acondicionado nos porões dos navios, envolvido em camadas de serragem para manter sua conservação. No Brasil, ele era colocado em covas para fugir do calor da superfície, permanecendo por até 5 meses nessas condições (Belluzzo, 2010, p. 75). Assim, embora o café não forneça o gelo, com a oferta das frutas importadas, ele cria uma ligação com produtos e técnicas de preparo de alimentos que estavam presentes nas mesas aristocráticas da Corte, nas quais pagar por gelo importado era possível e valia a pena.

Nessa linha, o Café se insere na lógica de uma ingestão que está preocupada com o sabor dos alimentos, mas está igualmente atenta ao consumo que confere distinção, que classifica como civilizado, que dá aos seus comensais, na lógica de Flandrin (2009), o atributo de "homem de gosto".

---

[2] A compreensão da chegada do sorvete enquanto técnica no Rio de Janeiro e sua oferta em locais de venda e consumo é, ainda, um tema pouco explorado, sendo essa menção apenas uma indiciação inicial da complexidade da questão. Trazemos aqui a menção, na medida em que elucida o posicionamento do Café Neuville dentro da nossa investigação.

[3] Embora o Rio não tenha sido a primeira cidade a receber cargas de gelo estadunidense, o comércio com a cidade seguiu por alguns anos. Empreitada de Frederic Tudor (1783-1864), ele buscava a serragem da indústria madeireira do estado do Maine e aproveitava para exportar em meio a serragem gelada, maçãs. Talvez as maçãs europeias do anúncio não sejam da Europa, mas misturá-la entre as outras frutas faz mais sentido que revelar uma origem americana (Herold, 2011, p. 146-147).

Outra referência tratando do que se servia no estabelecimento aponta para uma expansão do negócio:

> Neuville participa ao publico, e a seus freguezes, que, no dia 19 do corrente, elle abrirá, junto ao seu café, huma sala destinada para dar todos os dias almoços de garfo, de tudo o que se póde desejar; achar-se-há igualmente todas as qualidades de vinhos brancos e tintos (Jornal do Commercio, n. 232, 19/10/1837, p. 3).

Comer na rua não era uma novidade na cidade. Almoços e jantares eram as especialidades das casas de pasto, já presentes desde o tempo dos vice-reis. No entanto, segundo Luís Edmundo, em sua obra clássica *O Rio de Janeiro no tempo dos Vice-Reis 1763-1808*, as casas de pasto desse contexto se destinavam a um público específico:

> O peão que não tinha família, ou não fazia, ele mesmo, a sua cozinha, ia comer às casas de pasto, nome pelo qual eram conhecidos os restaurantes, que se espalhavam, então, pelo centro da cidade. Apesar dos hábitos patriarcais da população e da ausência de outro estrangeiro que não fosse o português, fechados, como se achavam, os nossos portos, ao mundo, possuíamos, em 1789, 14 casas de pasto; em 1792, 17, e em 1794, 18. Pode-se calcular o que seriam essas sórdidas lojas de comer, instaladas nos baixos dos velhos prédios coloniais, freqüentadas por oficiais mecânicos, aprendizes, ciganos, mariolas, mendigos e mulatos de capote. Nelas, entretanto, havia sempre dança, música e álcool: modinha, lundu e cachaça (Edmundo, 2000, p. 337-338).

A partir da chegada da Corte, no entanto, com o aumento de estrangeiros e da própria população urbana, esse número cresce (Silva, 2007, p. 34). Apesar disso, as casas de pasto, a partir do surgimento de outros espaços de consumo, foram, ao longo do século XIX, associando-se às camadas mais populares. Em oposição, por exemplo, o Restaurante, de referência francesa, ligou-se a ideias modernizadoras e de progresso, com higiene e refinamento orientando o serviço do estabelecimento (Dias, 2025, p. 124).

É importante notar que, na prática, os restaurantes começam a ganhar evidência apenas em meados do século (Dias, 2025, p. 18). Assim, é possível que alternativas às casas de pasto surgissem justamente a fim de atender grupos que, embora precisassem se alimentar fora do ambiente doméstico, não quisessem recorrer a locais em que houvesse uma associação direta aos serviços destinados a camadas mais baixas da sociedade. Ao anunciar seus préstimos, o café faz questão de apontar para a variedade ao gosto do comensal, além de sugerir a presença de tipos distintos de vinho. É certo que o tom do anúncio segue a perspectiva da autopromoção para angariar clientela, o que não significa necessariamente que ele lance mão de informações falsas. Assim, dentro do contexto apresentado do estabelecimento, é possível

inferir que, mesmo que não haja um cardápio ou o valor das refeições, a ideia era o atendimento de um público que, ao menos, fosse capaz de reconhecer o caráter distinto do estabelecimento.

Como já citado, o café fazia fronteira com outro negócio de Geant Neuville: o hotel. Servindo refeições a partir do anúncio acima, o espaço ganhava mais aderência às necessidades da cidade que crescia. Entre 1821 e 1849, a população da cidade do Rio de Janeiro dobrou seu número (Alencastro, 2019, p. 272). Esse dado aponta para uma aceleração das dinâmicas urbanas a partir da circulação cada vez maior de pessoas. Desde a abertura dos portos, a urbe modificou-se pela chegada de estrangeiros que estabeleceram novos negócios e fizeram surgir companhias e fábricas pela cidade, sobretudo nas décadas 1830 e 1840 (Lacerda, 2025, p. 92). Atesta esse fato o já mencionado jornal *Aurora Fluminense*, quando afirma que "os estrangeiros ahi affluem de todas as partes" (Aurora Fluminense, n. 726, 25/01/1833, p. 2).

Ponto central da economia do país, a praça comercial do Rio de Janeiro era não somente porto de escoamento da produção, mas espaço urbano ligado à negociação. Não apenas chegavam de fora os estrangeiros, como também formavam fileiras na cidade os negociantes de outras partes do Brasil. E todo esse contingente precisava dormir, comer e ter lugar para tratar dos assuntos pertinentes aos seus interesses. Neuville, assim, reflete em pequena escala um movimento de dilatamento pelo qual a urbe passa, com claras intenções de lucro, orientada pelo padrão civilizacional europeu.

Contudo, não apenas negociantes vultosos precisavam de espaço. Pequenas e médias negociações aparecem nos anúncios tendo o café como referência: "Aluga-se, no largo do Paço, huma loja com tres portas, boa para qualquer negócio. Dirigir-se ao Café Neuville" (Jornal do Commercio, n. 201, 13/09/1837, p. 4). Além disso, pela própria dinâmica urbana agitada, prestadores de serviço também buscavam seu lugar:

> JOSÉ Joaquim Lodi, professor de musica, participa ao respeitavel publico, que estabeleceu sua residência no Café Neuville. O mesmo precisa de hum criado de boa conducta, branco ou pardo, para o acompanhar. As pessoas que se quiserem encarregar deste cuidado podem dirgir-se ao dito Café, no Largo do Paço n. 26, para se ajustar (Jornal do Commercio, n. 174, 11/08/1836, p. 3).

A música e seus professores tornavam-se cada vez mais comuns no Rio de Janeiro, que afinava os ouvidos ao som das melodias europeias. Fortemente ligados à ópera e à execução de orquestra, na década de 1830 já circulavam de maneira significativa libretos de

partitura com peças vindas do Velho Mundo. Além disso, a presença dos músicos na cidade mesclava, em grande medida, o trabalho nos teatros, principal fonte de renda desses profissionais, e o ensino privado (Barbosa, 2018, p. 149-150).

Esse parece ser o caso de José Joaquim Lodi (s.d.). Entre as poucas informações sobre ele, vemos seu nome em anúncio de 1840, como executor de duas apresentações, dentro de uma programação mais extensa, no Theatro Francez (Teatro S. Januário), situado na rua do Cotovelo e inaugurado em 1834 (Faria, 1996, p. 134). Assim, Lodi, que anunciava seus serviços em 1836, quatro anos depois já estava inserido no circuito profissional local, ao lado de outros colegas.

O que chama especial atenção é que, embora não tivesse o Café como local onde de fato residia, o professor de música anunciava seu endereço ali para o trato de questões públicas. Em busca de um criado, ele apresentava o estabelecimento como lugar de negociação de sua demanda. Assim, é possível notar uma aproximação com outros aspectos do desenvolvimento da civilidade carioca.

Primeiro, como pontuou Gilberto Freyre, em contraponto à música mais popular e mesmo africana:

> Em 1820 quem passasse pelas ruas do Rio de Janeiro já ouvia, em vez de violão ou harpa, muito piano, tocado pelas moças nas salas de visitas para o gozo único, exclusivo dos brancos das casas-grandes; em vez de modinhas, canções italianas e francesas (Freyre, 2004, p. 151).

A disseminação dos pianos, a circulação da música "refinada" e o afastamento das referências locais apontam justamente para importação de hábitos. Além disso, a negociação de questões públicas no café também demonstra uma apropriação do espaço urbano que se aproxima das formas de negociar em Paris ou em Londres.

Negociar em meio a xícaras de café já era uma prática consolidada nos grandes centros europeus. No século XVII, quando Londres despontava enquanto centro internacional do capitalismo, multiplicavam-se as *coffeehouses* nas quais o estímulo proporcionado pela bebida entusiasmava as relações comerciais. O café no contexto europeu, ao longo da modernidade, representou a sobriedade e os ideais de socialização adequada e sagaz própria do ritmo burguês que se impunha paulatinamente às cidades (Schivelbusch, 1992, p. 51). De lá até o século XIX, os cafés ganharam novas camadas, com forte apelo às sociabilidades filosóficas, políticas e literárias na França em todo o século XVIII (Martins, 2008, p. 30). Seja

em um caso ou em outro, haja vista os longos debates que esses espaços suscitaram [4], o café se apresentava enquanto espaço adequado para o convívio de indivíduos e grupos nas cidades.

Assim, é perceptível no contexto da Corte carioca um movimento de transformação que, longe de seguir desordenadamente, é orientado por um ideal fortemente estabelecido. O caso de Lodi exemplifica a formação de sociabilidades e esferas de circulação e mediação que não se formam nas tangentes daquilo que orientava as relações nas cidades europeias. Anúncio, música, negociação e espaço convergem para os signos da Europa. Jornais, ópera, conversação pública e socialização refinada, em mesas regadas de café, não são formulações desconectadas. Isso, contudo, não significa a reprodução do modelo de forma idêntica, mas as constantes tentativas de aproximação, não apenas pela estética, mas pela busca de elegância e sofisticação em uma cidade que se pretendia moderna.

Outros tipos de interação ainda demonstram isso. No primeiro ano da década vemos um anúncio de venda de livros:

> Os três dias de Paris, ou a Revolução de 1830; por M. E. Corbière, Redactor do Jornal do Havre, tão ampla relação dos acontecimentos memoraveis da França, como as que ultimamente se tem publicado, vende-se em casa de Neuville, no café do largo do Paço. Preço 640 réis (Jornal do Commercio, n. 96, 06/12/1830, p. 2).

A obra trazia ao público o movimento revolucionário de 1830, que fez frente a Carlos X (1757-1836) em sua guinada antiliberal. O episódio, que durou menos de uma semana, viu barricadas sendo levantadas na parte central de Paris e concluiu-se com a coroação de Luís Filipe I (1773-1850), chamado de "rei cidadão" (Santana; Stancik, 2011, p. 13).

A situação política no Brasil, em escalas distintas, também passava por reveses. Contrários aos intentos absolutistas de Pedro I, os liberais brasileiros se articulavam para questionar o monarca. Formando maioria no congresso, os deputados desse grupo formulavam ataques ao governo do imperador e em 30 de novembro de 1830 encerravam os trabalhos do ano falando em reformas constitucionais (Schwarcz; Starling, 2020, p. 240). Seis

[4] Jürgen Habermas (1929-2026), filósofo e sociólogo alemão, analisa as *coffeehouses* inglesas em sua obra *Mudança estrutural da esfera pública* (1962) enquanto espaços seminais daquilo que ele chamou de Esfera Pública. Para Habermas, esses locais no início da Modernidade se colocavam enquanto intermediários entre o ambiente privado e o do Estado, propiciando o surgimento de uma chamada opinião pública acerca da política, da arte e mesmo de aspectos corriqueiros (Habermas, 2014). Também analisa esses espaços, tanto em Londres quanto em Paris, o historiador Richard Sennett, classificando-os como locais do discurso, em que homens comuns poderiam estabelecer relações públicas fundamentadas sobretudo na conversação e na observação dos demais, com foco nas performances sociais e nas mudanças desse processo ao longo do tempo (Sennett, 1998).

dias depois, temos o anúncio do café de venda de uma obra que dialoga fortemente com as discussões.

Obviamente, o café não era protagonista nesse mercado. Dentro da lista de livros vendidos por Plancher, em sua livraria na rua do Ouvidor, entre os que eram identificados como História e Política, o tema das revoluções somava 72% do total, com foco em uma memória de recusa aos caminhos revolucionários. A construção de uma nação de viés monárquico, após o processo revolucionário francês de 1789, era tarefa criteriosa, assombrada constantemente pelo horror que parecia estar à espreita. Não surpreende, portanto, o alto interesse no assunto, que não queria dizer necessariamente identificação (Morel, 2016, p. 38-40). O Brasil da década de 1830, jovem e principiante nessas discussões, viu disputas ocorrerem com frequência, passando pela renúncia do imperador no começo da década, até o período regencial, marcado pela agitação quase permanente.

De fato, os livros já circulavam em ambientes especializados de venda, mas essa forma não era exclusiva. O café, como aponta o periódico, também se colocava enquanto espaço de difusão de ideias e venda de livros. Seria dispensável reafirmar que a obra em questão não apresentava a valorização de processos e soluções a partir de qualquer referencial, tendo a França, contudo, como palco.

A historiadora Kátia Santana, em seu artigo *O Café de Neuville: sociabilidade, política e infração no comércio do Rio de Janeiro (1833-1841)*, trata do café com aparente pioneirismo na historiografia. Com foco em disputas políticas e infrações ao ordenamento legal urbano[5], ela apresenta um contexto de socialização dos caramurus, grupo conservador do período regencial, no Café. Num recorte que abarca parte considerável da década de 1830, Santana analisa os embates entre esse grupo e os moderados, que afirmavam ser o Café Neuville local de ajuntamento e conspiração dos adversários do governo (Santana, 2021, p. 24-25).

No anúncio de vendas, vemos uma obra de elogio liberal. No panorama posterior, o que se apresenta é a associação de grupos conservadores com o espaço. Em todos os casos, o espaço em si ganha o caráter cotidiano, expresso pelo vínculo entre o que se fazia ali e o que estava na ordem do dia. Paulatinamente, estar no café para se alimentar, fazer trocas ou discutir sobre política vai se tornando habitual no Rio de Janeiro.

[5] Cabe pontuar que a autora também apresenta noções que passam pela ideia de projetos civilizatórios a partir do café, o que, no entanto, não constitui o interesse central de sua análise.

Aqui vale a menção ainda a outros dois anúncios de venda que ampliam o cenário de movimentação do café apresentado nas páginas dos jornais. O primeiro diz respeito a um instrumento científico: "Vende-se, no Café Neuville, hum cercle reflecteur de Gambey, optico do observatório de Paris" (Jornal do Commercio, n. 259, 21/11/1837, p. 3).

Provavelmente se referindo a um instrumento de observação astronômica desenvolvido por Henry-Prudence Gambey (1787-1847), inventor e fabricante que trabalhava para o observatório de Paris (Goodman, 2016, p. 8), as breves linhas do anúncio denotam a presença de um objeto científico francês posto à venda no café. Seja porque o estabelecimento tinha forte referência à França de onde provinha o *cercle reflecteur*, seja porque havia interessados no assunto na praça carioca, fato é que a cidade começava a ver produtos específicos circulando, com apelo aos que cultivavam curiosidade para os desenvolvimentos científicos. Em outro caso, anunciava-se também:

> João Reverdy achando-se de passagem nesta Capital, com destino para Buenos Ayres, previne ao respeitavel Publico, que para satisfazer os rogos de seus amigos e Patricios, resolveu dar huma Academia de differentes jogos de physica, equilíbrios, e sendo todos estes jogos executados com a maior precisão possível, e não duvidando de poder dar a certeza de achar a approvação do Ilustrado Publico desta Capital [...] Os bilhetes achão-se à venda no Largo do Paço (Jornal do Commercio, n. 162, 23/07/1834, p. 3).

Esse espetáculo provavelmente ia ao encontro de performances que ficaram mais populares em meados do século XIX, no Rio de Janeiro. Mobilizando conhecimentos científicos, destreza de movimentos e noções de mágica e ilusionismo, a cena era orientada pela intenção de causar inquietação e surpresa no público. Assim, muitos mágicos do momento se apresentavam como físicos recreativos, e de fato lançavam mão de ciência, mesclada com práticas de tom supersticioso que chamavam a atenção, como o mesmerismo e a hipnose (Melo, 2021, p. 532-535).

Nesse sentido, seja pela venda do instrumento de Gambey, seja pelos bilhetes para a "Academia" de Reverdy, havia ali uma ligação com novas sensibilidades e interesses próprios do século XIX, que enchiam os teatros europeus e promoviam o desenvolvimento da cultura científica na Europa. O que essas ocorrências demonstram é que o Rio de Janeiro se constituía, em alguma escala, como ponto de parada no circuito de circulação dos produtos e entretenimentos científicos daquele momento. Tal dinâmica permite compreender o Café Neuville como um ponto de ancoragem local em redes globais de circulação, nas quais objetos, práticas e saberes não apenas se deslocam, mas são reinterpretados, apropriados e

ressignificados em contextos distintos, configurando processos de coprodução do conhecimento (Raj, 2016).

Os bailes do Café Neuville

Nos primeiros anos do Segundo Reinado os bailes eram uma febre na capital do Império. Esses divertimentos constituíam parte central da sociabilidade das classes mais abastadas e aristocráticas da Corte, que fazia oposição e ao mesmo tempo irradiava para as províncias os hábitos da "boa sociedade" (Schwarcz, 2000, p. 111). Não surpreende que os jornais e revistas do momento dedicassem linhas regulares para descrever esses eventos e, assim, expor a elegância ostentada nessas ocasiões (Mauad, 2019, p. 2339).

Embora presentes desde 1808, os bailes vão ganhando novos espaços para além dos oficiais e de celebração das datas cívicas. Assim, a partir de 1815, os setores privados passaram a promover seus próprios bailes, com o pioneirismo da Assembleia Portuguesa que proporcionava esses eventos com regularidade semanal de maio a agosto, e em ocasiões extraordinárias (Suzin, 2021, p. 27).

Na década de 1830, o Café Neuville se insere nesse cenário. O jornalista Danilo Gomes, em sua obra de cunho memorialista, *Antigos cafés do Rio de Janeiro*, ao tratar do café do Largo do Paço, trazendo outras duas referências[6], fala especificamente dos bailes como marca do estabelecimento (Gomes, 1989, p. 167).

De fato, das 30 ocorrências no *Jornal do Commercio* da década de 1830-1839, 19 tratam de bailes. Com tipos diferentes de anúncio, eles foram divididos da seguinte maneira:

Quadro 1 – Anúncios de baile

Categoria de anúncio	Número de ocorrência
Anúncio de bailes promovidos pelo Café	9
Anúncio de bailes que o café vendia bilhetes	4
Anúncio de bailes promovidos pelo Café com ilustração	2
Anúncio de bailes que o café vendia bilhetes com ilustração	4

Fonte: elaboração própria, 2026.

[6] Gomes menciona *O Rio de Janeiro Imperial* de Adolfo Morales de los Rios Filho, e *Memórias da Cidade do Rio de Janeiro*, de Vivaldo Coaracy (Gomes, 1989, p. 167).

À primeira vista, conseguimos notar 12 anúncios para bailes em que o café mesmo promovia, somando os que possuíam ilustração e os que não possuíam; e oito (8) anúncios para bailes que o café vendia bilhetes, somados da mesma forma. Isso não quer dizer, no entanto, que, ao todo, 19 bailes foram anunciados, entre uma categoria e outra. Na verdade, a partir da leitura das fontes, com bailes sendo anunciados mais de uma vez, vemos o café oferecendo ao público sete (7) bailes, e vendendo bilhetes para outros quatro (4). Ou seja, 11 bailes ao todo.

Antes de seguir, cabe pontuar que todos os anúncios que se referem a bailes que o café apenas vendia os bilhetes são promovidos pelo Hotel D'Italia. As informações sobre eles são bastante próximas das informações dos anúncios dos bailes promovidos pelo próprio café. Com foco no café, apresentaremos os bailes de maneira geral, com o entendimento de que quando ele não era, de fato, no café, ele se vinculava ao café como espaço de circulação e mesmo de aproximação no interesse por público.

A primeira entrada desses bailes no jornal, nesse contexto, é de 1835:

> O dono do estabelecimento Café Neuville, Largo do Paço, querendo satisfazer os desejos de muitos seus amigos e fregueses, avisa aos mesmos, que ele se propõe a dar hum Baile no dia 14 do corrente. Querendo que tudo se passe com a devida decencia e boa ordem, as mascaras deveraõ apresentar-se aceiadas e decentes. Os bilhetes são de Rs. 2$000, e vendem-se no dito estabelecimento (Jornal do Commercio, n. 32, 11/02/1835, p. 4).

Vemos no anúncio, como sugere a bibliografia, que o baile se anuncia não como novidade na cidade. Neuville, ao invés disso, diz querer agradar amigos e fregueses ao promovê-lo, demonstrando que talvez o público já conhecesse esses momentos de socialização e festa. O que chama a atenção, entretanto, é o aviso que vem em seguida. A intenção parece ser promover justamente um entretenimento para grupos que tenham alguma noção da etiqueta exigida pela ocasião. Contudo, fica implícito um caráter pedagógico das linhas no jornal. Ainda que os interessados não conhecessem os elementos que constituíam a "decencia" e a "boa ordem" necessária, o anúncio fazia questão de ensinar que máscara "aceiada" era o nível básico exigido.

Embora esse tipo de ação não pareça completamente consciente, o fato de Neuville determinar comportamentos e usos adequados para seu baile, associando-os a um léxico de positivação, ganha um sentido maior do que o de apenas regular uma ocasião específica. Em

seu estudo, Norbert Elias faz largo uso dos manuais de comportamento, desvendando seu uso para a descoberta de minúcias do passado:

> [...] se analisamos os modos de comportamento que, em todas as idades, cada sociedade esperou de seus membros, tentando condicioná-los a eles, se desejamos observar mudança de hábitos, regras e tabus sociais, então essas instruções sobre comportamento correto, embora talvez sem valor como literatura, adquirem especial importância. [...] Mostra com exatidão o que estamos procurando – isto é, o padrão de hábitos e comportamentos a que a sociedade, em uma dada época, procurou acostumar o indivíduo (Elias, 2020, p. 90).

Embora os jornais, e, portanto, os anúncios, sejam impressos de caráter efêmero, completamente diferentes dos manuais de comportamento aos quais Elias se refere na citação apresentada, eles mantêm uma aproximação na medida em que buscam "acostumar" os indivíduos a um comportamento. Assim, podemos inferir que esse primeiro baile do Café Neuville, anunciado no *Jornal do Commercio*, não apenas buscava esgotar seus bilhetes, mas refinar seu público, num processo de mão dupla: o café estabelece sua distinção por ter seus bailes bem frequentados, e confere distinção aos que os frequentam pela observação dos hábitos desejados. Ampliando a lente, podemos perceber os sinais de uma cidade preocupada em promover ocasiões festivas de forma atenta ao comportamento, numa espécie de divertimento regulado, sustentado pela lógica de que cumprir a regra era importante para que a diversão fosse boa.

Outro aspecto dessa ocorrência ainda chama atenção. O preço para participar do baile é de 2$000 réis. Esse é o valor que aparece em todos os anúncios em que há o preço dos bilhetes. Nesse sentido, embora apenas esse dado não permita afirmar quem frequentava os eventos, é possível perceber que essa poderia ser uma forma de selecionar quem participaria, traçando um corte mínimo a partir da possibilidade de comprar o bilhete.

Nos bailes das elites, sobretudo no Segundo Reinado, vemos imperar a pompa das roupas e a etiqueta no trato, além das danças diligentemente aprendidas e ensaiadas, num conjunto de hábitos aristocráticos. O Cassino Fluminense, fundado em 1845 e instalado em um edifício de arquitetura neoclássica, frequentado pela família real, promovia esses encontros entre os nobres e burgueses mais abastados da capital do Brasil. Só frequentavam suas festas aqueles que pudessem comprar as cotas e manter o pagamento de taxas. Assim, dinheiro e hábitos formavam a exclusividade distintiva restrita das classes mais altas (Needell, 1993, p. 88, 100).

Em escala diferente, alguns anos antes, os bailes do nosso *corpus* podem demonstrar um mecanismo próximo a esse. Máscaras adequadas e 2$000 eram as chaves de entrada. Em outra ocorrência, inclusive, vemos a máscara como ponto de mudança na regra da vestimenta: "Adverte-se que só os mascarados seraõ admitidos de jaqueta" (Jornal do Commercio, n. 29, 08/02/1836, p. 4). Não há outras menções a quais deveriam ser os trajes, mas vemos que há a possibilidade de mudança de regras ou de concessão de privilégio aos que se apresentam a caráter.

Outros elementos interessantes surgem nos anúncios e nos dão ideia de como ocorriam esses bailes. Música é a presença mais destacada nesse sentido. Apresentações de orquestras embalavam a festa, com "concertos executados pelos melhores artistas desta capital" (Jornal do Commercio, n. 208, 27/09/1835, p. 4). E em outros casos, propagandeava-se dizendo que o baile contaria "com huma magnifica Orchestra, que executará novas, bellas symphonias" (Jornal do Commercio, n. 19, 26/01/1836, p. 4). Como sugeriu Gilberto Freyre (2004, p. 151), ouvia-se cada vez mais música francesa e italiana; não surpreende que essas sejam as referências dos dois estabelecimentos promotores dos bailes aqui apresentados.

Além disso, sendo os bailes à noite, o que ocorreria no dia 30 de novembro de 1835, promovido pelo Hotel D'Itália e com bilhetes vendidos no Café, fazia questão de informar que "Todas as salas do Hotel achar-se-hão iluminadas" (Jornal do Commercio, n. 237, 27/10/1835, p. 4). Comida e bebida também eram servidas com diligência: "Sabbado, 21 do corrente, terá lugar no café Neuville, o segundo baile mascarado com grande Orchestra; n'uma sala contigua haverá todas as qualidades de comidas, vinhos e refrescos" (Jornal do Commercio, n. 231, 18/10/1837, p. 3).

Dessa forma, o que se percebe é uma articulação de escolhas que preenchem o baile com música, iluminação, comidas e bebidas, propiciando um ambiente onde era possível socializar em torno de elementos europeizados. A ocasião mediava a convivência, regulando os referenciais festivos.

Outro aspecto interessante é que em alguns casos o baile é anunciado em vista de uma ocasião: "Por ser o ultimo sábado antes da Quaresma, haverá baile no dia 28 do corrente, no estabelecimento café Neuville, Largo do Paço (Jornal do Commercio, n. 44, 25/02/1835, p. 3). Outras ocorrências, ainda, falam no Entrudo:

> Ultimo Baile Mascarado [...] sendo o entrudo em todos os paizes a época assignalada para os disfarces, Angelo Squassafich aproveita a ocasião para dispôr

> por mais huma vez as salas do seu Hotel, a fim de que a mocidade fluminense possa ali gozar dos prazeres que occasionão taes reuniões. Duas grandes orchestras executarão novas symphonias. Em salas particulares, servir-se-hão ceias com aceio, e conforme o gosto dos hospedes [...] vendem-se os bilhetes no café do Commercio, rua Direita n. 67, e no largo do Paço, Café Neuville. Preço 2$000 rs (Jornal do Commercio, n. 29, 08/02/1836, p. 4).

O Entrudo era uma celebração realizada nos dias próximos ao início da quaresma, presente na América portuguesa desde o século XVII e muito popular no XIX brasileiro (Monteiro, 2010, p. 2). De acordo com o historiador Luiz Felipe de Alencastro, no correr do século XIX, o Entrudo foi relegado à margem em favor do carnaval:

> Separou-se a festa da rua, popular e negra, embora de origem portuguesa – o entrudo –, da festa do salão branco e segregado, o carnaval. Tudo começou em meados dos anos 1840, quando uma trupe italiana, falida na corte, resolveu se virar e organizou no Teatro São Januário "um carnaval veneziano de máscaras". Alguns anos depois, um editorial do *Jornal do Commércio*, sob o título "o nosso Carnaval", saúda o êxito da nova festa: "O Carnaval [...] é mil vezes preferível ao entrudo de nossos pais, porque é mais próprio de um povo civilizado e menos perigoso a saúde". Civilizado porque mais europeu. Menos perigoso a saúde porque, no entrudo, além dos limões-de-cheiro, podia-se receber na cabeça o conteúdo dos penicos dos sobrados e as pauladas dos capoeiristas. Ao contrário, no novo Carnaval havia entrada paga (Alencastro, 2019, p. 559).

A descrição apresentada mostra, semelhante ao que ocorreu com as casas de pasto e os restaurantes, a vinculação de elementos civilizados a um tipo de celebração em detrimento de outro. Mais uma vez, o cenário é o Segundo Reinado. Os bailes aqui apresentados, no entanto, embora celebrando o Entrudo, têm pouca semelhança com a descrição dada por Alencastro. De fato, o Entrudo nas ruas do Rio de Janeiro era festejado com limões-de-cheiro e outras brincadeiras do tipo, como o próprio Debret retratou em uma de suas pranchas, chamando de carnaval e comparando com o que se fazia na França e na Itália:

> O Carnaval no Rio de Janeiro, e em todo o interior do Brasil, geralmente não se assemelha aos bailes de máscaras, nem aos ruidosos desfiles de pessoas fantasiadas que, em nosso país, circulam a pé ou de charrete pelas ruas mais movimentadas, nem às corridas de cavalos tão comuns na Itália (Debret, 2015, p. 103).

Apesar disso, o baile acima descrito é de máscaras, ritmado não pelo tambor dos lundus negros das ruas, mas por orquestra e sinfonias europeias. O serviço é feito, segundo anunciado, com asseio. Há salas particulares, comidas diversas e entrada paga. Nesse mesmo caminho, os anúncios com ilustração apresentam novas camadas desse processo:

Figura 1 – Anúncio de baile com ilustração



Fonte: Jornal do Commercio, n. 239, 27/10/1837, p. 4.

Todos os anúncios com ilustração descritos no Quadro 1 trazem exatamente a mesma imagem do anúncio de 27 de outubro de 1837. A figura no centro da publicidade, que aparece em movimento, com guizos nas extremidades da roupa, do adereço da cabeça e nas pernas, possui um caráter arlequinesco, vinculado a celebrações de máscaras do Velho Mundo. Trazendo um instrumento musical e uma espécie de boneco nas mãos, ele faz referência à diversão da música e do espetáculo, que era o foco das ocasiões.

Cabe pontuar que em jornais a posição e o tamanho dos textos nunca são irrefletidos. Elementos, formas, posições e modos de escrever são usados na medida em que atendem a interesses específicos (Barros, 2023, p. 107). Assim, ao trazer a imagem do repertório festivo de cunho europeu, o anúncio sugere que sua festa, sendo ou não no Entrudo, é definida pelos padrões da civilidade, ou, como apontava a primeira ocorrência apresentada, da decência e da boa ordem. Distante das brincadeiras de limões-de-cheiro, a festa mantinha, no repertório dos disfarces, o caráter de suspensão das normas, embora de forma regulada.

A imagem é usada para chamar a atenção para o baile e pode ser compreendida, ainda, como uma forma de proporcionar uma experiência visual antecipada da estética mobilizada na ocasião. Informa-se e encena-se o baile nas páginas do jornal.

Considerações finais

O Café Neuville, no Largo do Paço, foi um estabelecimento de forte ligação com referências francesas, tendo na década de 1830-1839 a maior atividade nos jornais presentes na Hemeroteca Digital. Distante dos cafés do começo do século, segundo apontam os relatos de viajantes e a escassa historiografia sobre o tema, o Neuville concentrou suas atividades, ao longo da década, de forma a vincular-se a modelos europeus.

Desde a chegada da corte, em 1808, notamos um processo de civilidade em curso, que na década de 1830 tem alguns de seus indícios presentes no Café do Largo do Paço. Assim, arquitetura, nomenclatura, sociabilidades, alimentação e diversão convergem para compor um estabelecimento que se apresenta como adequado e propõe à cidade um serviço ligado à distinção social, uma vez que marcadamente vinculado aos ideais urbanos da Europa.

Longe de querer traçar panoramas da cidade, esse estudo evidencia a minúcia das mudanças que apontam para um projeto civilizatório maior. O café nesse sentido se põe enquanto *locus* de um processo que tem nesse mesmo estabelecimento um aspecto de sua afirmação. Ele promove a regularização do espaço através de sua presença, mas também por meio daquilo que proporciona em termos de consumo, circulação e sociabilidade. Anunciar-se com endereço ali ou sentar-se para consumir algo e realizar a compra de livros sobre os últimos acontecimentos da política europeia reordenam o espaço urbano e criam conexão entre ele e as demais cidades capitais consideradas civilizadas, onde esses hábitos estavam consolidados no cotidiano.

Com isso, não adotamos a lógica de compreensão desse espaço como a de uma reprodução plena do modelo de café europeu, mas de sua adaptação para a realidade da capital, orientada não pela cópia, mas pelas tentativas de aproximação possíveis. As práticas cotidianas analisadas no café desenham um quadro em que se pode notar adaptações e reformulações que, embora se estruturem nas bases locais, se realizam a partir do verniz estrangeiro. Se havia a realização de bailes no Entrudo, de forte vinculação com a cidade e seu passado colonial, os modos de celebrar deslocavam a referência para ideais distantes daqueles popularmente conhecidos, estabelecendo novas formas de compreensão e participação na festa.

Notamos, assim, que a Corte, sede do Império no século XIX, exigia não apenas uma reorganização material da cidade, mas a construção de um novo regime de sociabilidade, no qual práticas cotidianas passavam a ser reguladas por códigos de comportamento associados à

ideia de civilização. O Café Neuville, nesse contexto, não pode ser compreendido apenas como um estabelecimento comercial, mas como um dispositivo ativo na produção dessa nova ordem social.

Nele, articulam-se consumo, circulação, distinção e sociabilidade, compondo um espaço no qual se ensaiam formas de convivência que projetam uma cidade idealizada — elegante, ordenada e moderna. No entanto, essa construção se dá de forma tensionada, marcada por silenciamentos, adaptações e negociações constantes entre o local e o estrangeiro. Mais do que reproduzir modelos europeus, o que se observa é a constituição de uma modernidade situada, na qual a europeização opera como horizonte normativo, mas se realiza por meio de acomodações práticas e simbólicas.

Nesse sentido, o "mais bello ornamento" do Largo do Paço não é apenas uma referência estética, mas a expressão de um projeto de cidade em construção, no qual o cotidiano se torna o principal campo de disputa e afirmação da civilidade.

Referências

ALENCASTRO, Luiz Felipe. Vida privada e ordem privada no Império. *In*: ALENCASTRO, Luiz Felipe (org.). **História da vida privada no Brasil, v. 2**. Império: a corte e a modernidade nacional. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. E-book (EPUB).

ALENCASTRO, Luiz Felipe (org.). **História da vida privada no Brasil, v. 2**. Império: a corte e a modernidade nacional. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

ALGRANTI, Leila Mezan. O consumo de bebidas e os espaços de sociabilidade no Rio de Janeiro no fim do período colonial 1808-1821. **SEMATA, Ciências Sociais e Humanidades**, v. 21, p. 65-80, 2009.

BARBOSA, Everton Vieira. **Páginas de sociabilidade feminina**: sensibilidade musical no Rio de Janeiro Oitocentista. São Paulo: Alameda, 2018.

BARRA, Sérgio Hamilton Silva. A cidade corte: o rio de janeiro no início do século XIX. **Anais do 1º colóquio internacional de História Cultural da Cidade**. Porto Alegre, p. 791-805, mar. 2015.

BARROS, José D'Assunção. **O jornal como fonte histórica**. Petrópolis: Vozes, 2023.

BELLUZZO, Rosa. **Machado de Assis**: relíquias culinárias. São Paulo: UNESP, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **El sentido social del gusto**: elementos para una sociologia de la cultura. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2014.

DEBRET, Jean Baptiste. **Viagem pitoresca e histórica ao Brasil**. São Paulo: Imprensa Nacional, 2015 [1834-1839].

DIAS, Nathália Vivaqua. **Casas de pasto e restaurantes no Rio de Janeiro**: uma análise comparada através dos periódicos (1809-1890). 2025. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História Comparada, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2025.

EDMUNDO, Luiz. **O Rio de Janeiro no tempo dos vice-reis – 1763-1808**. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2000.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador. v. 1**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador. v. 1**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

FARIA, P. C. **Pianismo de Concerto no Rio de Janeiro do Século XIX**. 1996. Dissertação (Mestrado em Música) – Escola de Música da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1996.

FLANDRIN, Jean Louis. A distinção pelo gosto. *In*: CHARTIER, Roger (org.). **História da Vida Privada, v. 3**: da Renascença ao Século das Luzes. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

FREYRE, Gilberto. **Sobrados e Mucambos**. São Paulo: Global Editora, 2004.

GOMES, Danilo. **Antigos cafés do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Kosmos, 1989.

GOODMAN, Matthew. Scientific Instruments on the move in the North American Magnetic Survey, 1843-1844. **Scientia Canadensis**, Edmonton, v. 39, n. 1, p. 1-26, 2016.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

HEROLD, Marc W. Gelo nos Trópicos: a exportação de "Blocos de cristais da frieza ianque" para Índia e Brasil. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 11, n. 126, p. 145-161, 2011.

KARASCH, Mary Catherine. **A vida dos escravos no Rio de Janeiro (1808-1850)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LACERDA, Danilelle Christine Othon. **O negócio do livro e suas estratégias**: o desenvolvimento do comércio livreiro no Rio de Janeiro e no Recife no início do século XIX (1830-1840). 2025. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-Graduação em História Comparada, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2025.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber**: Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LECLANT, Jules. O café e os cafés em Paris. **Revista de História**, São Paulo, v. 39, n. 79, p. 69-83, 1969.

LEITHOLD, Theodor Von; RANGO, Friedrich Ludwig Von. **O Rio de Janeiro visto por dois prussianos em 1819**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1965.

MARTINS, Ana Luiza. **História do Café**. São Paulo: Contexto, 2008.

MAUAD, Ana Maria. Imagem e autoimagem do Segundo Reinado. *In*: ALENCASTRO, L. F. (org.). **História da vida privada no Brasil, v. 2**. Império: a corte e a modernidade nacional. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. E-book (EPUB).

MELO, Victor Andrade. Uma diversão entre a ciência e o ocultismo: os espetáculos de mágica no Rio de Janeiro do século XIX (décadas de 1840-1880). **Licere**, Belo Horizonte, v. 24, n. 3, p. 527-574, set/2021.

MELTON, James Van Horn. **The Rise of the Public in Enlightenment Europe**. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

MONTEIRO, Debora Paiva. O mais querido "fora da lei": um estudo sobre o entrudo na cidade do Rio de Janeiro (1889-1910). *In*: BARRETO, A. *et al*. (org.). **Anais do XIV Encontro Regional da ANPUH-Rio**: memória e patrimônio. Rio de Janeiro: NUMEM, 2010.

MOREL, Marco. **As transformações dos espaços públicos**: imprensa, atores políticos e sociabilidades na Cidade Imperial (1820-1840). Jundiaí: Paco Editorial, 2016.

NEEDELL, Jeffrey. **Belle époque tropical**: sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

NUNES, António Duarte. Almanaque da Cidade do Rio de Janeiro para o ano de 1792. **Revista do Instituto Geográfico e Histórico do Brasil**, v. 266, p. 159-290, jan./mar. 1965.

NUNES, António Duarte. Almanaque da Cidade do Rio de Janeiro para o ano de 1799. **Revista do Instituto Geográfico e Histórico do Brasil**, v. 267, p. 150-214, abr./jun. 1965.

RAJ, Kapil. Circulação não é fluidez. [Entrevista concedida a] Matheus Duarte. **Boletim Eletrônico da Sociedade Brasileira de História da Ciência**, Rio de Janeiro, n. 9, 2016. Disponível em: https://www.sbhc.org.br/conteudo/view?ID_CONTEUDO=944. Acesso em: 25 jan. 2026.

SANTANA, Camila Jansen de Mello; STANCIK, Marco Antonio. **História Contemporânea**. São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, 2011.

SANTANA, Kátia Luciene Oliveira Santana. O Café de Neuville: sociabilidade, política e infração no comércio do Rio de Janeiro (1833-1841). **Almanack,** v. 1, n. 28, p. 1-40, 2021.

SCHIVELBUSCH, Wolfgang. **Tastes of Paradise**: A Social History of Spices, Stimulants, and Intoxicants. New York: Pantheon Books, 1992.

SCHULTZ, Kirsten. **Versalhes Tropical**: Império, monarquia e a Corte real portuguesa no Rio de Janeiro, 1808-1821. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **As barbas do imperador**: D. Pedro II, um monarca nos trópicos. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SCHWARCZ, Lilia Moritz; STARLING, Heloísa Murgel. **Brasil**: uma biografia. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público**: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SILVA, Antônio de Morais; BLUTEAU, Rafael. **Diccionario da lingua portugueza composto pelo padre D. Rafael Bluteau, reformado, e accrescentado por Antonio de Moraes Silva natural do Rio de Janeiro.** Lisboa: Na Officina de Simão Thaddeo Ferreira, 1789.

SILVA, Maria Beatriz Nizza. **A Gazeta do Rio de Janeiro, 1808-1822**: cultura e sociedade. Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 2007.

SILVA, Maria Beatriz Nizza. **Cultura e Sociedade no Rio de Janeiro (1808-1821)**. São Paulo: Ed. Nacional, 1978.

SILVA, Roger Aníbal Lambert. **Em nome da ordem**: o Jornal do Commercio e as baralhas da abolição. 2017. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-graduação em História Social da Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, Niterói, 2017.

SPARY, Emma. **Eating the Enlightenment: Food and the Sciences in Paris, 1670-1760.** Chicago: University of Chicago Press, 2012.

SUZIN, Giovana Moraes. **Na batuta dos salões**: música e dança nos bailes em São Paulo (final do século XIX ao início do século XX). 2021. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História Social, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

VIANA JUNIOR, Fernando Santa Clara. **Rituais cortesãos e cultura alimentar**: elite e cozinha de corte no período joanino (1808-1821). 2022. Tese (Doutorado em História) – Programa de pós-graduação em História Social das Relações Políticas da Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2022.

Fontes

AURORA FLUMINENSE. Rio de Janeiro, n. 726, 25 jan. 1833. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 4 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 96, 6 dez. 1830. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 4 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 103, 1 dez. 1832. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 4 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 136, 21 jun. 1834. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 4 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 162, 23 jul. 1834. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 4 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 233, 17 out. 1834. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 4 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 32, 11 fev. 1835. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 4 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 208, 27 set. 1835. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 4 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 237, 27 out. 1835. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 5 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 44, 25 fev. 1835. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 4 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 19, 26 jan. 1836. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 4 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 174, 11 ago. 1836. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 5 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 29, 8 fev. 1836. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 5 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 239, 27 out. 1837. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 5 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 232, 19 out. 1837. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 4 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 201, 13 set. 1837. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 5 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 231, 18 out. 1837. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 5 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 259, 21 nov. 1837. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 5 abr. 2026.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, n. 35, 12 fev. 1839. Hemeroteca Digital Brasileira, Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/hdb/DefaultNew.aspx. Acesso em: 5 abr. 2026.

Recebido: 21/05/2026

Aprovado: 04/08/2026