

<http://dx.doi.org/10.14393/HeP-v31n58-2018-11>

## TIPICAMENTE NACIONAL? A feijoada no Rio de Janeiro oitocentista

*Cleber Eduardo Karls\**  
*Thaina Schwan Karls\*\**  
*Victor Andrade de Melo\*\*\**

**RESUMO:** Recentemente, alguns historiadores têm questionado certos posicionamentos sobre a “origem” da feijoada. Todavia, não parece que se tenha ainda aprofundado o debate sobre o tema. Tendo em conta discutir as peculiaridades de conformação de uma ideia de cultura nacional em um momento em que o Brasil começava a se forjar como nação, este estudo tem por objetivo discutir a presença da feijoada no cotidiano do Rio de Janeiro do século XIX. Para alcance desse intuito, no que se refere tanto à oferta do prato quanto às representações veiculadas do alimento, como fontes fizemos uso de revistas e jornais publicados na cidade no período pesquisado. Ao final, sugerimos que nos momentos iniciais em que se gestou a noção de que a feijoada se tratava de um produto da culinária brasileira, não se pode ainda perceber argumentações sobre uma suposta especificidade da formação cultural do país, mas sim um processo de mobilização de certas manifestações para a construção de uma ideia de nação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Alimentação. Rio de Janeiro. Século XIX.

**ABSTRACT:** Recently, some historians have questioned certain positions on the “origin” of the feijoada. However, it does not appear that the debate on the subject has yet deepened. In order to discuss the peculiarities of the conformation of an idea of national culture at a time when Brazil was beginning to forge itself as a nation, this study aims to discuss the presence of feijoada in the daily life of Rio de Janeiro in the nineteenth century. In order to reach this goal, as sources we made use of magazines and newspapers published in the city. We suggest that in the initial moments in which the notion that feijoada was a product of Brazilian cuisine was conceived, it was not possible to realize arguments about a supposed specificity of the country's cultural formation, but rather a process of mobilization of certain manifestations for the construction of an idea of nation.

**KEYWORDS:** Feeding. Rio de Janeiro. 19th century.

### Introdução

Gorda cabeça de porco,  
Bem cozida e apimentada,  
A garrafinha da branca,  
Tão querida e tão beijada...  
O sujeito mais casmurro  
Esquece um pouco que é burro,  
E solta uma pachouchada:

\* Coordenador do Curso de História (modalidade EAD) e professor dos Cursos de História (EAD e presencial), da Universidade Veiga de Almeida. Doutor em História Comparada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

\*\* Professora do Curso de Gastronomia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutora em História Comparada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

\*\*\* Professor do Programa de Pós-Graduação em História Comparada, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Possui estudos de pós-doutorado em História Social pela Universidade Federal Fluminense.

Não há por aqui ninguém  
Que negue o gosto que tem  
Uma bela feijoada.  
(A COMÉDIA SOCIAL, 13 out. 1870, p. 3)

Dia de feijoada é sexta ou sábado? Alguns podem mesmo dizer que é quarta-feira ou domingo. Em diferentes cidades, muda o hábito. Da mesma forma, não há uma maneira única de preparação do prato. Distintos, por exemplo, são os tipos de feijão (preto, marrom, branco, entre outros) e alimentos (carne de porco, carne de boi, legumes, acompanhamentos) utilizados na confecção do guisado. Há, todavia, uma ideia corrente: trata-se de um produto tipicamente nacional, para alguns supostamente expressão de certas características de nossa formação cultural: o hibridismo e a capacidade de aproveitar o que pareceria desprezável.

Estudos clássicos e contemporâneos já trataram da gênese e das representações da feijoada. Mesmo que não haja um consenso sobre as variáveis e as distintas influências culturais que levaram à criação do prato, é possível inferir que existe uma considerável consonância em afirmar que é um resultado da formação histórica e social brasileira. Por exemplo, os estudos de Câmara Cascudo (2004) apontam que “[...] o que chamamos de ‘feijoada’ é uma solução europeia elaborada no Brasil. Técnica portuguesa com o material brasileiro” (p. 446). No mesmo sentido, Freixa e Chaves (2009) consideram o prato como unanimidade nacional, um símbolo da gastronomia brasileira. Já a recente pesquisa de Karls (2017), sobre restaurantes e confeitarias no Rio de Janeiro do século XIX (1854-1890), observa que a feijoada estava se tornando uma referência da culinária brasileira ligada a uma representação da cozinha nacional em formação.

Alguns autores defendem que a feijoada surgiu nas senzalas a partir do uso de restos de alimentos. Peter Fry (1982), por exemplo, sugeriu, em 1976, que havia similaridades com a iguaria estadunidense *soul food*<sup>95</sup>: “está claro que a origem do prato é a mesma nos dois países, pois em ambos este item da cultura culinária foi elaborado pelos escravos utilizando as sobras do porco desprezadas por seus senhores” (FRY, 1982, p. 149).<sup>96</sup> Uma nova interpretação foi publicada 25 anos depois, a qual reconheceu a presença de elementos da cultura lusitana, bem como sugeriu ser equivocada uma visão dicotômica no que se refere a tudo o que cerca o guisado (FRY, 2005, p. 158).

Em certa medida, esse olhar se aproxima do que infere Câmara Cascudo, para quem a feijoada trata-se de “[...] um modelo aculturativo do cozido português” (CASCUDO, 2004, p. 242), resultado da junção do consumo do porco – introduzido pelos lusos – com uma série de ingredientes vindos de distintos locais do Brasil, tais como o feijão preto, a carne seca do sertão, o charque do Rio Grande do Sul, couve, toucinho, entre outros.

Essas compreensões lograram grande aceitação em diversos setores. Mais recentemente, todavia, alguns historiadores têm questionado e ampliado os olhares sobre a origem e presença social da feijoada. Fernandes (2005), por exemplo, sugere que, mesmo sendo um produto da evolução de uma culinária mestiça, não há referências documentais sobre a existência do prato antes do século XIX, carecendo de sustentação a ideia de que teria sido criado por escravos nas senzalas. Segundo a pesquisadora, os negros comiam feijão, sim, mas muito aguado, raramente com alguma carne para misturar à leguminosa. Mesmo pés e rabos de porco eram aproveitados na casa-grande ou comidos pelas cozinheiras e escravos domésticos.

Concordam com esse ponto de vista Freixa e Chaves (2009). As autoras observam que, além de a comida dos cativos ser pobre em nutrientes, os europeus apreciavam e valorizavam partes do porco utilizadas na confecção do prato (como orelha, rabo, língua, pé

<sup>95</sup> Prato típico dos Estados Unidos, tem como ingredientes principais carnes diversas (como partes do porco) e legumes (entre os quais feijões).

<sup>96</sup> Esta versão referente a origem do prato foi apresentada, inicialmente, no artigo *Feijoada e soul food: notas sobre símbolos étnicos e nacionais* (FRY, 1982).

e miúdos). No mesmo sentido aponta Elias: “O que se sabe de concreto é que as referências mais antigas à feijoada não têm nenhuma relação com escravos ou senzalas, mas sim a restaurantes frequentados pela elite escravocrata urbana” (ELIAS, 2010, p. 38).

A impossibilidade de precisar uma única origem para a feijoada também foi apontada por Maciel (2004), que da mesma forma refuta a ideia de que seja o resultado da fusão de referências dos “povos fundadores” brasileiros. Linha argumentativa semelhante é adotada por Carneiro (2005). A despeito desses posicionamentos, não parece que tenhamos ainda aprofundado o debate sobre o tema. Os autores que discordam das antigas explicações não chegaram a se estender na sustentação de seus pontos de vista. Na verdade, estimula-nos discutir o assunto menos um interesse nas “reais origens” da feijoada e mais o vislumbre de uma possibilidade de lançar um olhar para as peculiaridades de conformação de uma cultura nacional em um momento em que o Brasil começava a se forjar como nação, tendo a sua capital e cidade de maior importância, o Rio de Janeiro, como palco de iniciativas diversas que tinham em conta o fortalecimento da “comunidade imaginada”.<sup>97</sup>

Assim sendo, este estudo teve por objetivo discutir a presença da feijoada no cotidiano do Rio de Janeiro do século XIX. Para alcance desse intuito, no que se refere tanto à oferta do prato quanto às representações veiculadas do alimento, fizemos uso de periódicos publicados na cidade.<sup>98</sup> Temos ciência dos limites desse material no tocante ao entendimento do que ocorria na urbe. Todavia, a imprensa representa uma leitura de uma época em determinado local que tem suas particularidades e que, ricamente, contribui para a interpretação de um processo a partir de um tipo de olhar e um cunho de discurso.

São os jornais fontes privilegiadas, que contém informações e sensibilidades sobre o cotidiano. Nesse sentido, concordamos com Luca (2005), quando ressalta que a imprensa se valorizou enquanto fonte quando a própria história percebeu a sua incapacidade de dar respostas globais e construir verdades. A pesquisa histórica passou a considerar documentos não os julgando como detentores das respostas a todas as perguntas, mas, sim, representações de um tempo. Nesse cenário, os periódicos passaram a ser encarados como potenciais materiais para as investigações. Efetivamente, nos estimulou o fato de que a imprensa era importante arena pública na qual se esgrimiam posicionamentos diversos sobre a nação, bem como se veiculavam informações sobre novidades que se conformavam numa capital que passava por rápidas mudanças, entre as quais a melhor estruturação de alternativas públicas de alimentação (KARLS, 2017).<sup>99</sup>

Sugerimos que seja possível discutir os momentos iniciais em que se gestou a ideia de que a feijoada se trata de um produto da culinária nacional. Para tal, devemos ter em conta as peculiaridades do cenário histórico. Como chamaram a atenção Melo e Karls (2018, p. 148):

Em meados do século XIX, configura um novo momento do Brasil a articulação entre uma maior estabilidade e aperfeiçoamento da burocracia estatal [...], a melhoria das condições econômicas [...] e o estabelecimento de vínculos mais intensos com o continente europeu [...]. No município neutro da Corte, sentiram-se em vários âmbitos os desdobramentos dessas mudanças. No Rio de Janeiro, se começou a melhor expressar a intenção de que o Brasil fosse reconhecido pelo seu caráter civilizado e pela adesão a ideias de

<sup>97</sup> Trabalhamos com o conceito de Anderson (2005).

<sup>98</sup> Neste trabalho foram utilizados os seguintes periódicos: *A Comédia Social, A Imprensa, A Pátria, A Reforma, A Vida Fluminense, Brasil-Médico, Correio Mercantil, Diário de Notícias, Diário de Pernambuco, Diário do Rio de Janeiro, Folhinha das Flores, Gazeta da Tarde, Gazeta de Notícias, Jornal do Brasil, Jornal do Comércio, Museu Universal, O Fluminense, O Mequetrefe, O País, O Sete de Abril, Opinião Liberal, Periódico dos Pobres, Revista Ilustrada, Revista Popular e Semana Ilustrada.*

<sup>99</sup> Já que os jornais e revistas são nossas fontes principais, para análise/interpretação tivemos em conta as sugestões de Luca (2005). Os posicionamentos são tratados como representações prospectadas em sua materialidade.

progresso. A cidade se fortaleceu como espaço de experiências de modernização e foco irradiador de modas e costumes. (SCHWARCZ, 1998).

Os autores sugerem que, nesse contexto, relacionado inclusive ao processo de diversificação econômica, melhor se estruturou um mercado ao redor dos entretenimentos, entre os quais novas opções de alimentação pública. A nosso ver, esses aspectos contribuíram para a maior vulgarização da feijoada, bem como para a sua eleição como prato nacional.

### **A oferta da feijoada: estratégias comerciais**

Indaguemos, positivamente, se para o povo há coisa mais positiva do que uma “feijoada completa”. Eles, certamente, honrados positivistas que são, e inspirando-se nas belezas de sua igreja – afirmarão à boca cheia que não há mesmo objeto tão positivo como uma feijoada – e que sem ela jamais se poderá viver às claras – não podendo, igualmente, haver ordem e progresso. (REVISTA ILUSTRADA, ano 15, n. 576, 1890, p. 6).

Em uma edição do *Diário do Rio de Janeiro*, de setembro de 1839, num anúncio de uma barraca que oferecia seus serviços na Festa de Nossa Senhora do Socorro, realizada nas redondezas da Igreja de São Cristóvão, informou-se que “se achará bons petiscos, entre eles boa feijoada, belo sarrabulho” (*Diário do Rio De Janeiro*, 7 set. 1839, p. 4). Vejamos que não havia maior definição do que se tratava o prato.

De um lado, para ser assim oferecido, pode ser que já fosse conhecido há algum tempo. De outro, a referência ao sarrabulho (cozido de miúdos do porco e cabrito) poderia ser uma forma de apresentar um novo prato a partir da indicação de uma maneira específica de preparação já vulgarizada. De toda forma, aparentemente não há muito tempo o alimento era assim denominando.

Que tipo de gente se interessaria pelo prato? Uma resposta estaria no perfil dos frequentadores do festejo. Mesmo que as festas religiosas já tivessem mudado de dinâmica, a essa altura eram menos populares e mais controladas pelo poder público, pode-se dizer que ainda as procurava um público heterogêneo, de diferentes estratos sociais (ABREU, 1994). Não é possível ser preciso sobre de quem era a preferência. Vale de toda forma o registro de que a feijoada poderia ser apreciada por gente de distintos grupos.

A essa altura, também se percebe a oferta do prato em outras cidades. Por exemplo, no *Diário de Pernambuco*, um anúncio da Locanda da Águia d’Ouro, casa de pasto de Recife que parecia muito bem organizada e tinha no cardápio alimentos de naturezas e origens distintas, informou que a feijoada era servida sempre às quintas-feiras (*Diário de Pernambuco*, 2 mar. 1827, p. 4). Alguns anos mais tarde, na capital pernambucana, oferecia o mesmo outra casa de pasto que parecia atender um público distinto, frequentadores do teatro, em frente do qual o estabelecimento se localizava (servia, inclusive, os camarotes por ocasião das funções). Dessa feita, se anunciou a “feijoada de orelheiras” (*Diário de Pernambuco*, 11 ago. 1833, p. 4).

No caso do Rio de Janeiro, nos anos 1840, aumentou o número de citações ao prato nos anúncios de casas de pasto, como a que se inaugurou na rua do Cano (atual Sete de Setembro), bem próxima à Praça da Constituição (atual Praça Tiradentes) (*Jornal do Comércio*, 31 jul. 1842, p. 4). O estabelecimento informou que em todos os dias seria servida a feijoada.

A frequência de oferta e o fato de fazer parte do cardápio de um estabelecimento que procurava constantemente divulgar seus principais produtos nos periódicos, objetivando atrair maior número de frequentadores, são mais indícios de que havia algum grau de conhecimento e gosto pela iguaria. A impressão, todavia, é que o prato ainda estava próxima do velho sarrabulho ou de um prato genérico com feijão.

Essa impressão fica mais forte quando vemos, alguns anos depois, o anúncio do Novo Hotel do Leão de Ouro (localizado na rua da Alfândega), dirigido “Aos amantes da bela feijoada”, destacando que seu prato era “superior”, “feita com toda a perfeição”, com “todos os temperos” (Jornal do Comércio, 8 mar. 1845, p. 4). Nesse mesmo ano de 1845, a propaganda de uma casa de pasto localizada na rua da Vala (atual rua Uruguaiana) reforça a ideia de que paulatinamente houve uma melhor definição da iguaria, não mais se confundindo o sarrabulho com a “boa feijoada de tripas” (Diário do Rio de Janeiro, 24 dez. 1845, p. 4).

Figura 1

**AOS AMANTES DA BELLA FEIJOADA.**  
**NOVO HOTEL DO LEÃO DE OURO,**  
**rua da Alfandega n. 91.**

**Haverá hoje , 8 do corrente , mui superior feijoada , do meio dia em diante , composta de todos os temperos que são devidos a este objecto , e se promete ser feita com toda a perfeição , sendo esta já por tantas vezes reclamada pelos Srs. concurrentes freguezes da casa; o cozinheiro deseja esmerar-se neste particular. Tambem ha salas particulares no interior da casa para os senhores que quizerem estar á fresca e a seu commodo.**

**— PRECISA-SE de um a quatro pretos para o serviço de uma fabrica; quem os quizer alugar dirija-se á rua Nova de S. Bento n. 22.**

Fonte: *Jornal do Comércio*, 8 mar. 1845, p. 4.

Quem era o público atendido nesses estabelecimentos? Pelos formatos das iniciativas, provavelmente não as camadas populares. As duas casas de pasto citadas se situavam numa região que paulatinamente se tornava mais valorizada, algo observável desde a instalação do Real Teatro São João, em 1810 – na ocasião já renomeado para Teatro São Pedro de Alcântara. Com o estabelecimento do Campo de Santana como zona nobre, a área vinha se constituindo numa das principais da cidade no que se tange à estruturação de entretenimentos (MELO; PERES, 2014). O Hotel provavelmente também não era destinado aos mais pobres.

Figura 2



Fragmento do mapa da região central da cidade do Rio de Janeiro em 1858.

Na parte central inferior, encontra-se a Praça da Constituição, atual Praça Tiradentes.

À direita, a Rua da Vala, atual Rua Uruguaiana. No canto inferior à esquerda o Campo de Santana.

Estes locais demarcam regiões onde a feijoada tinha uma presença significativa no cotidiano fluminense.

Fonte: Leeder, 1858.

Possivelmente, tratava-se de estabelecimentos frequentados pelas elites e, ainda mais, pelos estratos médios – profissionais liberais de nível superior, gente que ocupava postos na burocracia estatal ou administrações de certas empresas, proprietários de pequenos negócios – um grupo que vinha crescendo, ampliando a base de consumo e deixando suas marcas na urbe, inclusive por desenvolver estratégias para delinear as diferenças com os mais populares (POPINIGIS, 2007).

No que se refere à alimentação dos escravos no Rio de Janeiro, Cascudo (2004) destaca que era regular o uso da farinha de mandioca, ao lado do feijão negro, desde finais do século XVIII. Além destes, também era comum a presença da carne seca, toucinho e de banana. Neste mesmo sentido, Freixa e Chaves (2009) apontam que alimentação base dos escravos era composta de farinha e milho, carne-seca e feijão. Vejamos, portanto, a crer nesses levantamentos e hipóteses apontadas pelos periódicos, que a feijoada não era mais uma comida própria da escravaria, se é que um dia de fato o foi. Era um produto oferecido no âmbito de um mercado que se diversificava para atender distintos gostos e capacidades financeiras (KARLS, 2017; MELO e KARLS, 2018).

Num conto publicado em 1843, vemos mais indícios de que a iguaria poderia ser não exatamente, ou pelo menos não exclusivamente, popular. Num diálogo entre dois homens ricos, um deles sugere que a feijoada é seu prato favorito, ainda que isso incomodasse sua mulher pelo aspecto, gosto e por ser “danoso ao estômago” (Museu Universal, 5 ago. 1843,

p. 45). O seu cozinheiro, inclusive, era um estrangeiro de nome Rigaud. O cozido de feijões, portanto, lograva ser apreciado por gente de renome, na representação do autor.

Em outras citações, no decorrer do século, temos mais pistas sobre o fato de o produto ser servido na mesa dos mais ricos. Num banquete preparado para homenagear o Sr. Anselmo e Andrade, tenente de milícias reformado, ordenou-se que “em lugar de *Haricots verts sautes*, façamos a costumada panelada de feijão, conhecida pelo nome popular de feijoada, com cabeça de porco, mocotó e entrecosto salpresado. Isto é nacional e democrático: deixemos de francesias” (Diário do Rio de Janeiro, 26 mar.1872, p. 1). A essa altura, parecia já haver a ideia de que era um prato brasileiro.

Em 1849, vemos uma referência mais explícita a um prato específico no anúncio de uma casa de pasto localizada junto ao botequim da Fama do Café com Leite, situado na Praça da Constituição (atual Praça Tiradentes), esquina com rua do Sacramento. A “feijoada brasileira” era oferecida, segundo a propaganda, “a pedido de muitos fregueses” (Jornal Do Comércio, 5 jan. 1849, p. 4). No próximo item retomaremos o debate, por ora sugerimos que o uso do adjetivo fazia menção há algo que se passou em terras nacionais, a peculiaridades do processo de confecção. Além disso, temos outro indício de que poderia mesmo ser uma iguaria bastante apreciada.

Foi mesmo a partir dos anos 1850 que as citações ao prato se tornaram mais comuns nos periódicos da Corte, tanto em matérias que tratavam da alimentação ou comentavam almoços e jantares privados quanto nos anúncios de estabelecimentos que se localizavam nas ruas da região central da cidade (pelo menos 10 distintos).

Cada vez mais parecia se vulgarizar o consumo da feijoada.<sup>100</sup> A casa de pasto Estrela do Norte deixava claro o público a que se dirigia, “Aos amantes da boa feijoada” (Correio Mercantil, 11 abr.1854, p. 3). Volta e meia surgia um anúncio destinado a esses, como o “Aviso a boa rapaziada”, no qual se comunicava mudança de endereço da “casa da fama” (Diário do Rio de Janeiro, 14 abr. 1852, p. 4). Claramente delineava-se um nicho de mercado, uma oferta que tinha em conta uma certa preferência.

Nesse início da década de 1850, o prato custava ao redor de 12\$000 para quatro pessoas, logo em torno de 3\$000 para cada um (Correio Mercantil, 12 abr. 1853, p. 4). Na mesma ocasião, uma ama de leite oferecia seus serviços por 21\$000 por mês. Como se pode ver, não era exatamente barato, ainda que possivelmente acessível aos estratos médios.

Há evidências de que o prato também era apreciado e consumido pelos populares, como podemos ver numa crônica sobre a vida social dos cortiços, na qual se sugere que nos festejos havia sempre “um garrafão de Parati e escoltado por uma respeitável feijoada” (Periódico dos Pobres, 29 abr. 1871, p.4).

Da mesma forma, já mais no fim do século, uma crônica publicada pelo francês Toussant Simon descreveu a maneira supostamente tosca como o prato era saboreado pelos “pretos” na Rua do Ouvidor. Segundo a descrição, um fogo era aceso com alguns gravetos, onde, escorado em duas pedras, era aquecido o feijão. Este era misturado com farinha de mandioca, amassado com as mãos, formando grossos bolos que eram atirados na boca. Para o cronista, “a quem quiser obriga-los a comer com uma colher, responderão que isso lhes tira muito o sabor da sua feijoada” (O Fluminense, 3 jul. 1895, p 1).

Certamente, havia diferenças na forma de preparar e comer o prato, mas é possível sugerir que era apreciado por gente de distintos estratos sociais. Afinal, como se confeccionava a feijoada? Uma das casas que mais anunciou o produto, localizada na rua da Vala, sugeriu que, acompanhada de “superior pinga que consola” (Jornal do Comércio, 7 maio 1851, p. 3), seu produto era completo, “com todos seus pertences”. Essa informação se tornou usual em alguns anúncios, designando uma característica do alimento, a fim de atrair consumidores.

<sup>100</sup> Um indício interessante da maior difusão do prato é a venda do romance “A feijoada”, disponível, por exemplo, no Bazar Fluminense, localizado na rua da Quitanda (Correio Mercantil, 15 nov. 1852, p. 4). Alguns anos depois, seria também composto o lundu “feijoada” (Jornal do Comércio, 5 abr. 1867, p. 3). Pelo número de reimpressões, ambos parecem ter logrado algum sucesso na cidade.

Figura 3



Fonte: Jornal do Comércio, 26 mar.1857, p. 4.

Mas quais seriam os tais “pertences”? Na propaganda da casa de pasto Cometa, de Manoel de Souza Machado<sup>101</sup>, localizada na rua do Sabão (que não mais existe em função da construção da avenida Presidente Vargas) informou-se que na confecção do prato se utilizavam linguiças, chouriços, costeletas, chispe, orelhas e dobradinha (Jornal do Comércio, 31 maio 1857, p. 3). Num folhetim do Correio Mercantil, vemos que outros produtos poderiam ser usados, tais como lombo, mocotó, cabeça de porco, língua, presunto, carne seca, paio (Correio Mercantil, 23 jun. 1867, p. 1).

Observa-se que aumentou o número de anúncios de venda de produtos para a confecção do prato. “Para uma boa feijoada”, orelhas de porco podiam ser encontradas a 280 réis a libra (Jornal do Comércio, 14 ago. 1865, p. 3). Lombo de Minas, “próprio para feijoada”, era vendido a 200 réis a libra (Jornal do Comércio, 30 jan. 1867, p. 4). Tudo o que era necessário para a preparação da iguaria era ofertado pelas propagandas.

Percebe-se que eram mesmo partes do porco as mais utilizadas<sup>102</sup>, nada indicando que eram consideradas alimentos inferiores. Vejamos que até um estabelecimento mais renomado, como a Confeitaria Ao Braço de Ouro, localizada na rua dos Ourives (atual Miguel Couto), entre requintados importados, oferecia produtos para a confecção do prato (Correio Mercantil, 14 out. 1859, p. 3).<sup>103</sup>

A iguaria também foi oferecida nos pioneiros restaurantes da cidade. Um dos que primeiro anunciou o prato foi o Estrela do Rio, localizado na rua da Alfândega, de propriedade de Francisco Pinto Soares (Jornal do Comércio, 5 out. 1862, p. 3).<sup>104</sup> A “bela feijoada”, curiosamente, era preparada por um cozinheiro italiano em um estabelecimento cujo proprietário era português. Percebe-se um cruzamento de referências culturais, ou seja, o que se aproxima ao que Carlo Ginzburg chamou de “circularidade cultural”, onde existe interligação e reapropriação contínua entre formações culturais distintas e estratos sociais de

<sup>101</sup> Manoel de Souza Machado também era proprietário de outros estabelecimentos comerciais, como um armazém localizado no Engenho Velho (Jornal do Comércio, 14 nov. 1855, p. 2) e uma venda situada na Rua Mataporcos (Jornal do Comércio, 18 nov. 1855, p. 1). Era português e faleceu, em 1861, em viagem à Europa (Correio Mercantil, 9 abr. 1861, p. 3).

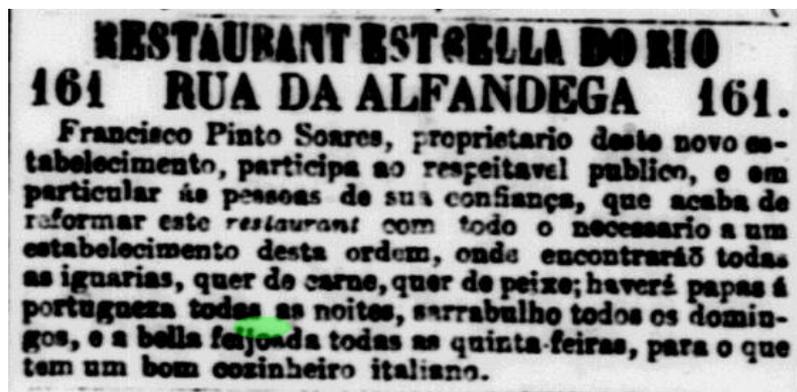
<sup>102</sup> Ver, por exemplo, Folhinha das Flores (1858, p. 25) e Jornal do Comércio (14 ago.1866, p. 3).

<sup>103</sup> Esse estabelecimento teve vida longa, anunciou constantemente nos jornais, sempre destacando o prato. Chegou a informar que era uma feijoada “muito própria para mandar a Europa” (Jornal do Comércio, 10 jan. 1869, p. 4). Isso é, segundo a propaganda, aqueles que desejassem levar alguma lembrança do Brasil, poderiam comprar o prato em conserva (Jornal do Comércio, 7 jun. 1865, p. 3).

<sup>104</sup> O referido proprietário tinha nacionalidade portuguesa, era casado e, de acordo com o seu obituário, foi sepultado no dia 25 de junho de 1866, com 29 anos de idade, tendo como causa do falecimento tuberculose pulmonar (Correio Mercantil, 27 jun. 1866, p. 3)

diversos perfis. O que o historiador italiano destaca como “um relacionamento circular feito de influências recíprocas, que se move de baixo para cima, bem como de cima para baixo” (GINZBURG, 2006, p. 10).

Figura 4



Fonte: Jornal do Comércio, 5 out.1862, p. 3.

Vale ter em conta que os restaurantes, a princípio, procuravam se diferenciar pela sofisticação, pelo conforto e pela limpeza. Indicavam uma postura diferenciada em relação à alimentação, articulados com a melhor estruturação de um mercado de entretenimentos, sintonizados com uma ideia de urbanidade e de atitude cosmopolita e “civilizada” que se tornaram mais claras a partir de meados do século XIX. Marcam o início de um relacionamento mais notável com a noção de gastronomia até mesmo pelo fortalecimento dos vínculos com os parâmetros simbólicos do continente europeu (KARLS, 2017). Neste sentido, Spang (2003) ratifica nossa afirmação quando destaca que os pioneiros restaurantes parisienses dos séculos XVIII e XIX eram ambientes bem mais complexos que simples locais de alimentação. Neles, era latente uma sensibilidade gastronômica pública, onde os traços da vida moderna faziam parte da essência da sua configuração.

No decorrer do século, cada vez mais se ofereceu o prato em estabelecimentos melhor estruturados. O Restaurante do Tesouro destacava que “às quartas-feiras continuará a haver a saborosa feijoada preparada com todos os seus pertences”. O Restaurante do Hotel do Triunfo exaltava “a afamada feijoada” (Gazeta de Notícias, 26 mar.1879, p. 4). Já no final da centúria, a Casa Brasileira, que, de acordo com a publicidade, disponibilizava “luxuosas, confortáveis e espaçosas salas para famílias”, não deixava de incluir o alimento em seu cardápio (Gazeta da Tarde, 17 nov. 1897, p. 4).

De outro lado, estabelecimentos menos refinados também ofereciam o prato. Por exemplo, um desses, localizado na rua da Constituição com rua do Núncio (atual avenida Tomé de Souza), uma região de convívio mais popular, anunciava a iguaria acompanhada de um cálice de vinho por 1\$000 (Opinião Liberal, 24 dez. 1869, p. 4), um valor acessível até mesmo para pessoas de estrato médio baixo. O Fama da Carioca, situado na rua São José, que tinha como público-alvo gente ligada “ao comércio e à classe operária”, também oferecia uma “saborosa feijoada sem rival” (Jornal do Comércio, 28 dez. 1882, p. 5).

Isso é, mesmo integrando o cardápio dos locais mais requintados, a iguaria seguia sendo acessível a um estrato mais amplo da população. Um cronista, na seção folhetim do Diário do Rio de Janeiro, comentou como o alimento estabeleceu-se entre diferentes grupos sociais. Para ele, metaforicamente, pois comentava o novo arranjo da imprensa fluminense, quando era oferecido, “até as vendas e quitandeiras mudam de freguesia” (Diário do Rio de Janeiro, 20 ago. 1872, p. 1).

Outro cronista ironizou, num suposto novo dicionário dos termos usuais da cidade: “Feijoada – Alimento de muita gente boa que arrota salames, presuntos e perus” (Revista

Popular, 1862, p. 8). Não surpreende que nos jornais, em algumas ocasiões, o prato fosse chamado de “democrático”, no sentido de, mesmo sendo simples, agradar a todos<sup>105</sup>, ao ponto do Rio de Janeiro ser sinalizado como a “cidade da feijoada” (O Mequetrefe, 1878, p. 1). A designação “democrático” sugere um prato que, dentro das suas inúmeras variações de preparação, atendia, tinha aceitação e era usualmente consumido por pessoas de diversos estratos sociais.

A ampliação e diversificação dos espaços de alimentação também correspondeu à paulatina especialização dos estabelecimentos. Ainda que seguissem existindo as casas de pasto e restaurantes que ofereciam ampla gama de pratos, também surgiram aqueles que declaram *expertise* em um tipo específico de comida.

Mesmo em estabelecimentos especializados, a feijoada era oferecida. Dois restaurantes de comida baiana, o Estellita (Gazeta de Notícias, 25 mar. 1885, p. 4) e o Rei dos Barateiros (Gazeta de Notícias, 12 fev. 1885, p. 3), destacavam o prato. O Restaurante Lisbonense, dedicado a iguarias portuguesas, em meio a sua divulgação de “tripas à moda do porto” e “canja de galinha”, também disponibilizava ao público a “feijoada completa” (O País, 15 nov.1889, p. 3). O Restaurante Francês, apesar do seu nome, da mesma forma se dedicava à preparação do cozido de feijões (Gazeta de Notícias, 14 out. 1886, p. 6).

Figura 5



Fonte: Gazeta de Notícias, 14 out. 1886, p. 6.

Enfim, esses indícios nos permitem divergir de algumas linhas interpretativas, como a de Dória (2009, p. 32): “qualquer levantamento estatístico sobre os hábitos alimentares do brasileiro indica que a feijoada não é um prato cotidiano”. De fato, o cozido era também uma comida cerimonial, presente em diversas festividades realizadas no Rio de Janeiro no século XIX. No entanto, o seu consumo não se restringia a estes momentos, sendo observável diariamente em estabelecimentos de alimentação de perfis distintos, destinado a gente de diversos poderes aquisitivos. Integrava o cardápio de casas de orientações culinárias diferenciadas. Talvez não fosse um prato do cotidiano no ambiente privado, mas, nos espaços públicos de alimentação, este tinha uma presença significativa, uma oferta frequente, conforme nos permite depreender as fontes utilizadas. Passava pela cozinha regional brasileira, pelo *chef* reconhecido, pelo restaurante que elaborava especialidades europeias.

Da mesma forma, há que se contestar os que sugerem que a feijoada “seguramente se trata de um prato que possui caráter popular, sendo marginal nos hábitos alimentares das

<sup>105</sup> Ver, por exemplo, A Vida Fluminense (30 nov.1872, p. 2).

elites” (DÓRIA, 2009, p. 32). Para o autor, “o que há de relevante em torno dele é a própria mágica de reter o passado da escravidão subvertendo o seu sentido dramático” (DÓRIA, 2009, p. 32). Trata-se de uma visão bastante idealizada, pelo menos não comprovável empiricamente.

Não parece possível afirmar, nem se trata de insistir nessa discussão, que a feijoada é um prato inventado no Brasil. Cozidos com feijão existem em outros países, inclusive em Portugal. O desafio é discutir como se forjaram representações sobre a moda de preparar o alimento que foi se desenvolvendo no país, no nosso caso tendo em conta o que se publicou nos jornais fluminenses do século XIX. É o que faremos no próximo item.

### Um prato nacional?

A circulação de um termo é, em geral, um indício de que aquilo que designa já é, de alguma forma, reconhecido por um estrato da população. Nem sempre isso se prende a uma definição literal. Os usos figurados nos ajudam a entender as representações que cercam determinado objeto.

Montanari (2009) destaca que a cozinha tem sido equiparada à linguagem, que possui vocábulos, regras gramaticas, mas, também, valores simbólicos que se constituem como veículos de auto representação e de comunicação. As preparações, os ingredientes, não são apenas instrumentos de identidade cultural: “Bem mais do que a palavra, a comida auxilia na intermediação entre culturas diferentes, abrindo os sistemas culinários a todas as formas de invenções, cruzamentos e contaminações” (MONTANARI, 2009, p. 11). Com efeito, concordamos com Dória, quando aponta a complexidade da culinária nacional e suas receitas:

Elas incluem dimensões que não são visíveis nas receitas, como tabus alimentares; ideias sobre a ‘nobreza’ de alguns ingredientes e preferências amplas; idealizações sobre cardápios relacionados a vivências especiais (como festas); técnicas de tratamento das matérias-primas etc. Assim, também intervêm na culinária elementos que são rigorosamente extraculinários. (Dória, 2009, p. 19).

A utilização figurada do termo feijoada se deu *pari passu* com a maior presença do prato nos anúncios de casas de pasto e restaurantes, sendo sua inserção nos cardápios também um importante agente de divulgação. Em linhas gerais, tal uso tinha em conta algumas características do alimento.

Mesmo apreciado, era considerado um prato pesado, para o qual era necessária uma “força digestiva” (Jornal do Comércio, 13 abr. 1835, p. 2). No decorrer do século, isso foi observado em depoimentos de diferentes naturezas e origens, inclusive por esculápios preocupados com os impactos na saúde. No posicionamento do dr. José Lourenço, vemos um alerta: “O abuso deste alimento grosseiro e indigesto passa por uma das causas mais frequentes de dispepsias e, também, não sem razão, de certa falta de elegância nas jovens e senhoras brasileiras” (Brasil-Médico, 1893, p. 189).

Um estômago “à prova de feijoada” (Jornal do Comércio, 20 set. 1840, p. 3) significava capacidade de aturar ao máximo. No decorrer do século, o termo foi utilizado para referenciar questões “indigestas” do cotidiano. Por vezes, seus ingredientes inspiraram paródias: “a orelha literária, a isca política com alho e pimenta do reino e a novidade rançosa e velha como a Sé do Pará” (A Reforma, 12 set. 1878, p. 2).

Como a feijoada era também considerada uma grande mistura, algo que reunia todo tipo de produto, não poucas vezes o termo foi utilizado para expressar a ideia de confusão, bagunça, tumulto. Em 1837, uma poesia anônima intitulada “A Feijoada” fez alusão a diversos momentos da história do Brasil (O Sete de Abril, 8 jul. 1837, p. 1). Em tom crítico, observou tanto as mesclas de referências culturais quanto os múltiplos conflitos que a marcaram. Algumas décadas depois, vemos uso semelhante como metáfora do momento nacional: “cada

vez entendo menos a atual política, a qual comparo a uma feijoada, onde se encontram amalgamados pedaços de viandas com orelhas de porco, carne seca do Rio Grande, etc” (A Pátria, 6 ago. 1858, p. 1).

Para além desse uso figurado, chamou-nos atenção a já citada designação de “brasileira” à feijoada. Seria algum diferencial? Haveria peculiaridades na preparação? Como vimos, o adjetivo para denominar o prato foi pela primeira vez identificado no anúncio da casa de pasto do botequim Fama do Café com Leite (1849). Vale ter em conta que o proprietário do estabelecimento, José de Souza e Silva Braga, foi um dos inovadores do comércio naquele momento, inclusive no que corresponde à propaganda (KAREH, 2006).

Por que era designada de “brasileira”? Estratégia de publicidade? Haveria uma “estrangeira”? Encontramos algumas referências à “feijoada à portuguesa” (Correio Mercantil, 11 abr. 1855, p. 3). Um leitor chegou a perguntar: “qual a maneira porque é feita a feijoada portuguesa?” (Jornal do Comércio, 12 abr. 1855, p. 3). Trata-se então de um indício de que o prato lusitano é que seria uma inovação? Há que se ter em conta que, em Portugal, por vezes se chamava de feijoada diversos tipos de cozido no qual se utilizava feijões. Era isso que era oferecido naquela ocasião?

Figura 6



Fonte: Jornal do Comércio, 12 abr.1855, p. 3.

Pode ser que a designação tenha em conta os produtos utilizados na confecção da feijoada. A “brasileira” utilizaria alimentos típicos do país. Essa explicação não nos parece suficiente e conclusiva. Talvez a questão central tenha sido mesmo a já citada ampliação do número e diversificação dos estabelecimentos de alimentação pública, correspondendo à necessidade de melhor esclarecer (e atrair) os frequentadores sobre o que estava a seu dispor. Se isso tiver alguma pertinência, a princípio a definição teve mais a ver com uma estratégia de mercado do que com qualquer laivo de construção de uma identidade nacional.

Vejamos que alguns estabelecimentos que ofereciam a feijoada à brasileira também anunciavam a confeccionada à moda lusitana. Era o caso de uma casa de pasto da Rua do Cano que, nas quartas-feiras, disponibilizava no cardápio o “prato nacional” e, nos sábados, dobradinhas e feijoada à portuguesa (Jornal do Comércio, 11 mar. 1855, p. 4).

Além disso, mais para o fim do século, foram divulgadas variações regionais da feijoada. Num anúncio, vemos uma oferta de uma “à carioca” (Gazeta de Notícias, 29 out. 1885, p.4). Já uma “à mineira” foi apresentada pelo Restaurante Estellita (Gazeta da Tarde, 27 out. 1885, p. 4). Da mesma forma, outra “à baiana” foi exaltada como iguaria pelo Hotel Baiano (Gazeta de Notícias, 10 fev. 1880, p. 1) e como “soberba” pelo Restaurante à Baiana (O País, 18 out. 1894, p. 8).

Infelizmente não tivemos acesso a mais detalhes sobre as diferenças dos pratos. Podemos supor que estivessem relacionadas com os ingredientes utilizados no preparo ou até com o perfil do profissional ou do estabelecimento responsável por sua execução. A nosso ver, trata-se de uma tentativa de deixar ainda mais clara a peculiaridade do alimento, fruto de continuidade do processo de diversificação.

Já no final do século XIX, é possível identificar a feijoada como referência a um prato nacional. Esta menção pode ser percebida nos periódicos fluminenses, como na *Gazeta da Tarde*, que depõe que “o prato nacional, a feijoada, é um manjar feito [...]” (21 out. 1880, p. 3). Da mesma forma, um artigo publicado no jornal português *O Comércio do Porto* contemplava os costumes e gostos do Imperador em família e em viagens. Em uma dessas excursões, o mestre cozinheiro da embarcação no qual D. Pedro II se encontrava fez uma feijoada, “o prato nacional brasileiro” (Diário de Notícias, 25 dez. 1889, p. 2).

Na verdade, há uma questão relevante: qualquer que seja o processo ou motivação, a feijoada passou a ser considerada como uma referência da culinária brasileira num momento em que, como outros aspectos nacionais no pós-independência, se forjava a ideia de cultura nacional. A comunidade imaginada precisava de símbolos para se materializar, e esse esforço passava também pela alimentação. Não necessariamente a população em geral a aprendia, mas alguns cronistas já assim a consideravam.

Como sugerem Atala e Dória, um prato representante da cozinha nacional é aquele que “pode ser reivindicado por todos os habitantes de um país em contraste com as tradições culinárias de outras nações” (ATALA; DÓRIA, 2008, p. 116). Isso se pode perceber nos jornais do século XIX em vários momentos, tanto no que se refere aos anúncios de estabelecimentos<sup>106</sup> quanto na posição de certos cronistas.

A apreciação do prato pelos brasileiros, em um artigo do Diário de Notícias, foi comparada à relação de diferentes nações com seus hábitos alimentares: a predileção dos franceses pelos caracóis, rãs e serpentes; os ingleses e seu “roastbeef”; os portugueses com as sardinhas (Diário de Notícias, 9 out. 1870, p. 2). Algo semelhante sugeriu um cronista que discutiu a Exposição Universal de Paris (1878). Em determinado momento, cita as comidas de cada povo: “o cucussa dos árabes, o macarroni italiano, a olla-podrida espanhola, os ninhos de andorinha da China, o rostbeef inglês e a feijoada brasileira, todas as suculentas produções da cozinha francesa, etc” (A Pátria, 17 nov. 1877, p. 3).

Vejamos que, por vezes, esse tipo de referência fez convergir a capital com a nação. Em 1891, por ocasião de uma comemoração organizada pelo Clube Rio-Grandense, procurou-se destacar aspectos da culinária brasileira. Desta feita, a feijoada foi apresentada como representante da cozinha do Rio de Janeiro (Gazeta de Notícias, 28 dez. 1891, p. 1). Anos antes, a Corte já havia sido citada como a “heroica cidade da feijoada e da sopa de tartaruga” (O Mequetrefe, 10 jan. 1878, p. 1). Nesses casos, a ideia era de que por ser da capital representava o país.

Preponderaram mesmo as considerações de que era um típico alimento brasileiro. Conforme sugeriu um cronista, “O prato nacional, a feijoada, é um manjar feito diluindo farinha de mandioca no caldo negro que se obtém, cozinhando em muita água e com grande fogo o feijão preto com toucinho e um pedaço de carne seca (carne secada ao sol)” (Gazeta da Tarde, 21 out. 1880, p. 3). Não surpreende, portanto, que nossos governantes, para além do gosto, demonstrassem afeição à iguaria.

Um artigo sobre D. Pedro II, publicado no jornal português *O Comércio do Porto*, veiculado no Brasil pelo Diário de Notícias (25 dez. 1889, p. 2), fez uma apreciação dos costumes e gostos do na ocasião ex-imperador. Comentou que comia com prazer uma feijoada, “o prato nacional brasileiro”.

Em 1898, por ocasião da recepção do então vice-presidente da República, Francisco de Assis Rosa e Silva, que retornava de uma viagem à Europa, diversas autoridades – entre as quais ministros, senadores e o próprio presidente Campos Sales – confraternizaram em um almoço. O cardápio estava composto de uma série de pratos clássicos da cozinha internacional, como “salade russe” e “poule au pot à la française”, mas também da “feijoada speciale assortie à la brésilienne” (A Imprensa, 7 nov. 1897, p. 1). Mesmo que anunciado em

<sup>106</sup> A já citada Fama do Peixe Frito, por exemplo, a destacava como o “saboroso manjar nacional” (Jornal do Comércio, 16 mar. 1859, p. 4).

francês, o alimento considerado como representante da culinária nacional foi servido na festa patriótica.

Outro evento presidencial em que a iguaria esteve presente foi na ocasião da visita de Campos Sales à Fábrica Bangu. No almoço oferecido para cerca de 90 pessoas, o prato principal foi uma “excelente feijoada à brasileira que foi muito apreciada por todos os brasileiros” (Jornal do Brasil, 20 dez. 1899, p. 1).

A atenção dada pelos governantes à feijoada, além de ser mais um indício de que o gosto pelo prato atingia os mais distintos estratos, também fortalece a ideia de que se construiu ao seu redor a noção de que era um representante da culinária e da cultura brasileira como um todo, de uma tradição que precisava ser forjada para a consolidação da nação. Todavia, não se percebem discursos sobre ser expressão de características ideais do povo e formação cultural nacional, algo que provavelmente se delineou no decorrer do século XX, notadamente quando se construiu um abordagem positiva sobre a mestiçagem.

Isso, contudo, é tema para outro estudo.

## Conclusão

Uma charge publicada na *Semana Ilustrada*, em 1863, procurou ironizar os conflitos entre liberais e conservadores, sugerindo, contudo, que havia duas coisas em que os grupos antagônicos se harmonizavam: “a admiração da beleza e uma boa feijoada” (*Semana Ilustrada*, n. 129, 1863, p. 3).

Figura 7



São duas as cousas, em que os *Conservadores* e os *Liberaes* se harmonisão :—a admiração da *belleza*, e uma boa *feijoada*.

(*Chateaubrigand*).

Fonte: *Semana Ilustrada*, n. 129, 1863, p. 3.

A referência é mais um indício de que a feijoada parecia agradar os mais diferentes gostos. Parece-nos possível afirmar que era um prato conhecido no século XIX, apreciado por gente de distintos estratos sociais, consumido nos mais diversos espaços e oportunidades, ainda que existissem peculiaridades no processo de preparação e consumo. Para além da citação do alimento em si, vale destacar o uso figurado do termo, mais um sinal de sua ampla circulação.

Com isso, divergimos de alguns estudos que sugerem que surgimento e a popularização da feijoada tenha se dado no final do período oitocentista, como é o caso de

Freixa e Chaves (2009). Também discordamos de Doria (2009) quando infere que foi no século XX que a iguaria se tornou um ícone da cozinha brasileira.

Neste estudo, não foi nosso intuito precisar uma data de criação do alimento. Não se pode sequer afirmar que exista um “tipo correto” de feijoada. Ainda que em algumas ocasiões tenha sido mais relacionada à cultura fluminense, houve diferentes formatos de outras regiões. Mesmo no Rio de Janeiro, não é possível inferir que houvesse uma única maneira de preparação. Talvez seja mais adequado falar em “feijoadas” ao redor do qual se construiu a ideia de que se tratava de um prato nacional.

No século XIX, não conseguimos perceber argumentos de que a feijoada se tratava de uma expressão do hibridismo da nossa formação societária ou de uma capacidade de aproveitamento do que seria desperdiçado. O forjar da ideia de que era típico da nossa culinária parece ser resultado da articulação de duas ocorrências: estratégia de mercado que tinha em conta que o prato era apreciado por amplos estratos da população; a constituição generalizada de “representantes” da cultura brasileira, a exemplo do que se via (ou representava) em outros países, num momento em que o Brasil tentava se forjar como nação independente.

Se todas as nações tinham supostamente uma comida de representação, porque nós não teríamos a nossa? A feijoada, nesse sentido, parece ter logrado grande aceitabilidade enquanto tal.

### Referências Bibliográficas

ABREU, Martha. Festas religiosas no Rio de Janeiro: perspectivas de controle e tolerância no século XIX. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 7, n. 14, p. 183-203, 1994.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e expansão do nacionalismo. Lisboa: Edições 70, 2005.

ATALA, Alex; DÓRIA, Carlos Alberto. **Com unhas, dentes e cuca**: prática culinária e papo-cabeça ao alcance de todos. São Paulo: Senac, 2008.

CARNEIRO, Henrique S. Comida e Sociedade: significados sociais na história da alimentação. **História: Questões & Debates**, Curitiba, n. 42, p. 71-80, 2005.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da alimentação no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Global, 2004.

DÓRIA, Carlos Alberto. **A formação da culinária brasileira**. São Paulo: Publifolha, 2009.

ELIAS, Rodrigo. Feijoada: breve história de uma instituição comestível. **Sabores do Brasil**, n. 13, p. 33-39, 2010.

FERNANDES, Caloca. **Viagem gastronômica através do Brasil**. 7. ed. São Paulo: Editora Estúdio Sonia Robatto, 2005.

FREIXA, Dolores; CHAVES, Guta. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2009.

FRY, Peter. Feijoada e *soul food*: notas sobre a manipulação de símbolos étnicos e nacionais. In: FRY, Peter. **Para inglês ver**. identidade e política na cultura brasileira. Rio de Janeiro: Zahar, 1982. p. 47-53.

FRY, Peter. Feijoada e *soul food* 25 anos depois. In: FRY, Peter. **A persistência da raça**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

GINZBURG, Carlo. **O queijo e os vermes**: o cotidiano e as ideias de um moleiro perseguido pela inquisição. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

KAREH, Almir El Chaiban. “Cantando espalharei por toda a parte, Se a tanto me ajudar engenho e arte”: propaganda, técnicas de vendas e consumo no Rio de Janeiro (1850-1870). **Antropolítica**, Niterói, n. 21, p. 13-49, 2006.

KARLS, Thaina Schwan. **Comida, bebida e diversão**: uma análise comparada do perfil de restaurantes e confeitarias do Rio de Janeiro do século XIX (1854-1890). 2017. 234 f. Tese (Doutorado em História Comparada) – Programa de Pós-Graduação em História Comparada Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

LEEDER, A. M. Mc. Kinney Roberto. **Guia e Plano da cidade do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, 1858. Disponível em: <[http://objdigital.bn.br/acervo\\_digital/div\\_cartografia/cart309960/cart309960.jpg](http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_cartografia/cart309960/cart309960.jpg)>. Acesso em: 10 jul. 2017.

LUCA, Tânia Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **Fontes históricas**. São Paulo: Ed. Contexto, 2005. p. 111-153.

MACIEL, Maria Eunice. Uma cozinha à brasileira. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, n. 33, p. 25-39, jan.-jun. 2004.

MELO, Victor Andrade de, PERES, Fabio de Faria. **Gymnastica no tempo do Império**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2014.

MELO, Victor Andrade de; KARLS, Thaina Schwan. Novas dinâmicas de lazer: as fábricas de cerveja no Rio de Janeiro do século XIX (1856-1884). **Movimento**, Porto Alegre, v. 24, n. 1, p. 147-160, jan.-mar. 2018.

MONTANARI, Massimo. **O mundo na cozinha**: história, identidade, trocas. São Paulo: Estação Liberdade: Senac, 2009.

POPINIGIS, Fabiane. **Proletários de casaca**: trabalhadores do comércio carioca (1850-1911). Campinas: Editora da Unicamp, 2007.

SCHWARGZ, Lilia Moritz. **As barbas do Imperador**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SPANG, Rebecca L. **A invenção do restaurante**: Paris e a moderna cultura gastronômica. Rio de Janeiro: Record, 2003.

#### Fontes:

A COMÉDIA SOCIAL. Rio de Janeiro, 13 out. 1870, p.3.

A IMPRENSA. Rio de Janeiro, 7 nov. 1897, p. 1.

A PÁTRIA. Rio de Janeiro, 06 ago. 1858, p. 1.

A PÁTRIA. Rio de Janeiro, 17 nov. 1877, p. 3.

A REFORMA. Rio de Janeiro, 12 set. 1878, p. 2.

A VIDA FLUMINENSE. Rio de Janeiro, 30 nov. 1872, p. 2.

BRASIL-MÉDICO. Rio de Janeiro, ano 7, n. 21-24, 1893, p. 189.

CORREIO MERCANTIL. Rio de Janeiro, 15 nov. 1852, p. 4.  
CORREIO MERCANTIL. Rio de Janeiro, 12 abr. 1853, p. 4.  
CORREIO MERCANTIL. Rio de Janeiro, 11 abr. 1854, p. 3.  
CORREIO MERCANTIL. Rio de Janeiro, 11 abr. 1855, p. 3.  
CORREIO MERCANTIL. Rio de Janeiro, 14 out. 1859, p. 3.  
CORREIO MERCANTIL. Rio de Janeiro, 09 abr. 1861, p. 3.  
CORREIO MERCANTIL. Rio de Janeiro, 27 jun. 1866, p. 3.  
CORREIO MERCANTIL. Rio de Janeiro, 23 jun. 1867, p. 1.  
DIÁRIO DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, 25 dez. 1889, p. 2.  
DIÁRIO DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, 9 out. 1870, p. 2.  
DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Recife, 2 mar. 1827, p. 4.  
DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Recife, 11 ago. 1833, p. 4.  
DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO. Rio de Janeiro, 07 set. 1839, p. 4.  
DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO. Rio de Janeiro, 24 dez. 1845, p. 4.  
DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO. Rio de Janeiro, 14 abr. 1852, p. 4.  
DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO. Rio de Janeiro, 26 mar. 1872, p. 1.  
DIÁRIO DO RIO DE JANEIRO. Rio de Janeiro, 20 ago. 1872, p. 1.  
FOLHINHA DAS FLORES. Rio de Janeiro, 1858, p. 25.  
GAZETA DA TARDE. Rio de Janeiro, 21 out. 1880, p. 3.  
GAZETA DA TARDE. Rio de Janeiro, 27 out. 1885, p. 4.  
GAZETA DA TARDE. Rio de Janeiro, 17 nov. 1897, p. 4.  
GAZETA DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, 10 fev. 1880, p. 1.  
GAZETA DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, 12 fev. 1885, p. 3.  
GAZETA DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, 25 mar. 1885, p. 4.  
GAZETA DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, 29 out. 1885, p. 4.  
GAZETA DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, 14 out. 1886, p. 6.  
GAZETA DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, 26 mar. 1879, p. 4.  
GAZETA DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, 28 dez. 1891, p. 1.  
JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 20 dez. 1899, p. 1.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 13 abr. 1835, p. 2.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 20 set. 1840, p. 3.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 31 jul. 1842, p. 4.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 08 mar. 1845, p. 4.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 05 jan. 1849, p. 4.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 07 mai. 1851, p. 3.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 11 mar. 1855, p. 4.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 12 abr. 1855, p. 3.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 14 nov. 1855, p. 2.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 18 nov. 1855, p. 1.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 26 mar. 1857, p. 4.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 31 mai. 1857, p. 3.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 16 mar. 1859, p. 4.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 05 out. 1862, p. 3.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 27 jan. 1863, p. 3.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 07 jun. 1865, p. 3.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 14 ago. 1865, p. 3.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 14 ago. 1866, p. 3.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 30 jan. 1867, p. 4.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 05 abr. 1867, p. 3.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 10 jan. 1869, p. 4.  
JORNAL DO COMÉRCIO. Rio de Janeiro, 28 dez. 1882, p. 5.  
MUSEU UNIVERSAL. Rio de Janeiro, 05 ago. 1843, p. 45.  
O FLUMINENSE. Rio de Janeiro, 03 jul. 1895, p. 1.

O MEQUETREFE. Rio de Janeiro, 10 jan. 1878, p. 1.  
O PAÍS. Rio de Janeiro, 15 nov. 1889, p. 3.  
O PAÍS. Rio de Janeiro, 18 out. 1894, p. 8.  
O SETE DE ABRIL. Rio de Janeiro, 08 jul. 1837, p. 1.  
OPINIÃO LIBERAL. Rio de Janeiro, 24 dez. 1869, p. 4.  
PERIÓDICO DOS POBRES. Rio de Janeiro, 29 abr. 1871, p.4.  
REVISTA ILUSTRADA. Rio de Janeiro, ano 15, n 576, 1890, p. 6.  
REVISTA POPULAR. Rio de Janeiro, ano 4, n 14, abr-jun 1862, p. 8.  
SEMANA ILUSTRADA. Rio de Janeiro, n. 129, 1863, p. 3.

Recebido em agosto de 2017.  
Aprovado em agosto de 2018.