

Consumo e cultura Política

Rio de Janeiro (1808-1821)

Rosângela Leite

Nosso ponto de partida é a constatação da entrada do objeto chocolateira por meio do porto do Rio de Janeiroⁱ. Através da leitura deste artefato, busca-se reconhecer padrões de corporalidade (MENESES, 2000, p.105-119) e compreender a relação entre esses padrões e o universo político:



Palácio Nacional de Queluz. nº de inventário PNM7409. Datação: 1770.

Esta peça possui formato de bule, base avantajada com relação ao diâmetro da boca, bico para derrame, alavanca para levantamento da tampa e cabo comprido. Na parte superior há um orifício por meio do qual se encaixa o batedor. Na frente do objeto estão impressos os brasões das armas reais de D. Maria I. A peça é originária de Estraburgoⁱⁱ.

Os utensílios para bebidas quentes poderiam ser para uso do chá ou café. A diferença básica da chocolateira estava no misturador. No caso do chocolate, quanto mais batido, melhor o sabor.

A chocolateira analisada neste artigo, embora fabricada na região de Estraburgo e oriunda dos serviços de mesa dos Bragança, fazia parte de um conjunto muito popular, também, na Espanha.ⁱⁱⁱ Veio da Espanha a técnica do misturador e as constantes modificações no fabrico do chocolate.^{iv}



As evidências de cultura material, para o caso britânico, demonstram grande número de artefatos para o preparo do chá, junto aos serviços em porcelana chinesa e chocolateiras. O frio intenso garantia o sucesso das bebidas quentes. O cacau se inscrevia nesse grupo de bebidas cáusticas, cuja aceitação no continente europeu foi crescente durante o final do século XVIII e início do XIX (STANIFORTH, 2003, p. 78; FATTACCIU, 2011, p. 154).

Nos museus brasileiros, num primeiro levantamento, não foi possível encontrar nenhuma chocolateira. Daí a utilização, neste artigo, de foto da peça do Museu de Queluz.

O cotejo entre imagens e os dados da *Balança de Comércio* permitem inferir que as peças desembarcadas no Brasil eram muito próximas à de Queluz. Cabe aqui, portanto, o questionamento sobre os motivos da pouca aceitação deste objeto nos conjuntos museificados de serviços para as mesas da elite das partes do Brasil. Este indício do desaparecimento revela a natureza do produto ao chegar aos solos cariocas: embora objeto de luxo, as chocolateiras não seguiram um caminho que as levassem aos museus. Os trajetos entre os usos do objeto e seu estágio como peça de museu contam uma história rica. O desaparecimento neste percurso, conta outra; mais valiosa ainda.

Todos esses problemas, desde a entrada das peças no porto do Rio de Janeiro, até seus usos e suas formas de guarda, nos permitem questionar os argumentos que ressaltam os residentes do Rio de Janeiro como ávidos por novos produtos, a partir de 1808. A operação que insere a cultura material no processo historiográfico de produção do conhecimento (REDE, 1993, p.265) é fundamental para o estudo da história do consumo no Brasil. Sem esta conexão, corre-se o risco de estabelecer uma linha contínua entre as narrativas de época, a ampliação do consumo de artefatos e uma ideia de futuro marcada por emblemas de progresso^v.

No estágio atual das pesquisas faz-se necessário conciliar a relação entre sujeito e objeto em sua confluência com os processos de construção dos mundos públicos. O Cacau é um produto fundamental para este exame, já que sua popularização se deu ao mesmo tempo em que eram construídas as qualidades dos chocolates.



Se até 1808, Hamburgo tinha liderança sobre a importação do cacau, com o desenrolar das guerras napoleônicas evidenciou-se o crescente papel da Grã-Bretanha no comércio deste fruto^{vi}. A popularização e os usos da bebida ligavam-se ao sistema financeiro em formação. O comércio renovado com as Américas criava mercados, mas, as rotas alternativas pelo Báltico e Mediterrâneo também davam força à difusão e incorporação de mercadorias. Já os aliados continentais, para os quais a Grã-Bretanha pagava taxa de importação, revertiam esse pagamento na compra de produtos. Por outro turno, o bloqueio continental forçava o capital a virar-se para dentro, gerando investimentos em ferrovias, canais e portos. Tudo isso alavancava um pequeno crescimento da renda *per capita*, na Inglaterra, e um forte crescimento do capital especulativo, no continente europeu (NEAL, 1990).

Assim, a *haute finance* propiciava a diversificação do crédito e a variação das mercadorias; ao passo que o pêndulo entre leis e costumes construía o solo fértil para a acomodação das experiências de consumo nas partes do Brasil.

Fattacciu (2011) assinalou que a manutenção dos monopólios dos grêmios, no caso espanhol, serviu para gestar um consumo massivo do chocolate e estabelecer uma qualidade, ao mesmo tempo. Considerando que vinha da Espanha a *expertise* de se preparar o chocolate quente e que o bloqueio continental impedia o acesso de produtos espanhóis às praças do Brasil, cabe o questionamento sobre o que, de fato, rompia o bloqueio continental, naqueles conturbados anos de guerra.

Rafe Blaufarb reconheceu uma população de exilados e refugiados de guerra para este período. Segundo o autor, tratava-se de um momento de grande circulação de pensamentos que se irrompiam pela via individual e carregavam um potencial diversificador (BLAUFARB, 2006, p. 12).

As chocolateiras, quando analisadas em sua relação com o espaço e com os corpos dos sujeitos que as manejavam, indicam para o uso da tecnologia do aquecimento em vasilhas feitas para o deslocamento. O misturador e o cabo de madeira impediam que o calor se estendesse até as extremidades do objeto, criando uma alavanca que minimizava a força a ser empregada para equilibrar o utensílio fumegante. O recurso



biestável para erguer a tampa tornava possível segurar e abrir o jarro com uma única mão. Este artefato, por estas características, admitia um usuário autônomo.

A utilização de objetos importados não implicava, necessariamente, na cópia de padrões exteriores. As chocolateiras desembarcadas no Brasil possuíam sinais da nobreza, mas, poderiam ser usada em domínios privados, onde o íntimo e o individual circunscreviam-se em círculos concêntricos e entrecruzados que entrelaçavam a vida das pessoas comuns (PERROT, 2009, p. 09). Sob esta óptica, vale indagar sobre a relação entre produto importado e construção de práticas de consumo, assinalando a construção das leis e das vivências humanas como interfaces de um mesmo processo de transformação.

No caso espanhol, o chocolate era fruto de grêmios organizados durante toda a segunda metade do século XVIII. Essas organizações associativas atuaram no sentido de favorecer a pureza e qualidade do artigo final, já que o chocolate, em muitos casos, vinha misturado com café, amêndoas e até terra. O monopólio, naquele contexto, era garantidor da qualidade de ser chocolate. O atributo vinha da Espanha, onde os monopólios das corporações de ofício criavam chancela para a generalização da marca CHOCOLATE. Esta marca caminhava atrelada ao potencial diversificador das populações que atracavam em novos portos (BLAUFARB, 2006). Contudo, a Espanha não podia comerciar com as partes do Brasil. Os produtos (chocolateiras) só desembarcavam por meio da bandeira da Grã-Bretanha.

Neste complicado circuito, só a marca CHOCOLATE poderia romper as fronteiras estabelecidas pelas guerras napoleônicas e apenas a *haute finance* teria força suficiente para fabricar a paz.

Um “Brasileiro Português”^{vii}, estabelecido na praça do Rio de Janeiro, deixou valioso testemunho a respeito desta mudança de olhar sobre os bens:

Sucedendo pois que um povo que sua atividade e luzes aumente a forma de seus produtos, em manufatura, outro qualquer pretendendo imitá-lo nos usos e adotar o mesmo luxo, há de necessariamente depender daquele outro para lhe fornecer os objetos que deseja e que não sabe ou não pode fabricar. O continente da Europa devastado



pelos flagelos da guerra retrógrada aumentava com o aparato dos exércitos; se por conseqüência, outros prazeres deviam fornecer aqueles onde as fábricas se demoliam e o consumo era sempre igual. Daí nasceu que a Inglaterra gozando a paz no interior, suprisse com máquinas e para uma atividade tem exemplo os braços que a miséria, o descontentamento e a conscrição roubaram as fábricas^{viii}.

O consumo aparecia para o “Brasileiro Português”^{ix} como resultado das construções da “fábrica” e da “paz”. As “luzes” de um povo aumentavam à proporção que este povo ascendia aos novos bens fabris. E o luxo se descortinava como resultado da manufatura e da capacidade de expansão de uma dada nação.

No excerto fica patente o papel do Estado na disposição dos circuitos de mercadorias. Mas esses circuitos dependiam das novas qualificações dos produtos, que naquele contexto eram dadas tanto pela generalização, quanto pela exclusividade.

Uma vez que o produto era a mais nova maravilha das nações fortes e detentoras da paz, aos outros povos cabia a tarefa de comprá-los. Segundo o testemunho de época, o consumo seria resultado da subordinação política dos Estados “fracos” aos “fortes”.

É reveladora a opinião do “Brasileiro Português” sobre luxo. Os produtos luxuosos não precisavam mais carregar as marcas da nobreza^x. O fausto poderia surgir do universo fabril. Vale ressaltar mais uma vez: a qualificação dos objetos não precisava passar pela imitação da nobreza ou pela cópia dos costumes europeus, tampouco era atribuída, em primeiro plano, pela natureza do produto importado. Se tomarmos o documento acima como parâmetro – ainda que insuficiente para uma resposta generalizada - as marcas da produção fabril e dos poderios dos Estados eram tão importantes quanto o papel da nobreza para qualificar os objetos. O consumo – que já existia na época moderna como definidor de um código de conduta – criava novas correias de transmissão na Corte do Rio de Janeiro. Essas correias ofereciam suporte às próprias formas de poder. Assim, salientava o “Brasileiro Português”: “O povo necessitava de vestido e o terreno só produzia matérias primas”^{xi}.



Nesta perspectiva, nossa hipótese de pesquisa, abordada apenas em parte neste artigo, é a de que práticas de consumo que já existiam no cotidiano do Rio de Janeiro, foram se tornando cada vez mais complexas e as noções de *bem, compra, propriedade e luxo* tiveram que ser reelaboradas a partir da chegada da Corte Portuguesa. As vivências públicas, que surgiam como resultados de lutas entre setores econômicos, entre poderes regionais e entre Estados em disputa procuravam organizar essas noções, como forma de ancorar uma cultura política extremamente contraditória.

ⁱ Os dados sobre as chocolateiras foram recolhidos em: *Balança Geral de Comércio do Reino de Portugal Com Seus Domínios e Nações Estrangeiras*. Ano de 1808-1810. Cópia em CD, Cátedra Jaime Cortesão, Universidade de São Paulo. São Paulo. Este trabalho inicial de levantamento de produtos foi apresentado primeiramente em congresso: LEITE, R.F. *The Cocoa Trade and the Transformation in Taste: Brazil, 1808-1821*. In: *Foods and Beverages: Retailing and Distribution in Historical Perspective*. Wolverhampton, UK, 2011.

ⁱⁱ Utilizei neste artigo a peça que mais se assemelha às descrições de época. Cotejei informações textuais com registros de cultura material. Não encontrei exemplar em sessão de guarda dos museus brasileiros até o momento de escrita deste texto. Como procurei demonstrar neste artigo, o não aparecimento das peças em coleções de museus permite a inferência sobre os seus sentidos na sociedade oitocentista. Vale ressaltar que as chocolateiras não aparecem em museus, mas em antiquários elas são facilmente encontradas. CF. REDE, M. *História a Partir das Coisas: tendências recentes nos estudos de cultura material*. *Anais do Museu Paulista*. São Paulo, v.4, 1996, pp. 265-282.

ⁱⁱⁱ No Brasil, os jesuítas foram os principais responsáveis pela produção e comércio de cacau. Com a expulsão da Companhia de Jesus, em 1775, a circulação desse produto passou para as mãos da Companhia do Grão Pará e Maranhão, efetivando o monopólio da coroa portuguesa sobre este artigo.

^{iv} O cacau foi empregado pelos povos autóctones da América, primeiramente, como planta medicinal. À proporção que se ampliava o contato entre colonizadores e indígenas, os europeus passaram a consumir o produto, também, na forma de bebida. O cacaeiro é planta típica de regiões tropicais com ênfase para a Amazônia. Cada fruto possui, em média, 30 sementes, ou amêndoas. Essas amêndoas moídas vão dar origem ao chocolate. Para se chegar ao chocolate são necessárias quatro etapas: fermentação, secagem, torrefação e separação das amêndoas das cascas. MAXUELL, K. M. *Chocolate, Piratas e outros Malandros*. Ensaio Tropicais. São Paulo: Paz e Terra, 1992, pp. 58.

^v Esta relação entre progresso e consumo foi ressaltada por Emanuela Scarpellini que considerou o consumo como amplamente tratado, ao longo do tempo, como sinal de moderna civilização. O objetivo da autora foi exatamente atentar-se para esta aproximação entre consumo e progresso e ressaltar as vicissitudes da construção desta ideia força. Scarpellini advertiu que essa conexão construída durante a primeira metade do século XX recebeu pouca atenção dos pesquisadores; ou não foi considerada como uma parte importante da própria narrativa que se construiu sobre o mundo contemporâneo. Esta falha abriu uma brecha fundamental, por meio da qual a modernidade e o consumo passaram a ser vistos numa linha progressiva e sem volta. Os resultados mais marcantes dessa perspectiva foram as construções de univocidades políticas capazes de fomentar Estados autoritários. CF. SCARPELLINI, E. *Material Nation. A consumer history of modern Italy*. Oxford: Oxford University Press, 2011, pp. 11.



^{vi} Para as partes do Brasil, há uma estimativa realizada por José Jobson de Andrade Arruda que indica o cacau como o sétimo produto da balança de exportação, no período entre 1796-1811. A quase totalidade das exportações de cacau era suprida pela região do Pará. O ano de maior exportação foi 1806, quando o total atingiu 215.775 arrobas, correspondendo 212.075 à parcela do Pará. ARRUDA, J. J. a. *O Brasil no Comércio Colonial*. São Paulo: Ática, 1980, pp. 399.

^{vii} Assim se nomeou o autor da correspondência acima citada: “Brasileiro Português amante da pátria e da humanidade”. Infere-se que se trate de Manuel Ferreira de Araújo Guimarães, editor do periódico “O Patriota”. Para outras informações sobre Guimarães, consulte-se: SCHULTZ, K. *Op. Cit.*, pp. 131.

^{viii} Memória Sobre o Comércio Franco e os Tratados entre Portugal e Inglaterra. “Feito por um brasileiro Português amante da pátria e da humanidade”. Rio de Janeiro: *Fundação Biblioteca Nacional*. 09, 01, 004. 1817

^{ix} Vale salientar que o “Brasileiro Português” era um oponente de Hipólito da Costa. O Jornalista estabelecido em Londres via a estagnação marítima, proveniente do conflito napoleônico, e o “maquinismo” do Estado Português como empecilhos à expansão dos negócios, no período inicial de transmigração da corte portuguesa para o Brasil; já o “Brasileiro Português”, acreditava que “A abertura dos portos do Brasil às nações Estrangeiras, privando negociantes Portugueses de um monopólio atroz (...) os pôs em concorrência com negociantes estrangeiros, é verdade, mas colocou Portugal em comunicação externa, sem a qual ele não é nada.” *Memórias do Comércio Franco... Op.cit.*, p. 05.; COSTA, Hipólito da. *Correio Brasiliense*. São Paulo: Imprensa Oficial, Brasília, DF, 2002. Vol. 2. *Fac símile*, 1809, p.98.

^x Helen Jacobsen reconheceu que no século XVII surgiu uma nova forma de apreciação estética. O problema era que, com exceção da monarquia, se vivia com poucos objetos. A “ciência do conhecer” veio resolver este problema, à proporção que criou a diferença entre o visto e o apreciado, o suntuoso e objeto de “referência à monarquia”. Dessa forma, as grandezas das monarquias podiam ser representadas, por meio de seus plenipotenciários, pelo objeto referencial, que criava uma conexão direta entre luxo e poder. JACOBSEN, H. *Luxury and Power*. Oxford: Oxford University Press, 2012, pp. 12-16.

^{xi} *Memória Sobre o Comércio... Op.,cit.*