



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ANANINDEUA
FACULDADE DE HISTÓRIA

NAYARA RIBEIRO GARCIA DA SILVA

OS PRODUTOS IMPORTADOS EM BELÉM: comer como status social (1880-1900).

ANANINDEUA
2026

NAYARA RIBEIRO GARCIA DA SILVA

OS PRODUTOS IMPORTADOS EM BELÉM: comer como status social (1880-1900).

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de História, do Campus Universitário de Ananindeua, da Universidade Federal do Pará, como requisito parcial para obtenção do título de Licenciado(a) em História. Orientador(a):

Prof^a. Dr^a. Sidiana da Consolação Ferreira de Macêdo

ANANINDEUA
2026

NAYARA RIBEIRO GARCIA DA SILVA

OS PRODUTOS IMPORTADOS EM BELÉM: comer como status social (1880-1900).

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à Faculdade de História, do Campus Universitário de Ananindeua, como requisito obrigatório para obtenção de grau de Licenciatura em História, pela Universidade Federal do Pará.

Orientador(a): Prof^a. Dr^a. Sidiana da Consolação Ferreira de Macêdo.

Data de aprovação: 05 /02 /2026

Conceito: Excelente

Banca examinadora:

Orientador(a):

Prof^a. Dr^a. Sidiana da Consolação Ferreira de Macêdo

Examinador(a):

Prof^a. Dr^a. Siméia de Nazaré Lopes

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus pela força, pela luz e pela oportunidade de chegar até aqui. Ele renovou minhas energias nos momentos difíceis e iluminou meus caminhos com coragem para enfrentar cada desafio.

Aos meus pais, Benedita Ribeiro e Antonio Rozenildo, expresso minha profunda gratidão pelo amor incondicional, pelo carinho e apoio que sempre me ofereceram. Vocês me ensinaram o valor dos estudos e me mostraram, com afeto e firmeza, como seguir em frente. Cada palavra de encorajamento e cada gesto de confiança foram fundamentais para que eu chegasse até aqui. Este trabalho é também fruto da entrega e do amor de vocês, que sempre acreditaram em mim.

Agradeço à minha tia Ana Maria e ao meu irmão Ernandi Ribeiro, pelo companheirismo, pelas ajudas constantes e pela motivação que tornaram essa caminhada mais leve e significativa. Vocês foram presença de aconchego e apoio em cada etapa.

À Universidade Federal do Pará, agradeço pelas oportunidades, pelo acesso ao conhecimento e pelas experiências que ampliaram minha visão de mundo. Aos professores do Campus de Ananindeua, minha gratidão pela paciência e dedicação, que contribuíram para minha formação acadêmica e também para meu crescimento pessoal e profissional.

Agradeço, especialmente, à minha orientadora, Prof^a. Sidiana Macêdo, por ter me apresentado à história da alimentação e por todo o acompanhamento ao longo desta jornada. Sua paciência, incentivo e acolhimento foram fundamentais para que eu pudesse desenvolver este trabalho com segurança e entusiasmo. Reconheço em sua orientação não apenas o apoio acadêmico, mas também a inspiração que me motivou a seguir adiante nesta pesquisa.

E, por fim, mas não menos importante, agradeço à minha dupla Jamilly de Lima, pelo companheirismo que tornou cada etapa mais leve. Suas risadas e dedicação transformaram os desafios em momentos de alegria. Às minhas amigas, Maria Clara e Beatriz Costa, agradeço pela amizade sincera e pela parceria que encheu essa trajetória de significado e afeto. Vocês tornaram este caminho mais doce e inesquecível.

OS PRODUTOS IMPORTADOS EM BELÉM: comer como status social (1880-1900).

RESUMO: Nos anos finais do século XIX, a capital paraense, Belém, já vivenciava intensas relações comerciais com países estrangeiros, intensificadas devido ao boom da borracha. Ampliando o mercado de produtos importados, que influenciava e constituía parte de uma História Social e Alimentar. O presente artigo tem como objetivo entender a alimentação e os hábitos de uma sociedade que via nas mercadorias importadas sinônimo de poder e riquezas, observando como esses alimentos tornam-se artigos de luxos e um divisor de classes, através da composição da mesa de cada grupo social. A pesquisa é realizada por meio do mapeamento dos alimentos importados que constavam nos periódicos da época, como o “Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA)”, “Diário de Notícias (PA)” e “Folha do Norte (PA)”, para verificar quais gêneros alimentícios provinham com mais frequência para a capital e quais países e cidades eram seus remetentes. Busca-se compreender a relação estabelecida entre o abastecimento da cidade e a sociedade, no período em que Belém passava por mudanças civilizatórias. A análise dialoga com Pierre Bourdieu e demais autores da área, ao considerar os hábitos alimentares como práticas sociais que expressam valores simbólicos e reforçam hierarquias no espaço social. Assim, verificando como os produtos importados foram incorporados aos novos costumes alimentares da capital, refletindo nas dinâmicas e pertencimento social.

Palavras-Chave: Alimentação, Belém, Produtos, Importados, Século XIX.

IMPORTED PRODUCTS IN BELÉM: eating as social status (1880–1900).

ABSTRACT: In the final decades of the nineteenth century, the capital of Pará, Belém, was already experiencing intense commercial relations with foreign countries, intensified by the rubber boom. This process expanded the market for imported products, which influenced and became part of a Social and Food History. This article aims to understand the diet and habits of a society that viewed imported goods as a synonym for power and wealth, observing how these foods became luxury items and a marker of class division through the composition of each social group's table. The research is conducted by mapping the imported foods listed in periodicals of the time, such as "Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA)", "Diário de Notícias (PA)", and "Folha do Norte (PA)", in order to identify which foodstuffs arrived most frequently in the capital and which countries and cities were their main senders. It seeks to understand the relationship established between the city's supply system and society during a period when Belém was undergoing civilizing changes. The analysis engages in dialogue with Pierre Bourdieu and other scholars in the field, considering eating habits as social practices that express symbolic values and reinforce hierarchies within the social space. Thus, it examines how imported products were incorporated into the new dietary customs of the capital, reflecting social dynamics and a sense of social belonging.

Keywords: Food, Belém, Products, Imported, Nineteenth Century.

Introdução

O ciclo da borracha, ocorrido entre 1879 e 1912, gerou profundas transformações na cidade de Belém, especialmente na economia da capital paraense. Nesse contexto, a alimentação enquadra-se como uma das mudanças mais significativas, impulsionada por novos hábitos do consumo, que iam além do ato de alimenta-se por sobrevivência. Comer passou a envolver significados simbólicos que refletiam e reforçavam as distinções entre as classes sociais. Bourdieu (2012), aponta que as diferentes classes estão envolvidas numa luta simbólica para imporem a definição do mundo social. A diferenciação social era possível de ser visualizada à mesa, os produtos importados não apenas atendiam às demandas básicas de paraenses e imigrantes, mas também funcionavam como símbolo de status, revelando por meio do consumo, o lugar social de cada indivíduo.

A alimentação passou a constituir um marcador nas esferas sociais da cidade. Sidiana Macêdo (2009), afirma que por meio dela é possível identificar valores culturais de uma dada sociedade, já que, de certo modo, ela revela hierarquias entre diversos segmentos sociais. A presença de alimentos importados, nesse viés, permite observar diversas dinâmicas sociais que ocorriam na cidade, além da demarcação de classes, é possível analisar os processos de interação entre as culturas locais e estrangeiros.

O período áureo da borracha, entre 1890 e 1910, também provocou um aumento no número de imigrantes da cidade, sendo Belém a terceira escolha dos portugueses no Brasil (Carvalho, 2011), atraídos pela economia em expansão na capital. Com esse crescimento populacional, o mercado de produtos importados tornou-se de suma importância, pois era por meio deles que os estrangeiros tinham contato com os alimentos de suas origens e culturas. Segundo Montanari (2024, p. 95), “a definição do gosto faz parte do patrimônio cultural das sociedades humanas”, o comércio alimentício de Belém apresentava essa variação de gêneros regionais, nacionais e estrangeiros, o que reforçou vínculos culturais e identitários através da alimentação.

Neste trabalho busca-se compreender como o consumo desses alimentos estrangeiros estavam inseridos nos hábitos da sociedade, observando através da

comercialização, a adaptação no cotidiano da população. Verificando pelo contexto ao qual a cidade estava situada, os valores econômicos, sociais e culturais que estavam interligado a necessidade de alimenta-se, que influenciavam diretamente a hierarquia social. Outro ponto, é analisar as relações comerciais internacionais estabelecidas com Belém, para entender quais países estavam inseridos nesses negócios, os gêneros alimentícios importados e para quem eram destinados esses produtos.

Partindo dessas questões, a pesquisa foi realizada nos anos finais do século XIX, entre 1880 a 1900, período em que Belém vivenciava o auge da Belle Époque. Essa fase é essencial para compreender tanto as dinâmicas comerciais do abastecimento da cidade, quanto o fortalecimento de hierarquias que surgia com a economia da borracha. Esse processo civilizador da cidade refletiu no consumo dos produtos importados, influenciando para que não fossem tratados como meros objetos (Sales, Mourão, 2011).

Posto isso, o objetivo do artigo é discutir como a alimentação refletia nos hábitos de uma sociedade que via nos produtos importados sinônimos de poder e riquezas, percebendo a cidade e seus diversos valores sociais, culturais e econômicos através da alimentação e do consumo. Reforçando também quais alimentos importados constituíam hierarquias sociais ao compor a mesa dos polos ricos e populares.

Para entender essas questões, a metodologia utilizada foi o mapeamento dos produtos importados nos jornais da época, como: “Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA)”: 1880, 1882, 1884, 1886, 1888; “Diário de Notícias (PA)”: 1890, 1892, 1894 e “Folha do Norte (PA)”: 1896, 1898, 1900. Os anos foram trabalhados por números pares dentro do recorte de vinte anos (1880-1900), permitindo uma análise mais detalhada do abastecimento da cidade. Considerando que os jornais eram um veículo comunicativo comercial da época, analisa-se as partes publicitárias, as colunas comerciais e as notícias criminais, com o objetivo de identificar a presença dos alimentos estrangeiros e os estabelecimentos que eram responsáveis por suas vendas em diversos aspectos do

ramo jornalístico. Esse mapeamento de dados, ocorreu na Hemeroteca Digital Brasileira.

Essa metodologia foi construída a partir da participação na bolsa de Iniciação Científica (PIBIC), no ano de 2023, com duração de um ano. A pesquisa foi direcionada para a história da alimentação e os produtos importados a partir da metade do século XIX. Através dessa experiência, houve contato com a pesquisa em jornais e leituras para o aprofundamento da temática. Além disso, a participação no grupo de pesquisa Alere (História do Abastecimento e da Alimentação na Amazônia), foi essencial para um aprofundamento da história social da Amazônia, por meio das reuniões de estudo e dos colóquios que promoveram importantes debates para o enriquecimento da pesquisa.

Sendo assim, o trabalho encontra-se estruturado em 4 partes, além da introdução, onde apresento a contextualização da pesquisa, e da conclusão. No primeiro tópico aprofundo-me nas transformações em Belém em decorrência do ciclo da borracha. No segundo, analiso os produtos importados e sua demanda comercial e divulgação nos periódicos. O terceiro tópico aborda como a importação foi contribuinte para a demarcação das hierarquias sociais no consumo, reforçando exclusões e criminalização pelos que não tinham acesso aos bens importados. Por fim, no último tópico, demonstro como os alimentos consumidos à mesa, tornaram-se símbolos de status e distinção social.

O reflexo da borracha nas transformações em Belém

No final do século XIX, a cidade de Belém vivenciava o ápice da comercialização da borracha, sua importância internacional trouxe para a cidade um período de crescimento econômico e modernização para a capital. As transformações nos espaços públicos ocorreram inspiradas nas cidades europeias, como Paris, este período ficou marcado pela Belle Époque paraense.

A cidade passava por modificações nos espaços urbanos, culturais e sociais. Os hábitos da população também mudaram, em busca de um alinhamento com os padrões das chamadas cidades civilizadas. Em alguns locais da capital eram visíveis esses novos padrões da organização urbana, especialmente nas

praças, que eram voltadas para o lazer e contemplação dos novos conceitos paisagísticos. Um exemplo dessa modernização pode ser observado no antigo Largo do Palácio (Figura 1), atualmente conhecido como Praça Dom Pedro II, que refletia a influência estética na configuração urbana da cidade.

Figura 1



Fonte: Pizza della Indipendenza. Largo del Palazzo. Álbum do Pará de 1898. Fundação Cultural do Pará, Obras raras (acervo digital), p. 36-37.

Maria de Nazaré Sarges (2002, p.155), afirma que a Belle Époque redefiniu os espaços públicos e redistribuiu os locais destinados aos serviços sanitários. Para que Belém alcançasse os padrões das cidades “civilizadas”, era de suma importância que as políticas higienistas da cidade fossem aprimoradas. Todas essas exigências foram cobradas, principalmente, pelas elites que habitavam a capital, almejando cada vez mais uma cidade espelhada em sua matriz europeia, que foi Paris (Coelho, 2016).

A notoriedade da borracha trouxe para Belém muitas riquezas e o crescimento econômico comercial, a intensificação desse comércio desencadeou a formação de novas elites, como os donos dos seringais, comerciantes e financistas (Sarges, 2002). Os novos integrantes da elite paraense, definida por Burker (1991) como grupos superiores segundo os critérios de status, poder e riqueza, foram atraídos pelas oportunidades e pelo refinamento que a Belle Époque oferecia.

Tendo em vista que foi um período de contato com os produtos importados que chegavam da Europa e América do Norte, diretamente para os estabelecimentos responsáveis pelo abastecimento da cidade. Segundo Geraldo Coelho (2016, p. 39), “Cultivou-se o gosto pelo que vinha da Europa, o que podia ser visto na maneira de vestir das elites locais”. O grande fluxo do comércio portuário apresentou para a cidade, marcas, produtos e modas estrangeiras que mudaram os hábitos do consumo da capital.

Siméia Lopes (2002), afirma que a partir da metade do século XIX, nos portos da província houve um crescente movimento de embarcações, entrada e saída de mercadorias para os portos nacionais e estrangeiros. Com o constante fluxo de grandes vapores, a rotatividade das mercadorias mobilizava o comércio da capital. A sociedade privilegiada da época começava a enxergar nos produtos não só a utilidade para o cotidiano, mas, também, o estabelecimento de status pelo que se consumia, principalmente, o importado. Luiz Cezar (2018, p.42), ressalta que:

Toda essa movimentação do comércio da cidade regada pelo dinheiro da borracha, proporcionava à sociedade belenense a falsa sensação de que todas as necessidades podiam ser saciadas pelas mercadorias.

A partir dessa expansão comercial, no final do século XIX, o consumo pelas mercadorias internacionais era constituído por uma hierarquização social, tendo em vista que as riquezas não foram comuns a todos (Soares, 2008). Os produtos carregavam um peso simbólico social para estabelecer a distinção de quem os consumia. Em geral, a elite política e os “barrões da borracha” (Santos, 2018), conseguiam através das mercadorias, evidenciar suas posições sociais, demonstrando que estavam inseridos nas mudanças dos hábitos impulsionadas pela Belle Époque e pelo processo de modernização da cidade.

Essas transformações nos hábitos foram visíveis, sobretudo, no consumo dos alimentos. A circulação das mercadorias no comércio local, trouxe consigo diversos gêneros alimentícios, sendo estes classificados dentro dos padrões sociais, pois esses produtos, em sua grande maioria, não chegavam a mesas de todos no cotidiano da população. Macêdo (2009, p.135) saliente que

Os alimentos consumidos na capital giravam em torno de produtos mais classificados como aqueles que não estavam no dia-a-dia de grande parte

da população, mas que poderiam ser degustados de acordo com os padrões a partir dos marcadores sociais de classe, gênero e origem.

O consumo de alimentos procedentes do estrangeiro, estava ligado as questões civilizatórias que cercavam Belém no final do século XIX, mas também, a busca de mercadorias por famílias imigrantes, como os portugueses e espanhóis, que procuravam na alimentação uma forma de aproximar-se da cultura e sabores de suas terras nativas. A alimentação está ligada aos sentimentos, a memória e pertencimento ao seu lugar de origem, Silva (2022, p.14) define que “a comida envolve emoções, a comida marca um determinado lugar ou território, a comida marca a identidade de um povo”. Para além da importância comercial, os produtos estrangeiros também representavam para a população imigrante, um sentimento de memória e preservação de suas tradições alimentares. Montanari (2024, p.16) afirma que:

Comida é cultura quando consumida, porque o homem, embora podendo comer de tudo, ou talvez justamente por isso, na verdade não come qualquer coisa, mas escolhe a própria comida, com critérios ligados tanto às dimensões econômicas e nutricionais do gesto quanto a valores simbólicos de que a própria comida se reveste.

Os imigrantes passavam por adaptações alimentares, por estarem em uma terra estrangeira, mas ao mesmo tempo, o aumento do fluxo das importações, possibilitava a eles o consumo de produtos de suas terras nativas, podendo assim, ter seus hábitos mantidos em Belém. As transformações da cidade eram visíveis nas trocas culturais, entre adaptações de receitas e consumo de alimentos importados e regionais sem perder seus costumes culturais e a essência de seus respectivos locais.

Dentro da composição da população imigrante, formada por trabalhadores terciários e componentes da elite luso paraense (Carvalho, 2011), também havia distinção social. Os alimentos importados mais exclusivos, como por exemplo, os vinhos finos e manteigas europeias, não chegavam à mesa dos terceirizados todos os dias. O comércio desses produtos revelava uma clara segregação social, que separava a população mais pobre, composta por nativos e imigrantes, dos setores mais ricos da sociedade.

Um exemplo desta realidade é ilustrado nas edições do jornal “Folha do Norte (PA)”, que anunciava entre os diversos produtos, alguns gêneros alimentícios voltados a um público seletivo. Em 13 de agosto de 1896, por exemplo, destaca-se a venda de “Vinhos genuínos” da Quinta d’Avelleira (Figura 2), diretamente de Portugal, promovidos como puros e recomendáveis pela sua qualidade. Já em 25 de outubro do mesmo ano, outro anúncio exalta a “Manteiga portuguesa” (Figura 3), da Praia d’Ancora, feita exclusivamente de leite puro e aprovado nos laboratórios químicos de Lisboa e Porto. A ênfase na qualidade e na procedência desses produtos funcionava como uma estratégia para atrair consumidores exigentes, reforçando o caráter elitista dessas mercadorias e evidenciando seu papel como marcador social.

Figura 2

Vinhos genuínos

A. J. HENRIQUES, o maior viticultor da Beira Alta e Beira Baixa, (Portugal) já tem à venda no seu armazem á rua 15 de Novembro, n.º 81, onde foi M. M. Nogueira & C.ª, vinhos das suas vastas propriedades e muito especialmente da sua *Quinta d’Avelleira*, como sejam :

Vinho Collares Alimentar.
Vinho Collares simples.
O puro vinho Extra-fino.
O puro vinho Raina Victoria, e muitas outras marcas, que se tornam recommendáveis pela sua pureza, pelo que chama a atenção dos srs. consumidores.

Fonte: Folha do Norte (PA). Edição 226. Quinta-feira, 13/08/1896, página 4.

Figura 3

MANTEIGA PORTUGUEZA
da Praia d’Ancora

SIMPLEMENTE DO PURO LEITE SEM QUE A MARGARINA OU OUTRA QUALQUER MATERIA ENTRE NA SUA COMPOSIÇÃO

Analysada nos laboratorios chimicos de Lisboa e do Porto, obtendo em ambos *unanime classificação de— PURA*. Encontra-se á venda em latas do 1/2, 1 e 2 libras na « *Mercearia Trasmontana* », rua de S. Antonio, defronte do « *Bon Marché* » e no *deposito geral ESTABELECIMENTO DE SECCOS E MOLHADO DE*

DESPENSA FAMILIAR
Figueiredo Junior & C.ª
 Largo das Mercês n.º 4 (5)

Fonte: Folha do Norte (PA). Edição 229. Domingo, 25/10/1896, página 3.

Produtos importados: demanda comercial e divulgação

Entre 1880 a 1900, o fluxo portuário da cidade de Belém mantinha intensas relações comerciais com outros países estrangeiros, esse contato havia sido consolidado na metade do século XIX, quando houve interferências do governo no progresso econômico da província, por meio da implementação de companhias de comércio e a navegação de barcos a vapor para dinamizar a circulação de mercadorias (Lopes, 2002). A melhoria no meio de transporte foi fundamental para o crescimento econômico da exportação da borracha e o estabelecimento das relações com os portos internacionais.

As mercadorias importadas vinham principalmente dos países Europeus e dos Estados Unidos, o mapeamento desses produtos é feito através de periódicos do final do século XIX, como o “Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA)”: 1880, 1882, 1884, 1886, 1888, “Diário de Notícias (PA)”: 1890, 1892, 1894 e “Folha do Norte (PA)”: 1896, 1898, 1900. Os jornais apresentavam colunas específicas voltadas para a exposição de tabelas econômicas e comerciais, com avisos marítimos das embarcações e mercadorias que chegavam no porto da cidade. Havia a especificação do país remetente do vapor, com os produtos e seus destinatários, que em geral eram comerciantes dos armazéns da cidade, os produtos importados eram expostos nos jornais em uma coluna chamada “mercadorias importadas”, sendo detalhada a carga ao qual o vapor desembarcava no porto e seu proprietário, como consta na edição do dia 12/02/1880 do “Diário de Belém”¹

De Lisboa-carga do vapor inglez “Paraense”.

M. J Rodrigues – cebolas 5 cxs², bacalháo 10 dts³, batatas 10 dts, J. P. de Almeida – carne 1 cx. Carvalho & Lemos – batatas 25 cxs, cebolas 15 ditas, bacalháo 30 dts, toucinho 5 brs, cevadinha 5 brs⁴, genebra 10 cxs, massas 25 dts, feijão 50 scs⁵.

¹ Hemeroteca Digital Brasileira. Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA). Edição 32. Terça-Feira 10/02/1880, página 1.

² Abreviação de cxs, era caixas.

³ Abreviação de dts, era ditas.

⁴ Abreviação de brs, era barris.

⁵ Abreviação de scs, era sacas.

Entre os remetentes, os países que se destacam pelas suas relações comerciais com Belém eram Portugal, Inglaterra, França, Alemanha e Estados Unidos, com variedades de gêneros alimentícios, utensílios de cozinha e materiais de diversas utilidades para o cotidiano da poluição, como roupas e acessórios da moda europeia. Os vapores provinham de cidades que tinham contato direto com o porto de Belém, o que viabilizava a chegada frequente de produtos importados.

Dentre as mercadorias estrangeiras, alguns alimentos se sobressaíam pela alta demanda no comércio local, isso é perceptível pela alta quantidade que chegavam aos comerciantes em curtos períodos ao longo do ano. Para demonstrar a dinâmica desse abastecimento, foram selecionados cinco alimentos que se mostraram recorrentes durante a pesquisa, sendo eles: vinho, queijo, manteiga, cerveja e farinha de trigo. Apresento na tabela abaixo um recorte de janeiro a junho de 1884, das edições do jornal Diário de Belém, com a quantidade recebida dessas mercadorias, evidenciando essa alta procura em um intervalo de tempo relativamente breve.

Tabela 1

Remetentes e Produtos importados (1º semestre de 1884)

País remetente	Cidade(s)	Produto	Quantidade
Portugal	Lisboa e Porto	Vinho	3547 barris
Inglaterra	Liverpool	Queijo	522 caixas
França	Havre	Manteiga	401 caixas
Alemanha	Hamburgo	Cerveja	844 caixas
Estados Unidos	New York	Farinha de Trigo	4872 barricas

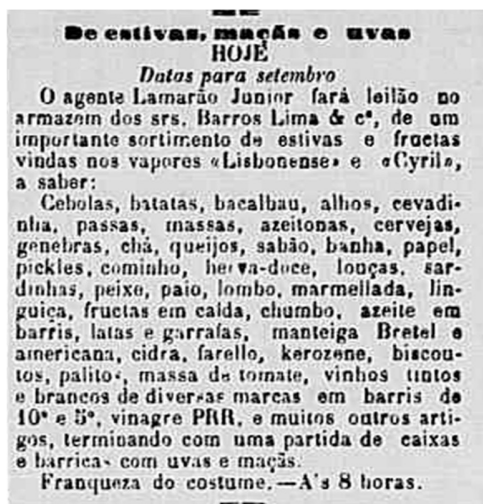
Fonte: Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA). Edições de Janeiro a junho de 1884, cálculos próprios.

A quantidade das mercadorias na tabela pode apresentar oscilações nos dados, devido à falta de algumas edições disponíveis do periódico e a ausência de registro de alguns vapores na coluna comercial do jornal. Ainda que represente apenas um recorte limitado, a tabela é fundamental para evidenciar que os produtos importados não expressavam apenas o dinamismo econômico da capital, mas também revelavam a dependência de gêneros alimentícios externos. Isso se explica pelo fato de que as condições naturais da Amazônia não favoreciam a produção

local de certos itens, como o trigo, tornando indispensável o abastecimento por meio das importações. O abastecimento de vinho, queijo, manteiga, cerveja e farinha de trigo não era apenas sinal de luxo, mas também uma necessidade. Belém dependia das rotas marítimas internacionais para suprir produtos que não podiam ser produzidos na região, e esses hábitos de consumo se espalhavam por diferentes grupos sociais.

Segundo Macêdo (2009), a convivência entre produtos locais e estrangeiros no mesmo lugar era um indício que até mesmo os produtos importados alcançavam camadas médias da população. Esses alimentos eram vendidos principalmente nos armazéns locais e seus donos destinavam essas mercadorias para a venda em leilões, devida a grande quantidade dos gêneros alimentícios. Nos jornais é possível identificar alguns dos nomes dos armazéns que recebiam esses produtos, como: Armazém do Sr. Barros Lima & C^a, Armazém dos Srs. Calheiras & Oliveira, Armazém do M. Bastos & C^a, Armazém do Sr. Martins & C^a, Armazém dos Srs. M. J Gonçalves & C^a, La Rocque Rocha & C^a, Armazém dos Srs. A. F de Oliveira & C^a. Esses foram alguns dos armazéns que apareciam com frequência nos leilões semanais, como consta nas figuras a baixo.

Figura 4



Fonte: Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA). Edição 197. Terça-feira, 31/08/1886, página 3.

Os donos destes estabelecimentos eram conhecidos como “negociante de grosso trato” (Sales, 2020, p. 74). Seus negócios estavam direcionados para o repasse das mercadorias aos comércios menores como as tabernas e lojas, essas mantinham a venda direta com seus consumidores, tanto os produtos importados mais caros quanto os de uso cotidiano como a farinha de trigo, que não constituía um produto de luxo (Macêdo, 2009), pois era de suma importância para a indústria local da cidade, principalmente as padarias, como também, aqueles alimentos que não se enquadravam no consumo diária de toda população, como o salmão, champagne, bacalhau, cognac, etc. Esses alimentos eram buscados por componentes da alta sociedade como políticos nacionais, comerciantes portugueses e profissionais liberais pertencentes a famílias ricas (Sarges, 2002).

Para que esses produtos chegassem aos seus consumidores, os anúncios dos jornais eram uma ferramenta essencial para a divulgação de preços e mercadorias. Havia aqueles direcionados a um público amplo, como os chefes de família (Figura 5), que detalhavam tanto o preço de alimentos nacionais quanto os estrangeiros, evidenciando a variedade disponível. Quanto os anúncios que deixavam claro o perfil socioeconômico ao qual se destinavam, especialmente por meio da ênfase nos “preços acessíveis” (Figura 6), indicando que aquelas mercadorias eram voltadas para às classes mais populares.

Figura 5

AOS SRS. CHEFES DE FAMILIA	
O PROTECTOR DA CIDADE, 4 rua de Santarem n. 9, vende	
Arroz kilo	280
Café moído, kilo	22500
Bacalhão, kilo	800
Kerosene, galão	960
Manteiga em latas de 14 kilos, 1 kilo	12900
Idem de 7, 1 kilo	13900
Idem de 2, 1 kilo	25000
Idem de 1, 1 kilo	25200
Sal, litro	120
Feijão, kilo	380
Phosphoros, duzia	640
Vinagre, litro	500
Vinho Collares, litro	13000
Grande sortimento de generos nacionaes e estrangeiros que vende-se todo com grandes abatimentos.	
	1-20

Fonte: Diário de Notícias (PA). Edição 222. Terça-feira, 16/10/1894, página 1.

Figura 6

Benefício aos pobres !!

O SILVA NA PONTA !

A "Padaria das Três Nações," à rua da Alfama, vende:

Café moído, kilo 1\$100
 Dito em grão, dito 800
 Dito bom, kilo 900
 Açúcar fino, dito 440 e 280.
 Feijão, dito 200, 240 e 280
 Sevadinha, dito 360
 Alpista, dito 400
 Carne gorda, dito 360 e 400
 Bacalhau, dito 500 e 600
 Arroz inglês, dito 180
 Dito Carolina, dito 280
 Batatas, dito 200
 Vinho verde, litro 600
 Dito branco, quartilho 500
 Dito do Porto, dito 800
 Vinagre, litro 300; quartilho 200
 Sal, litro 80, e milho 80
 Farinha, litro 80
 Kerosene, galão 760
 Sabão azul icano, barra 400
 Leite Família, barra 320
 Manteiga, libra 1\$100
 Dita suíça, dita 1\$100
 Sardinhas, maço 600 e 680
 Banha, libra 360
 Dita em lata 1\$800
 Cêra, libra 1\$100
 Phosphoros, maço 260 e 200
 Pratos, duzia 1\$600
 Chicaras, idem 1\$400
 Tudo isto na

Padaria das Três Nações

Na rua da Alfama, canto da travessa da Atalaya; quem vende é o SILVA. (1)

Fonte: Diário de Notícias (PA). Edição 93. Quinta-feira, 24/04/1890, p. 01

Além disso, os anúncios revelavam a miscigenação de gêneros alimentícios que ocorria no comércio de Belém. Alguns produtos como o vinho, cerveja e a manteiga constavam em propagandas super elaboradas para evidenciar a qualidade da mercadoria ao qual estava sendo divulgada (Figura 7). Nessas publicações é evidente que as transformações do período áureo da borracha, não acontecia apenas no meio urbano da cidade, mas também na comunicação. Os periódicos estavam cada vez mais elaborados, as imagens em suas páginas proporcionavam uma melhor visualidade para o consumidor.

Figura 7



Fonte: Folha do Norte (PA). Edição 303. Quinta-feira, 29/10/1896, página 4.

Os comerciantes passaram a investir em propaganda, reconhecendo-a como uma aliada estratégica para a comercialização, sobretudo dos produtos importados. Na imagem a cima é possível visualizar que além de ressaltar a qualidade da manteiga francesa “Joulaud”, também era destacado as premiações deste produto “Premiada em 14 exposições”, deixando claro ao leitor do periódico o quanto este alimento era valorizado. Santos (2018, p. 98) destaca que

Os jornais, enquanto periódicos diários presentes na vida da cidade, além de uma importante fonte de informações e notícias para a sociedade local, eram também uma vitrine de negócios para os produtos e um balcão de negócios para os comerciantes locais.

As publicidades nos jornais iam além da divulgação dos gêneros alimentícios, elas carregavam significados simbólicas e econômicas, pois em algumas propagandas ficava delimitado para quem era destinada aquela mercadoria. Sendo possível verificar que a demanda de certos produtos, era determinada para as classes mais abastadas da cidade. No dia 02 de março de 1882, nas páginas do jornal Diário de Belém, é possível constatar em um anúncio de vinhos portugueses de “J.C Monteiro”⁶, disponível ao consumidor no Armazém do senhor Tavares d’Amorim & C^a (endereço não disponível), um texto que deixava evidente essa segmentação social nas propagandas, destacando que:

Os vinhos do Porto não podem pela sua natureza entrar no consumo regular das classes mais numerosas. Estas, dão naturalmente a

⁶ Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA). Edição 49. Quinta-feira, 02/03/1882, página 4.

preferencia á vinhos alimentícios e não excitantes, aqueles a que nós chamamos de vinhos de meza ou de pastos e que reúnem as qualidades hygienistas á medicidade do seu preço, que satisfazem o apetite, restauram as forças e activam as funções digestivas, sem perturbar a rasão, quando d'elles se não abuzam.

Esse trecho revela como o comércio atuava como um agente de manutenção das ordens sociais em Belém. Embora os produtos alimentícios importados estivessem disponíveis nos estabelecimentos comerciais, o acesso a eles não era possível a toda população. A própria linguagem publicitária delimitava o consumo, sugerindo que certos itens, como os vinhos do Porto, não eram apropriados para as “classes mais numerosas”, que deveriam optar por alternativas mais baratas e “hygienistas”.

Carneiro (2005), afirma que a comercialidade ajuda a organizar as regras da identidade e da hierarquia social, tecendo relações que impõe limites e fronteiras. Sendo assim, por mais que esses alimentos importados estivessem disponíveis a todos no comércio, o acesso a eles era mediado por questões econômicas e sociais.

Importação e hierarquia alimentar: consumo, criminalidade e exclusão.

A cultura do consumo de produtos estrangeiros, influenciada pelos hábitos alimentares dos europeus, tornou-se comum nos últimos anos do século XIX. Embora não tenha substituído os produtos regionais da cidade de Belém, estes itens mantiveram grande relevância para a economia local, fazendo parte dos lucros obtidos e arrecadados pelo governo (Macêdo, 2009).

Com Belém já integrada no regime republicano, a partir de 31 de dezembro de 1895, a Receita Geral da República passou a cobrar novas taxações das mercadorias importadas. Estes valores foram publicados na edição do dia 21 de janeiro de 1896, no jornal Folha do Norte (figura 8), evidenciando que o fluxo dessas mercadorias, gerava lucros importantes para o governo local, principalmente de gêneros alimentícios que chegavam à cidade com muita frequência, como as bebidas como cerveja, vinhos, genebra, champagne etc.

Figura 8

TAXAS FIXAS		
(Estes generos pagam as taxas especificadas, sem nenhum adicional).		
Da cerveja estrangeira, cuja taxa será de	18200 por kilo.	
Dos licores, vinhos espumosos de qualquer qualidade, como o de Champagne, e qualquer que seja o acondicionamento, que pagarão	38600 por kilo.	
Da genebra—	18500 por kilo.	
Dos phosphoros de páu, que pagarão por kilo	38200 e phosphoros de qualquer outra qualidade, que pagarão por kilo	48500.
Dos saponaceos, sapólios e seus similares, todos não perfumados, que pagarão	18200 por kilo e o esmalte ordinario ou cobalto vitrificado para oleiros, que pagará	28500 por kilo.

Fonte: Folha do Norte (PA). Edição 21. Terça-feira, 21/01/1896, página 1.

A taxação desses produtos contribuía para que fossem comercializados a preços mais elevados, despertando o interesse dos donos de armazéns, tavernas, lojas e consumidores que obtinham essas mercadorias e mantinham os seus gostos requintados. Mas antes mesmo de haver essa mudança nas taxações, os produtos já eram comercializados a preços mais elevados, despertando o interesse de indivíduos que, sem acesso a esses gêneros alimentícios, recorriam a criminalidade para obtê-los. Em algumas edições dos jornais Diário de Belém e do Diário de Notícias (PA), é possível encontrar relatos de roubos a tavernas e comércios, observando que o alvo dos criminosos era, além do lucro do estabelecimento, os produtos com valores elevados no mercado, como consta em denúncias que chegavam as delegacias criminais e eram divulgadas no jornal com o objetivo de capturar os criminosos.

Figura 9

Roubo

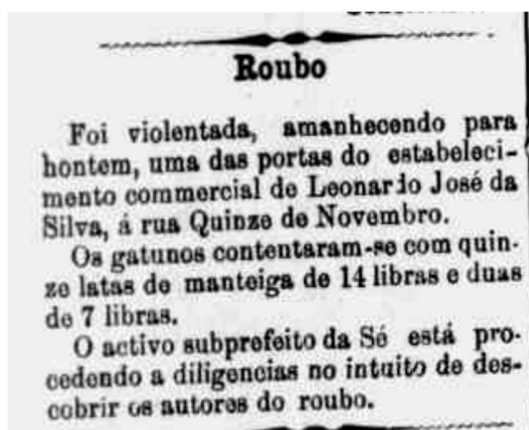
Em a madrugada de ante-hontem, alguns individuos larapios, prevalecendo-se da ausencia de Antonio Ramos, arrombaram a porta de uma taverna de sua propriedade, á rua do E-spirito-Santo, canto da travessa do Carmo, e de lá subtrahiram o seguinte:

— 1 relógio de parede, 3 latas de manteiga de 14 libras cada uma, 30 latas de sardinhas, 18 ditos de manteiga, 3 ditos de chouriço, mólbio e meio de tabaco, de 8 libras, 16 1/2 garrafas de cerveja, 3 saccarollhas, 15 latas de pescada, 10 ditos de azeitonas, 1 garra-fão de cachaça, 2 1/2 alqueres de farinha, 1 par de botas, 1 paletot, 1 camisa, 3 latas de massa de tomate, 1 faca, e alguns ks. de carne secca, e 3545000 em dinheiro.

Antonio Ramos, queixou-se ao subdelegado do districto que prosegue em diligencias para capturar os criminosos.

Fonte: Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA). Edição 179. Sexta-feira, 10/04/1888, página 3.

Figura 10



Fonte: Diário de Notícias (PA). Edição 35. Sábado, 13/02/1892, Página 3.

O destino destas mercadorias, no entanto, não é esclarecido nas reportagens, não se sabe se o roubo ocorria para consumo próprio ou para revenda. Nas figuras acima é possível observar que a manteiga é um dos produtos mais visados nesses crimes, justamente pelo seu alto valor no mercado, chegando um quilograma de manteiga em lata a custar 1\$900 réis (como consta na figura 5). Os alimentos importados, que tinham essa escala de alta qualidade, estavam enquadrados em elevados preços no mercado. A elite política, financista, donos de seringais e comerciantes de grande poder consumiam alimentos super caros enquanto “a maior parte da população não podia comprar sequer o peixe da região” (Sarges, 2002, p. 160).

O aumento dos preços dos gêneros alimentícios chegava a ser denunciado nos jornais, pois não apenas os alimentos importados estavam em tabelas de valores abusivos para a realidade de grande maioria da população, como também os alimentos regionais. No dia 10 de fevereiro de 1894, o redator do Diário de Notícias (PA), Juliano Penna, publicou uma matéria intitulada “Princípio da Fome”⁷,

⁷ Diário de Notícias (PA). Edição 30. Sábado, 10/02/1894, página 1.

que fazia uma denúncia juntamente aos elevados impostos sobre os gêneros de primeira necessidade da população, demonstrando preocupação com o futuro que aguardava a população de Belém, divulgando que:

A continuar no modo em que vão as coisas, não sabemos que negro futuro aguarda a nossa população, máxime a parte menos favorecida da fortuna. Impossível é ao pobre comprar um kilo de carne por 1\$500 réis o bacalhão e o pirarucu a 1\$400 e mais o kilo, assim nesta proporção a carne secca, ou xarque, o assucar, o café e a farinha.

É explícito como a parcela desfavorecida da cidade sofria diretamente com essas alterações de preços no comércio alimentício local. Deixando evidente como as distinções sociais da cidade podiam ser observadas por meio da alimentação, já que tanto os produtos regionais quanto os importados seguiam uma hierarquia de consumo. Rezende (2004), afirma que a alimentação é muito mais que uma necessidade biológica, é um complexo sistema marcado por relações de poder. Os elevados valores, revelavam através do consumo a classe social à qual cada indivíduo era pertencente, nesse cenário de luxo e boas maneiras que cercavam a capital paraense, tornando também o ato de comer exclusivo, pois nem todos tinham o poder econômico para compra-los com frequência. Sendo os roubos e furtos que ocorriam aos estabelecimentos comerciais, um meio ao qual as classes populares poderiam ter acesso aos produtos importados.

Comer como símbolo de status social

A Belle Époque, nos anos finais do século XIX, marcou uma sociedade que buscava afirmar o poder e o status social através do consumo, sendo a alimentação uma das formas mais expressivas desta representação. Simmel (2004, p. 160), pontua que “o que se come não pode, de modo algum, ser igualmente comido por outro”. O exclusivismo dos alimentos importados, demarcava bem a diferença social dos indivíduos à mesa, já que nem todos tinham acesso frequente a produtos requisitados e sujeitos super taxações.

Embora o romance “Belém do Grão Pará”, de Dalcídio de Jurandir (2016), se passe no século XX, fora do recorte temporal da pesquisa, este apresenta importantes práticas alimentares para entender o consumo dos produtos importados no final do século XIX. Através dos hábitos da casa de D. Inácia, é possível verificar

como esses produtos eram incorporados às refeições familiares. Após a queda de Lemos, a família do senhor Virgílio perde alguns privilégios econômicos, mas mantém o consumo de alimentos estrangeiros em datas e ocasiões especiais. Exemplo disso é o convite de almoço de domingo feito por D. Inácia a Dr. Leandro: “Peru com champanhe na vinte e dois”⁸, ou a lamentação da família diante da “falência da Marquês Serra”⁹, fornecedora de figos, champanhe e azeite.

O romance evidencia que as aparências constituíam uma preocupação constante das famílias que pertenciam ou haviam pertencido a grupos favorecidos economicamente, sobretudo como forma de reafirmar a continuidade de um processo civilizador. Nesse contexto, a obra de Dalcídio Jurandir (2016) pode ser compreendida como uma reafirmação da prática de consumir produtos estrangeiros em ocasiões específicas do calendário familiar, reforçando a permanência desse ideal de civilização já presente nos fins do século XIX.

O prestígio de consumir alimentos associados à luxúria ultrapassava o ambiente doméstico. Assim, restaurantes e cafés desempenhavam um papel importante na manutenção das posições sociais de seus clientes, sendo esses espaços caracterizados como “teatros de comer” (Carneiro, 2003, p. 27). Os anúncios desses estabelecimentos nos jornais tornavam visíveis os alimentos disponíveis nos seus cardápios do dia e nas festas, evidenciando o valor simbólico da alimentação e atraindo consumidores que tinham um paladar requintado.

Figura 11

⁸ JURANDIR, Dalcídio. Belém do Grão Pará. 4. ed. Belém: Editora Marques, 2016, p.21.

⁹ Ibidem, p. 25.

CAFÉ NOVO MUNDO
Em Nazareth
FILIAL AO CAFÉ CHIC
 Hoje e todas as noites durante as festas de
S. BRAZ
Magnificas ceias!
Opiparos banquetes!
 Vinhos e cervejas de todas as qualidades

Fonte: Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA). Edição 271. Sexta-feira, 30/11/1888, página 1.

Figura 12

SOLICITADOS

AO COELHO
Hoje

O *Restaurante Coelho* recebeu hontem pelo vapor americano OSTRAS, SALMÃO e BACALHAÚ FRESCO.

E' HOJE SÓ
Ao Coelho

Fonte: Diário de Notícias (PA). Edição 87. Quarta-feira, 16/11/1890, página 3.

Esses estabelecimentos estavam situados em pontos estratégicos da cidade, justamente para atrair o público da classe média e alta. O restaurante Coelho, por exemplo, localizava-se no Largo de Sant'A, onde se concentravam diversos bares e cafés da cidade, como o Café Chic, ao qual o Café Novo Mundo era filiado. Nas figuras acima, observa-se que os produtos importados são

destacados nos anúncios, com a finalidade de ressaltar que esses locais recebiam alimentos de qualidade e atendiam à demanda das classes que compunham a elite da cidade.

Apesar de localizados em zonas privilegiadas, esses ambientes também recebiam festas populares, como a de “São Braz” (Figura 11). Embora ocorresse apenas em fevereiro, essa celebração era anunciada nos jornais desde novembro, como estratégia dos comerciantes para atrair antecipadamente o público e estimular o movimento que se intensificaria no mês festivo. Dessa forma, criava-se uma expectativa coletiva que alcançava um público amplo.

Essas mudanças nos hábitos da cidade estavam envoltas pelo discurso “civilizador” da Belle Époque, que distinguiu, nos espaços públicos, os grupos sociais aos quais cada indivíduo pertencia. O modelo urbano europeu (Sarges, 2002), implantado em Belém, definiu, por meio do consumo e da alimentação, os espaços que ricos e pobres poderiam usufruir, remodelando costumes e práticas de uma sociedade em processo de transformação nas esferas públicas e privadas.

Considerações finais

A análise levantada sobre os produtos importados nos anos finais do século XIX, entre 1880-1900, demonstrou como a alimentação pode assumir diferentes papéis que estão além de sua função biológica. Como pontuado por Macêdo (2018, p. 75), “a alimentação ocupa ao longo da história parte importante da cultura dos povos criando laços através do paladar, dos sabores e dos tempos”. Para além das miscigenações, a comida revela seu poder nas construções hierárquicas e nas distinções sociais por meio dos paladares e consumo de alimentos. Os valores simbólicos presentes no ato de alimenta-se marcaram, ao longo da Belle Époque, transformações nos hábitos e costumes da sociedade.

Os produtos importados passaram a compor não apenas itens de necessidade básica para a alimentação, como também, atuaram como fronteiras econômicas e sociais que entrecruzavam a cidade. Sendo possível verificar que a busca pelos altos padrões civilizatórios, reforçou as diferenças de classes na composição dos ingredientes à mesa, os lugares públicos frequentados e os

gêneros alimentícios consumidos. A dinâmica comercial do abastecimento de Belém, estava carregada de segmentações sociais que delimitavam o acesso pelas suas altas taxações tanto dos produtos estrangeiros quanto dos regionais

Além dessas questões, verificou-se o papel cultural dos produtos importados, pois estes, eram responsáveis por aproximar imigrantes pobres e ricos dos ingredientes que eram presentes em suas práticas alimentares nativas, proporcionando uma sensação de pertencimento e recordando memórias degustativas, mesmo que para alguns, este momento ocorresse apenas em ocasiões especiais, fora do cotidiano. Era nesse contexto que ocorriam as trocas culturais com a gastronomia local.

Portanto, compreender o papel dos alimentos importados, foi de extrema importância para perceber que a alimentação na capital paraense, no final do século XIX, estava inserida nas dinâmicas econômicas, culturais e identitárias. Isso demonstra que comer, é um ato muito além sobrevivência, envolve, acima de tudo, atos políticos e sociais.

Fontes

Fundação cultural do Pará – Obras Raras.

Figura 1 - Pizza della Indipendenza. Largo del Palazzo. Albúm do Pará de 1898. Fundação Cultural do Pará, Obras raras (acervo digital), p. 36-37.

Hemeroteca Digital Brasileira. Link: [BNDigital](#)

Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA). Edição 32. Terça-Feira 10/02/1880, página 1.

Figura 2 - Folha do Norte (PA). Edição 226. Quinta-feira, 13/08/1896, página 4.

Figura 3 - Folha do Norte (PA). Edição 229. Domingo, 25/10/1896, página 3.

Figura 4 - Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA). Edição 197. Terça-feira, 31/08/1886, página 3.

Figura 5 - Diário de Notícias (PA). Edição 222. Terça-feira, 16/10/1894, página 1.

Figura 6 - Diário de Notícias (PA). Edição 93. Quinta-feira, 24/04/1890, p. 01

Figura 7 - Folha do Norte (PA). Edição 303. Quinta-feira, 29/10/1896, página 4.

Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA). Edição 49. Quinta-feira, 02/03/1882, página 4.

Figura 8 - Folha do Norte (PA). Edição 21. Terça-feira, 21/01/1896, página 1.

Figura 9 - Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA). Edição 179. Sexta-feira, 10/04/1888, página 3.

Figura 10 - Diário de Notícias (PA). Edição 35. Sábado, 13/02/1892, Página 3.

Diário de Notícias (PA). Edição 30. Sábado, 10/02/1894, página 1.

Figura 11 - Diário de Belém: Folha Política, Noticiosa e Commercial (PA). Edição 271. Sexta-feira, 30/11/1888, página 1.

Figura 12 - Diário de Notícias (PA). Edição 87. Quarta-feira, 16/11/1890, página 3.

Referências

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico* / Pierre Bourdieu; tradução Fernando Tomaz (português de Portugal) – 16ª ed. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BURKE, Peter. *Veneza e Amsterdã: um estudo das elites do século XVII*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

CARNEIRO, Henrique. *Comida e sociedade: significados sociais na História da Alimentação. História: Questões & Debates*. Curitiba, n. 42, p. 71-80, 2005. Editora UFPR.

CARNEIRO, Henrique. *Comida e sociedade: uma história da Alimentação / Henrique Carneiro*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003- 7ª Reimpressão.

CARVALHO, Marcos Antônio. *Bebendo açaí, comendo bacalhau: Perfil e práticas da sociabilidade lusa em Belém do Pará entre finais do século XIX e início do século XX*. 2011. Tese de Doutorado. Universidade do Porto (Portugal).

COELHO, Geraldo Mártires. *BELÉM e a Belle Époque da borracha*. Revista Observatório, v. 2, n. 5, p. 32-56, 2016.

JURANDIR, Dalcídio. *Belém do Grão Pará*. 4. ed. Belém: Editora Marques, 2016.

LOPES, Siméia de Nazaré. *O comércio interno no Pará oitocentista: atos, sujeitos sociais e controle entre 1840-1855*. 2002.

MACEDO, Sidiana da Consolação Ferreira de. *Menu de Madame: Influências lusitanas na alimentação em Belém, Pará, Brasil*. Revista Brasileira de Gastronomia. Florianópolis, SC; v. 1, n. 1, jul./dez. 2018, p. 74-96.

MACEDO, Sidiana da Consolação de. *Daquilo que se come: uma história do abastecimento e da alimentação em Belém (1850-1900)* / Sidiana da Consolação Ferreira de Macêdo; orientador, Antônio Otavio Vieira Junior- 2009.

MONTANARI, Massimo. *Comida como cultura* / Massimo Montanari; tradução de Letícia Martins de Andrade. – 3. Ed. – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2024.

REZENDE, Marcelo Torres. *A alimentação como objeto histórico complexo: relações entre comidas e sociedades*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, n. 33, janeiro-junho de 2004, p. 175-179.

SALES, Mália Aline Freitas; MOURÃO, Leila. *Viagem das coisas e das ideias: Porto, embarcações e produtos importados nos meados da Belém oitocentista*. Revista Caminhos da História. V. 16, n. 2/2011.

SALES, Mália Aline Freitas. *Da taberna ao tribunal de comércio: pequenos e grandes negócios de portugueses em Belém*. Tempo, v. 26, n. 1, p. 67-91, 2020.

SARGES, Maria de Nazaré. *Belém: Riquezas produzidas a belle-époque (1870-1912)* / Maria de Nazaré Sarges. – Belém: Paka-Tatu, 2002.

SANTOS, Luiz Cezar Silva dos. *Publicidade na Belém da belle époque entre os anos de 1870 e 1912* / Luiz Cezar Silva dos Santos. – 1. Ed. -Curitiba: Appris, 2018.

SILVA, Layse Fernanda Azevedo. *A cozinha paraense no boom gomífero: uma análise sobre os Hábitos alimentares em Belém (1870-1900)*. 2022.

SIMMEL, Georg. *Sociologia da refeição*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, n. 33, janeiro-junho, 2004, p. 159-166.