



CHAVE DE COMPREENSÃO DA HISTÓRIA:

Cultura &
identidades

Denise Pereira
Karen Fernanda Bortoloti
(Organizadoras)

 **Atena**
Editora
Ano 2021



CHAVE DE COMPREENSÃO DA HISTÓRIA:

Cultura &
identidades

Denise Pereira
Karen Fernanda Bortoloti
(Organizadoras)

 **Atena**
Editora
Ano 2021

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Chave de compreensão da história: cultura & identidades

Diagramação: Gabriel Motomu Teshima
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadoras: Denise Pereira
Karen Fernanda Bortoloti

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C512 Chave de compreensão da história: cultura & identidades / Organizadoras Denise Pereira, Karen Fernanda Bortoloti. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-747-2

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.472210312>

1. História. 2. Cultura. 3. Identidades. I. Pereira, Denise (Organizadora). II. Bortoloti, Karen Fernanda (Organizadora). III. Título.

CDD 901

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, desta forma não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

APRESENTAÇÃO

Ainda que sem nos darmos conta, estamos, cotidianamente, refletindo acerca da sociedade em que vivemos. Cada vez que nos questionamos: “como isso foi possível?” ao nos surpreendermos com uma notícia estampada na rede, estamos pensando sobre os rumos que a sociedade está tomando, portanto, nos questionando e refletindo sobre a sociedade que vivemos. A cultura, como um produto social, tem, certamente, um grande impacto em nossa compreensão como sujeito, portanto, entrelaçar historicamente essas duas discussões, qualifica essas reflexões de forma incontestável.

Ao pensar historicamente uma questão central é como a cultura é essencial aos indivíduos para refletirem sobre suas ações no tempo e a construção de identidades tão diversas. Neste sentido, pensar em história requer pensar em cultura, justamente porque ao estudar a multiplicidade deste conceito desvendaremos as questões inseridas em nosso dia a dia com o objetivo de possibilitar melhor compreensão de todos os fenômenos que estão imersos no cotidiano e impactam em nosso posicionamento no mundo.

Neste momento, em que presenciamos discussões cada vez mais acirradas sobre as identidades, é importante retomarmos os ensinamentos que nos foram legados pelo antropólogo Clifford Geertz de que a cultura é um “sistema simbólico”, uma teia de significados que carrega mecanismos de controle para governar o comportamento. É construída a partir de valores e crenças, de códigos morais e hábitos que são socialmente erigidos, transmitidos, aprendidos por meio de signos e símbolos. Ela contribui para regular e padronizar atitudes e emoções, contribui, historicamente, para a elaboração de identidades.

Este e-book é sem dúvida, um convite a reconhecer no “outro”, naquele que a princípio enxergamos através de pré-conceitos e pré-julgamentos, alguém com quem podemos potencialmente aprender, com quem podemos nos modificar e que também podemos transformar.

Esperamos que as leituras destes capítulos possam ampliar seus conhecimentos e instigar novas reflexões.

Denise Pereira
Karen Fernanda Bortoloti

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

AS REFORMAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS EDUCACIONAIS NO BRASIL E O ENSINO DE HISTÓRIA

Vanderlise Ines Prigol Reginato

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4722103121>

CAPÍTULO 2..... 14

HISTÓRIA DA DISCIPLINA HISTÓRIA NA ESCOLA BÁSICA: O ensino da história local

Ely Carlos Silva Santos

Clarice Nascimento de Melo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4722103122>

CAPÍTULO 3..... 27

HISTORIADORES EM ACERVOS: O FASCÍNIO E OS DESAFIOS DO TRABALHO NO CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA EM HISTÓRIA

Luciana Cristina Pinto

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4722103123>

CAPÍTULO 4..... 38

A ATUAÇÃO DOS EGRESSOS DA ESCOLA DO RECIFE NO PIAUÍ NO FINAL DO SÉCULO XIX E INÍCIO DO SÉCULO XX

Eduardo Albuquerque Rodrigues Diniz

Teresinha de Jesus Mesquita Queiroz

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4722103124>

CAPÍTULO 5..... 53

AS CONTRIBUIÇÕES DAS TECNOLOGIAS ASSISTIVAS AO PROCESSO EDUCATIVO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL

Luzia Alves da Silva

Paulo Miranda da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4722103125>

CAPÍTULO 6..... 64

UMA EXPERIÊNCIA DECOLONIAL DA ESCOLA MUNICIPAL EUGENIA ANNA DOS SANTOS: NARRATIVAS E SABERES DO CANDOMBLÉ NA CONSTRUÇÃO DA CONSCIÊNCIA HISTÓRICA

Silene Ferreira Claro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4722103126>

CAPÍTULO 7..... 80

O PASSADO E A HISTÓRIA DIFÍCIL PARA O ENSINO E APRENDIZAGEM DA HISTÓRIA

Adriane de Quadros Sobanski

Rita de Cássia Gonçalves

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4722103127>

CAPÍTULO 8	99
SANTOS - MUITO MAIS QUE UMA CIDADE LITORÂNEA: UMA CIDADE HISTÓRICA!	
Mara Cristina Gonçalves da Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.4722103128	
CAPÍTULO 9	114
OS PRINCIPAIS RITUAIS DO TRADICIONAL CASAMENTO UCRANIANO NA CIDADE DE ANTÔNIO OLINTO (1950 - 1980)	
Jéssica Paula Kaczyk Cuba	
Denise Pereira	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.4722103129	
CAPÍTULO 10	133
INTELECTUAIS REGIONAIS E HISTÓRIA INTELECTUAL: INDAGAÇÕES SOBRE USOS, PROBLEMAS E POSSIBILIDADES	
Erivan Cassiano Karvat	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.47221031210	
CAPÍTULO 11	145
HISTÓRIA ORAL NA HISTORIOGRAFIA ALAGOANA: UMA ANÁLISE QUALITATIVA	
Josilene Melo Paulino	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.47221031211	
CAPÍTULO 12	155
“SUBIR O MORRO PARA DEPOIS DESCER”: MISÉRIA E SUCESSO DOS SAMBISTAS CARIOCAS NAS CRÔNICAS DE JOTA EFEGÊ	
Camila Medina Zanão	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.47221031212	
CAPÍTULO 13	168
CULTURA MATERIAL E CONSUMO ALIMENTAR NA BELLE ÉPOQUE CARIOCA (1904-1914)	
Jadir Peçanha Rostoldo	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.47221031213	
CAPÍTULO 14	177
BIBLIOTECA JOSÉ BAYOLO PACHECO DE AMORIM - UM BREVE OLHAR SOBRE AS MARCAS-DE-ÁGUA DE DOCUMENTOS IMPRESSOS EM PORTUGAL (SÉC. XVI-XVIII)	
Paula Alexandra Da Costa Leite Pinto Pereira	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.47221031214	
CAPÍTULO 15	201
BRIGITTE E MARQUESA: SUBJETIVIDADES, TRAVESTILIDADES, AMIZADE E LOUCURA (1950-1960)	
Paulo Vitor Guedes de Souza	

SOBRE AS ORGANIZADORAS.....	216
ÍNDICE REMISSIVO	217

CULTURA MATERIAL E CONSUMO ALIMENTAR NA BELLE ÉPOQUE CARIOCA (1904-1914)

Data de aceite: 01/12/2021

Data de submissão: 17/09/2021

Jadir Peçanha Rostoldo

Universidade Federal do Espírito Santo
Programa de Pós-Graduação em História
Departamento de História
Vitória (ES)
<http://lattes.cnpq.br/9483626257822978>

RESUMO: O propósito deste artigo é discutir e analisar a relação entre cultura material e consumo alimentar na belle époque carioca. Busca definir o termo belle époque e delimitar o período que se propõe a chamar de belle époque carioca. Debate a disciplina de cultura material visando esclarecer sua postura mais ampla e não apenas materialista. Apresenta o consumo alimentar como sujeito histórico alimentador da cultura material. Reproduz registros do jornal O Paiz para sustentar a análise realizada. Conclui que cultura material e consumo alimentar não são antagônicos, mas são importantes peças para se entender a sociedade carioca nos seus belos tempos, nos primeiros ventos da modernidade.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura Material; Consumo Alimentar; Belle Époque Carioca.

MATERIAL CULTURE AND FOOD CONSUMPTION IN BELLE ÉPOQUE CARIOCA (1904-1914)

ABSTRACT: The purpose of this article is to

discuss and analyze the relationship between material culture and food consumption in belle époque carioca. It seeks to define the term belle époque and to delimit the period that it proposes to call belle époque carioca. Discuss the discipline of material culture in order to clarify its broader and not just materialist stance. It presents the alimentary consumption as historical subject feeder of the material culture. Shows registers from O Paiz newspaper to support the analysis performed. It concludes that material culture and food consumption are not antagonistic, but they are important pieces to understand carioca society in its beautiful times, in the first winds of modernity.

KEYWORDS: Material Culture; Food Consumption; Belle Époque Carioca.

1 | ENTRÉE

A discussão e análise que se propõe neste artigo se concentra na relação entre cultura material e consumo alimentar durante os primeiros ventos da modernidade que sopraram na cidade do Rio de Janeiro no tempo conhecido como Belle Époque. Não existe dúvida de que o referido período é de fundamental importância para se entender a cidade e suas transformações físicas e sociais, e que essas podem ser escaneadas a partir de várias fontes e conceitos. Vamos utilizar aqui dois indicadores que muitas vezes foram colocados como antagônicos, a cultura material e o consumo, onde o consumo fazia o papel do

vilão, do destruidor, do responsável pela extinção da cultura material. Na nossa visão o olhar é contrário, quando identificamos o consumo alimentar e suas mudanças, conseguimos enxergar a partir da cultura material incorporada nesses objetos o reflexo da sociedade, da cidade e de suas alterações. O consumo passa a ser visto não como destruição da cultura material alimentar, mas como o sujeito histórico indicativo de mudanças e transformações sociais que marcaram um período.

A arquitetura que damos a este trabalho se pauta numa definição específica do período que chamamos de belle époque; na apresentação das discussões existentes no meio da disciplina da cultura material; no entendimento do consumo alimentar como fonte histórica; e nos registros da imprensa local por meio do jornal O Paiz, que representa um dos importantes veículos de comunicação da época na cidade do Rio de Janeiro.

2 | BELLE ÉPOQUE CARIOCA, QUANDO?

Afinal quando falamos de belle époque carioca estamos nos referindo a qual período efetivamente, e porquê? Esta rápida passagem pelo tema nos parece importante para que o termo não seja utilizado sem nenhuma referência, cometendo a falha de aceitar previamente que os leitores sejam conhecedores do processo de construção desse momento e não haja necessidade de esclarecimentos. O foco é não deixar dúvidas sobre o período que analisamos, além de direcionar todos os olhares para o mesmo cotidiano social.

Sevcenko (2006, p. 35-36) em sua Introdução ao Vol. 3 da História da vida privada no Brasil, indica que a “Belle Époque brasileira” é o momento inicial do período republicano, uma fase eufórica para os grupos beneficiados pelo novo regime e que abrange o período da “guerra européia”. Explica que “grosso modo” esse período abrangeria de 1900 a 1920, e “assinala a introdução no país de novos padrões de consumo, instigados por uma nascente mas agressiva onda publicitária [...]”. Mérian (2012) revela que a expressão “Belle Époque” era desconhecida na França no início do século XX, e que apareceu após a primeira guerra mundial como um saudosismo do período pré conflito, onde avanços tecnológicos, científicos, materiais e econômicos eram a bola da vez. Foi a contrapartida para tentar atenuar as perdas e os horrores da guerra. Trazendo à tona as divergências que existem na definição do referido período, assume que na sua concepção a belle époque francesa compreendeu o período entre a consolidação da República em 1879 e a primeira guerra mundial. Reforça que as benesses não eram para todos, mas para a parcela da população favorecida pelo progresso exclusivista. Esse mesmo autor reconhece que, apesar das diferenças entre Paris e o Rio de Janeiro, a primeira foi influência direta nas mudanças da então capital brasileira, e que as intervenções durante o governo do prefeito Pereira Passos (1902-1906), e outros, conseguiram dar a cidade, após a abertura da Avenida central (1904), “um ar civilizado”, “à la française” (MÉRIEN, 2012, p. 155).

Guimarães (2012) concorda com Mérian (2012) que a expressão surgiu depois da

primeira guerra, e acrescenta que se tornou corrente por volta da década de 1950, quando o chamado “*modern style*” do início do século voltou a ser moda. A autora reforça que a belle époque brasileira se identifica com os acontecimentos do eixo Paris-Londres, e que coincide com a derrocada da monarquia e os primeiros anos republicanos, delimitando bem, assim como Sevckenko (2006) que ela alcançou seu “apogeu nas duas primeiras décadas do século XX” (GUIMARÃES, 2012, p. 164). Acrescenta, também, duas informações importantes para nosso objetivo: que a historiografia elege como um dos símbolos desse período as intervenções urbanas na área central do Rio durante o governo de Pereira Passos; e que na representação desses novos tempos eram utilizados elementos do consumo alimentar, com a ingestão de “*champagne*” e a organização de generosos banquetes com cardápios especialmente montados para a ocasião. Boas (2012) esclarece que as intervenções urbanas ocorridas durante a gestão de Pereira Passos alteraram radicalmente a malha urbana da cidade do Rio de Janeiro, e privilegiando o eixo norte-sul da urbe estabeleceu um novo vetor de crescimento em direção à zona sul e a orla marítima. Essa alteração possibilitou a expansão urbana que se vinculou a nascente burguesia republicana, que respirava os novos ares da tão desejada modernidade. Mais uma vez a Avenida Central era figura de destaque nesse cenário, marcando “a preponderância do eixo norte-sul como vetor de expansão da cidade” (BOAS, 2012, p. 268).

Fica evidente, na historiografia que aborda o período da belle époque carioca, a importância da Avenida central na busca por mudanças pela sociedade da época. O novo vetor de comunicação da cidade, no nosso entendimento, pode ser considerado o marco inicial desses “belos tempos cariocas”, e é de onde vamos iniciar nossa investigação. Como bem afirma Souza (2008, p. 70)

a fina flor carioca, tentando reproduzir o estilo francês, aumentaram intensamente a frequência das ruas do centro da cidade. A nova avenida e suas lojas de artigos importados, seus cafés e restaurantes e principalmente seu charme, trouxeram os ares da Europa para o tropical Rio de Janeiro, o novo boulevard sem dúvida, era o emblema dos novos tempos, palco perfeito para as novas práticas nele encenadas.

Esse início da busca pela mudança e pelo moderno na capital federal, no rastro do movimento europeu, também foi abalado pela primeira guerra mundial, que alterou as perspectivas de futuro de diversas sociedades mundo afora. O impacto seco, cruel e avassalador de uma guerra com abrangência mundial não passou despercebido no Brasil, e atingiu diretamente as transformações em curso. Sendo assim, e mais como uma definição para orientação de investigação, do que uma afirmação definitiva, atribuímos aqui o período de 1904-1914 como a belle époque carioca, período que vamos nos debruçar buscando entender essa intrincada relação entre cultura material e consumo alimentar.

3 I ALIMENTANDO A CULTURA MATERIAL

A mudança no padrão de consumo de alimentos alterou a cultura material do período para dar significado e identidade aos princípios da belle époque. O produto alimentar passou a ser meio de expressão cultural. Segundo Nishimura e Queiroz (2016, p. 962), “As alterações no sistema da alimentação podem ser ocasionadas pela assimilação ou hibridização de costumes externos ou pelo próprio reflexo de mudanças sociais internas [...]”. No caso do Rio de Janeiro, durante os ditos belos tempos, ocorreram os dois processos: a mudança no padrão alimentar se inseriu na necessidade de assimilação dos princípios da modernidade, assim como as misturas e adaptações no consumo tiveram como foco representar as mudanças na sociedade, a proximidade com a Europa moderna e a distância do ranço colonial.

Pensar o consumo como alimentador da cultura material se choca com a visão arcaica dessa disciplina que enquadra o consumo a partir de uma visão maligna, anti-social, onde “Consumir algo é usar algo, na realidade, destruir a própria cultura material.” (MILLER, 2007, p. 34). Com essa configuração a cultura material deveria ser entendida como um reflexo passivo da cultura, sendo assim, os artefatos, os objetos e os produtos carregavam significados inerentes, caberia ao investigador apenas relatá-los. Essa visão determinista da cultura material trazia, a partir de focos na economia e na tecnologia, com dados estatisticamente tratados, uma análise basicamente da adaptação do homem ao meio externo. As dimensões das ideias, símbolos, crenças, e motivações ficam de lado, pois “as coisas materiais mudam porque os sistemas mudam, quando em desequilíbrio, buscando uma maior eficiência adaptativa” (LIMA, 2011, p. 15).

Invertendo o lado dessa moeda, os teóricos “pós-processualistas” (LIMA, 2011, p. 18), reconhecem que os objetos não falam por si só, eles são reflexos e símbolos ativos influenciados pela vida social, econômica e política de cada período. A partir de escolhas ideologicamente determinadas os indivíduos constroem a cultura material, não apenas como reflexo da cultura, mas como a própria cultura; não como um reflexo do comportamento, mas como veículo transformador desse comportamento enquanto estrutura social. Os produtos materiais não indicam apenas diferenças sociais e/ou simbólicas, mas são os meios que reproduzem e legitimam as transformações. “Assim, tanto as coisas materiais mudam porque as sociedades e as pessoas que as produzem mudam, quanto elas mudam para que as sociedades e as pessoas mudem.” (LIMA, 2011, p. 19)

Deetz (apud BITTENCOURT, 2011, p. 28) defende que a definição de cultura material deve ser amplificada como a parte do meio físico que modificamos por meio de nosso comportamento culturalmente definido, abandonando a tosca visão dessa cultura como simplesmente artefatos, como “o vasto universo de objetos usados pela humanidade para lidar com o mundo físico, para facilitar as relações sociais e para melhorar nossa vida.” Essa definição amplificada engloba todos os tipos de artefatos, do mais simples

aos mais complexos. Miller (apud BITTENCOURT, 2011, p. 28) contribui na pavimentação dessa estrada propondo que “não podemos saber quem somos ou como nos tornamos o que somos a não ser caso olhemos num espelho material, que é o mundo histórico criado por aqueles que viveram antes de nós. Esse mundo nos confronta como cultura material e continua a evoluir por nosso intermédio”. Sendo assim, a cultura material não pode ser pensada fora do contexto histórico pois representa “todas as formas de respostas que o homem apresenta às demandas com que se defronta – e que demandas e respostas constituem, no conjunto, a cultura” (BITTENCOURT, 2011, p. 32). Nesse sentido, sem nenhuma dúvida, a alteração do padrão e do consumo alimentar no período da belle époque carioca foi uma resposta a demanda da sociedade que buscava se tornar moderna, vinculada aos padrões europeus.

A cultura material é produzida para desempenhar um papel ativo, é usada tanto para afirmar identidades quanto para dissimulá-las, para promover mudança social, marcar diferenças sociais, reforçar a dominação e reafirmar resistências, negociar posições, demarcar fronteiras sociais e assim por diante. Não há como reverter essa condição, que torna a cultura material, de fato, a dimensão concreta das relações sociais. (LIMA, 2011, p. 21-22)

4 | O CONSUMO ALIMENTAR COMO CULTURA

“For the consumer revolution was the necessary analogue for the Industrial Revolution, the necessary convulsion on the demand side of the equation to match the convulsion of the supply side” (McKENDRICK apud OLIVEIRA, 2009, p.1). Em seu trabalho sobre consumo e cultura material, Oliveira cita Mckendrick para introduzir o conceito de Revolução do Consumo, que segundo o autor ocorreu simultaneamente e complementarmente à primeira Revolução Industrial, ou seja, uma não existiria sem a outra. O consumo, expresso a partir da demanda, adquire uma importância central no processo. Com essa sustentação, Oliveira (2009) apresenta a sociedade francesa do século XVIII como a primeira onde as classes se diferenciam pelo que consomem, e não apenas pela tradição. A elite francesa da época passou a consumir produtos não apenas para a sobrevivência, mas para marcar uma singularidade em relação aos demais. O consumo passa a demarcar limites sociais e hierárquicos, e a distinção entre a sobrevivência e a banalidade. O ato de consumir ganha duplo sentido, não é mais apenas físico, mas social também. Essa realidade, transportada para o Rio de Janeiro da belle époque, ganha eco quando o aumento da demanda por produtos diferenciados e diversos passa a representar o acesso a modernidade, aos novos tempos, além de distinção e posição social privilegiada.

Essa mudança no padrão alimentar foi registrada pela imprensa local, a partir de reportagens, anúncios e propagandas. Os movimentos da cidade, suas transformações, diversificações econômicas, alterações no mercado e na vida cotidiana passaram a configurar as publicações, que atuaram como um reflexo dos modernos tempos e seus

novos valores. “Os novos produtos, os novos hábitos, as notícias da alfândega e do estado das relações exteriores, o comércio redimensionado passam a ser temas constantes dos periódicos.” (OLIVEIRA, 2009, p.61). O consumo de determinados alimentos se transformou em bem simbólico do processo de modernização da sociedade, para Oliveira (2009, p. 14-15) “O consumo aparece como instrumento legitimador das posições sociais atingidas e sua fonte é principalmente externa porque é daí que vêm os artigos de luxo, fonte da diferenciação.”

Muitos jornais e periódicos eram publicados na cidade do Rio de Janeiro no período que aqui vasculhamos (1904-1914), ratificando a importância desses veículos de comunicação para a época e sua sociedade. Essa profusão de publicações gerou fontes inesgotáveis de análises para as gerações futuras, sendo indiscutível a valiosa contribuição da imprensa na construção do processo histórico das transformações sociais. Dentro desse contexto, utilizamos neste trabalho os artigos, as propagandas, e demais registros do jornal “O Paiz”, que circulou na capital federal entre os anos de 1884 a 1934, para levantar os dados dos produtos e consumo alimentar no período. Como um dos principais formadores de opinião na política e na sociedade brasileira no final do século XIX e início do XX, o jornal estampa em suas páginas informações fundamentais para entender a cultura material carioca na belle époque a partir das mudanças na oferta e consumo de produtos alimentares. O Paiz se auto denominava “a folha de maior tiragem e de maior circulação na América do Sul”, e para Asperti (2006, p. 46) foi um dos periódicos que marcou “época na história política e cultural da nação.” Assim como foram as narrativas dos estrangeiros, para Algranti (2016, p. 25), aceitamos que as informações disponíveis no jornal, sobre os produtos disponíveis para consumo,

[...] deixam entrever a importância da alimentação como fator de identidade dos indivíduos e nos ajudam a perceber que o gosto ou o paladar é também uma construção cultural. Isto é, um produto social que advém de uma vivência coletiva, e que sofre transformações ao longo do tempo por meio do contato com novos produtos e novos alimentos.

Nas páginas de O Paiz desfilarão anúncios que refletem claramente esse papel do complexo alimentar no período. Água só se for “Vichy”, verdadeira água mineral das fontes do estado francês, que servia para refrescar e também como fonte para produção de remédios contra má digestão, gota, fígado, etc. Importante ressaltar que o anúncio frisava para se evitar as falsificações, demarcando bem a diferença do produto externo (O PAIZ, 20/12/1904); o Leite Maltado de Horlick (americano), era o melhor e único alimento capaz de manter a saúde de recém nascidos, doentes e convalescentes, sem necessidade de nenhum outro complemento; água filtrada em casa, só com os Filtros de Pedra Vulcânica dos Açores, importados e aprovados pela junta de higiene da Capital (O PAIZ, 21/12/1904); a loja O Federal fazia questão de registrar que vendia mantimentos de 1ª. qualidade, inclusive vinho verde e virgem (O PAIZ, 23/11/1905); os vinhos que chegavam do norte de

Portugal, Da Real Companhia Vinícola, eram um sucesso para toda família: Villar d'Allen, Douro Clarete, e Champagne, “preciosos” produtos (O PAIZ, 25/05/1905); para se preparar, em casa, excelentes e higiênicas bebidas gasosas, como água mineral, limonadas, e refrescos, era fundamental ter os melhores cartuchos e sifões, esses só poderiam ser Sparklets, importados da Aerators, Limited, Londres (O PAIZ, 14/01/1906); a Brazil Store (onde o nome já mostra o seu foco de produtos), comercializava molhados finos e comestíveis, nacionais e importados, com destaque para os azeites, vinhos, conservas, “bacalhão e fine haddocks”; a Leal, Santos & Comp. vendiam Biscoitos do Rio Grande, deliciosos, mas o mais importante era sua igualdade com os estrangeiros, “provar para acreditar” (O PAIZ, 06/06/1906); a Companhia Cervejaria Brahma, fez um grande anúncio para o início das vendas de sua afamada marca de cerveja clara, a Bock-Cristal, que tinha o diferencial de ser muito procurada na Europa pelos apreciadores das boas cervejas (O PAIZ, 13/07/1907); o Chocolate Bhering vendia a moderna novidade do cacau solúvel, em pó fino, avermelhado, de gosto e perfume excelentes, além de ficar pronto imediatamente, era o substituto perfeito para todas as demais farinhas (O PAIZ, 28/03/1909).

A oferta de produtos estrangeiros também foi um chamariz para os restaurantes atraírem sua clientela, o Café e Restaurante Brasil-Portugal oferecia a seus clientes um vinho verde especial, “recebido directamente de Amarante” (O PAIZ, 16/10/1909); com o mesmo objetivo, a fábrica de chocolate Cavé fazia toda a sua propaganda em francês “Confiserie Parisienne – Auguste Cavé – Confiseur Gracier” (O PAIZ, 01/10/1912); a Farinha Láctea Nestlé usava sua referência internacional para fazer propaganda como um alimento poderoso, recomendado e utilizado mundialmente, além de reforçar o número de prêmios que o produto ganhou em certames internacionais (O PAIZ, 19/12/1909); e nada como um leite condensado suíço, “Moça”, o mais vendido no mundo, para fazer diferença na sua mesa (O PAIZ, 20/12/1909); as frutas frescas, importadas diretamente dos Estados Unidos, Europa e outras procedências, estavam disponíveis em todas as épocas do ano graças a modernidade das câmaras frigoríficas, anunciavam a Ferreira, Irmão & C. (O PAIZ, 01/10/1912).

Outros dados importantes que levantamos a partir de O Paiz foram obtidos a partir da “Secção Commercial” do jornal, que a partir de meados do ano de 1909 passou a publicar o “Movimento de Importação”, relacionando todas as embarcações que chegavam no porto do Rio de Janeiro, qual sua procedência, e quais os produtos eram trazidos e despejados no novo mercado carioca que se desejava moderno. Os gêneros alimentícios eram provenientes das mais diversas regiões do mundo: Southampton, Liverpool, Manchester (Inglaterra), Lisboa (Portugal), Hamburgo, Bremen (Alemanha), Leixões (Portugal), Buenos Aires (Argentina), Montevideo (Uruguai), Amsterdam (Holanda), Genebra (Suíça), Vigo (Espanha), Dunkerque (França), Trieste, Fiume, Livorno, Genova (Itália), Antuérpia (Bélgica), e Teneriffe (Ilhas Canárias), entre outros. A diversidade de produtos era enorme, o que nos indica a dimensão do impacto no mercado local, nos seus hábitos de consumo, na

mistura com os sabores nacionais, enfim na construção de uma nova identidade de época a partir das formas, cheiros, sabores e consumo de novos alimentos. Nessa esteira se misturaram ao paladar brasileiro: presuntos e queijos de diversos tipos, conservas, whisky, mostardas, molhos, biscoitos, salmão, farinha de aveia, vinhos, ostras, batatas, cebolas, frutas (uva, pera, figo, maçã, tâmaras, etc), arroz, bacalhau, óleo, azeites, azeitonas, nozes, castanhas, manteigas, champagne, águas, arenque, sardinhas, alhos, carnes, aspargos, e cevada, em uma lista inacabada. Esse padrão, de valorizar o produto importando e os diferenciais modernos dos alimentos disponíveis em detrimento do nacional, se estendeu por todo o período da belle époque carioca, se confirmando o que Oliveira (2009, p. 135) identificou nos seus estudos sobre a cidade de São Paulo:

Os produtos importados, que representavam o advento da modernidade, distribuíam-se entre alimentos, maquinaria, remédios e outras drogas, incluindo-se bebidas e fumo, mobiliário, modas. Em alguns casos, se o produto não constituía em si uma novidade, a postura que a sociedade, revigorada pelos hábitos burgueses, passava a adotar ao consumi-lo, era agora diferente.

5 | DESSERT

Concluir esta refeição, nos traz a questão original da nossa discussão: cultura material e consumo alimentar podem ser analisados como peças complementares do processo histórico para entendimento da belle époque carioca? Após entender os novos valores da cultura material, que amplia suas visões abraçando não só o estado físico dos objetivos e produtos, mas também seus significados e reflexos sociais no processo de transformação. Conhecer o valor do consumo alimentar como identificador de novos hábitos, desejos e expectativas, funcionando como uma conexão fundamental entre o novo, o moderno que se oferta, e o atual, atrasado, e nacional que precisa de ser revigorado e alcançar outro patamar de reconhecimento social e internacional. Nos parece evidente que a reposta direta é sim! Sabendo que está análise é residual frente a gama de outras variáveis a serem apreciadas. No entanto, olhando para o que a sociedade da época registrou na imprensa local, o consumo foi um sujeito histórico atuante na construção da cultura material do período da belle époque carioca, tanto em sua dimensão econômica, quanto na esfera social e cultural, contribuindo para um melhor entendimento do período.

REFERÊNCIAS

ALGRANTI, Leila M. Alimentação e cultura material no Rio de Janeiro dos vice-reis: Diversidade de fontes e possibilidades de abordagens. **Varia Historia**, vol. 32, n. 58, pp. 21-51, jan/abr 2016.

ASPERTI, Clara M. A vida carioca nos jornais: Gazeta de notícias e a defesa da crônica. **Contemporânea**, n. 7, pp. 45-55, 2006.

BITTENCOURT, José Neves. Armas, beleza, computadores: a Cultura Material em algumas observações introdutórias. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas**, v. 6, n. 1, pp. 25-39, jan.-abr. 2011.

BOAS, Naylor V. Da abertura da Avenida Central à derrubada do Morro do Castelo. Transformações urbanas na Belle Époque carioca. A Belle Époque francesa e seus reflexos no Brasil. IN: PINHEIRO, Luís C.; RODRIGUES, Maria M. M. (Orgs.). **A belle époque brasileira**. Lisboa: LusoSofia, 2012, pp. 261-278.

GUIMARÃES, Lúcia M. P. Paradoxos da Belle Époque tropical. IN: PINHEIRO, Luís C.; RODRIGUES, Maria M. M. (Orgs.). **A belle époque brasileira**. Lisboa: LusoSofia, 2012, pp. 163-180.

LIMA, Tania Andrade. Cultura material: a dimensão concreta das relações sociais. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas**, v. 6, n. 1, pp. 11-23, jan.-abr. 2011.

MÉRIAN, Jean-Yves. A Belle Époque francesa e seus reflexos no Brasil. A Belle Époque francesa e seus reflexos no Brasil. IN: PINHEIRO, Luís C.; RODRIGUES, Maria M. M. (Orgs.). **A belle époque brasileira**. Lisboa: LusoSofia, 2012, pp. 135-161.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes antropológicos**, ano 13, n. 28, pp. 33/63, jul./dez. 2007.

NISHIMURA, Jaqueline S.; QUEIROZ, Shirley G. Cultura material e alimentação: a evolução dos utensílios à mesa e a consolidação de comportamentos durante a refeição. **Demetra: alimentação, nutrição e saúde**, 11(4), pp. 951-967, 2016.

O Paiz. Rio de Janeiro, 1904-1914. Biblioteca Nacional (Hemeroteca Digital).

OLIVEIRA, Milena F de. **Consumo e cultura material, São Paulo “Belle Époque” (1890-1915)**. Tese (Doutorado) – IE-Unicamp, Campinas, 2009.

SEVCENKO, Nicolau. Introdução. O prelúdio republicano, astúcias da ordem e ilusões do progresso. IN: SEVCENKO, Nicolau (Org.). **História da vida privada no Brasil: República: da Belle Époque à era do rádio**. São Paulo: Cia das Letras, 2006, vol. 3, pp. 7-48.

SOUZA, Fernando G. de. **A belle époque carioca: imagens da modernidade na obra de Augusto Malta (1900-1920)**. Dissertação (Mestrado) – Programa de pós-graduação em História/Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2008.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acervos 27, 29, 30, 34, 36, 37

Anormalidade 201, 202, 204, 205, 210, 214

B

Bibliotecas Particulares 177

C

Casamento ucraniano 114, 120, 124, 129, 130, 131

Centro de documentação 27, 29, 30, 35, 37, 134, 177

Consciência histórica 64, 65, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 82, 87, 92, 93, 97, 98

Crônica 155, 156, 159, 162, 163, 164, 167, 175

Cultura 5, 7, 10, 16, 17, 19, 20, 23, 24, 26, 40, 51, 55, 62, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 75, 76, 77, 82, 84, 85, 87, 89, 93, 98, 101, 102, 104, 111, 114, 115, 117, 118, 121, 123, 127, 131, 136, 139, 145, 151, 152, 155, 156, 157, 158, 163, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 179, 199, 201, 216

Cultura popular 17, 26, 89, 155, 156, 157, 158, 167

Currículo 1, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 48, 59, 70, 71, 83, 85, 86, 97

D

Decolonialidade 65, 77

Direito 3, 6, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 55, 78, 85, 123, 135, 187, 193

Disciplinas escolares 14, 15, 16, 17, 18, 23, 25, 26

Ditadura civil militar 20, 23, 80, 81, 82, 83, 90, 92, 93, 94, 95, 96

E

Educação 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 25, 26, 44, 47, 53, 54, 55, 56, 59, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 69, 70, 71, 72, 76, 77, 78, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 91, 92, 93, 94, 96, 97, 113, 161, 206, 216

Educação básica 1, 6, 8, 10, 12, 61, 64, 80, 81, 82, 92, 93, 94, 97

Educação para relações étnico-raciais 65

Emigração 114

Ensino de história 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 64, 65, 70, 72, 78, 80, 81, 83, 84, 86, 87, 89, 93, 97, 98, 112, 131

Escola do Recife 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 46, 47, 48, 49, 50, 52

H

História 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 45, 48, 50, 51, 52, 55, 62, 63, 64, 65, 70, 71, 72, 73, 74, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 105, 106, 107, 111, 112, 113, 114, 115, 131, 133, 134, 135, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 158, 159, 161, 162, 163, 165, 166, 167, 168, 169, 173, 176, 178, 179, 185, 188, 189, 192, 193, 195, 196, 199, 201, 202, 209, 211, 213, 214, 215, 216

História difícil 80, 81, 83, 87, 92, 94, 95, 97

Historiadores 22, 27, 34, 36, 37, 40, 89, 91, 145, 146, 147, 151, 153

História local 7, 14, 15, 16, 17, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 140, 143, 144

História oral 114, 115, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154

Historiografia alagoana 145, 149, 150, 151, 153

J

Jota efegê 155, 156, 157, 158, 162, 163, 164, 165

L

Locais de memória 99

M

Marcas-de-água 177, 178, 180, 181, 182, 183, 184, 196, 198

Memória 9, 26, 29, 36, 52, 72, 74, 75, 90, 99, 102, 112, 140, 145, 146, 147, 148, 151, 153, 154, 155, 156, 158, 161, 162, 164, 165, 167, 205, 206, 209, 211, 212

Música 31, 33, 126, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 203

P

Passado 13, 14, 15, 16, 19, 24, 25, 28, 36, 72, 73, 75, 76, 78, 80, 81, 82, 83, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 102, 107, 110, 114, 116, 139, 144, 146, 147, 148, 155, 157, 164, 165, 213

Pesquisa 12, 14, 15, 16, 17, 20, 25, 26, 27, 29, 30, 33, 35, 37, 41, 43, 44, 53, 57, 60, 61, 66, 70, 71, 79, 86, 87, 92, 96, 97, 100, 101, 104, 115, 134, 137, 138, 142, 145, 146, 147, 148, 150, 151, 152, 153, 155, 156, 161, 163, 166, 178, 201, 208, 214

Pessoa com deficiência visual 53, 55, 59

Piauí 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 48, 49, 50

Políticas públicas 1, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 148, 153

Preservação de documentos 177

Professores 1, 2, 4, 5, 6, 7, 10, 16, 19, 20, 24, 25, 26, 27, 29, 31, 40, 42, 47, 50, 59, 76, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 95, 97, 104, 134

R

Rituais 67, 77, 114, 115, 120, 122, 130, 131

S

Santos 12, 13, 14, 31, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 77, 78, 80, 81, 82, 89, 90, 91, 97, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 110, 111, 112, 113, 131, 143, 150, 152, 154, 174, 200

Subjetividades 24, 73, 153, 201, 202, 213, 214

T

Tecnologias assistivas 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 62

Travestis 201, 202, 206, 210, 211, 214

Turismo pedagógico 99



CHAVE DE COMPREENSÃO DA HISTÓRIA:

Cultura &
identidades

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

 **Atena**
Editora

Ano 2021



CHAVE DE COMPREENSÃO DA HISTÓRIA:

Cultura &
identidades

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

 **Atena**
Editora

Ano 2021