

**18**

2 0 1 8

**Revista  
de História  
da Sociedade  
e da  
Cultura**

CENTRO DE HISTÓRIA  
DA SOCIEDADE E DA CULTURA

IMPRENSA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA

**Versão integral disponível em [digitalis.uc.pt](https://digitalis.uc.pt)**

# “Almoços, lunchs, jantares e ceias”: os serviços de restauração em Lisboa à luz dos anuários comerciais (1871-99). Tipologias, serviços e produtos.

“Almoços, lunchs, jantares e ceias”: Lisbon food services in annual commercial directories (1871-99). Typologies, services and products.

**JOÃO PEDRO GOMES<sup>1</sup>**

Centro de Estudos Clássicos e Humanísticos da Universidade de Coimbra

Projeto DIAITA: Património Alimentar da Lusofonia

[jpdrgms@gmail.com](mailto:jpdrgms@gmail.com)

Texto recebido em / Text submitted on: 21/06/2017

Texto aprovado em / Text approved on: 06/02/2018

**Resumo:** As transformações sociais que ocorreram na Europa ao longo do século XIX refletiram-se com particular intensidade no universo alimentar onde, paralelamente à crescente urbanização das cidades, se registou um aumento de serviços de produção e comercialização de preparados culinários bem como no estabelecimento de uma heterógena rede comercial, preparada para responder às necessidades de quase todos os estratos sociais.

Lisboa, como capital, não foi estranha a estas alterações, que podem ser percebidas através dos anuários comerciais. Analisados em longo espectro, permitem observar a dinâmica comercial e publicitária da rede comercial de serviços de restauração urbanos, bem como tipologias de estabelecimentos de restauração, serviços e produtos oferecidos e, em determinados casos, preços praticados.

A análise aqui conduzida concentra-se num conjunto de sete volumes publicados entre 1871 e 1899 e respeitantes a duas publicações específicas: o *Almanach da Agência Primitiva de Annuncios* e o *Annuario Commercial ou Annuario Oficial de Portugal*.

**Palavras-chave:** Lisboa, século XIX, Alimentação, Restauração, Publicidade.

**Abstract:** The social changes that have occurred in Europe throughout the 19th century reflected a change of the food universe where, parallel to the rising of population's urbanization, occurs an increasing in the production and commercialization of food ready to eat, provided by a heterogeneous commercial network, which answered to the needs of almost all social strata.

Lisbon, as the country's capital, was no stranger to these changes that can be perceived through the analyses of published annual commercial directories. Analyzed on a broad spectrum, this kind of publications allows us to observe the commercial and advertising dynamics of catering establishments, types of shops, services and products offered and, in specific cases, established prices of some services.

This analysis was based on a set of seven volumes, published between 1871 and 1899, and related to two specific publications: the *Almanach da Agência Primitiva de Annuncios* e o *Annuario Commercial ou Annuario Oficial de Portugal*.

**Keywords:** Lisbon, 19<sup>th</sup> century, Food, Food Services, Publicity.

<sup>1</sup> Bolseiro de doutoramento FCT (SFRH/BD/129185/2017). Trabalho desenvolvido no âmbito do projeto UID/ELT/00196/2013, financiado pela FCT.

## 1. Introdução. Alimentação e sociabilidade urbana na segunda metade do século XIX: o caso de Lisboa.

O século XIX reveste-se de especial interesse no que respeita às práticas alimentares quotidianas. Entre o fausto dos banquetes, bailes e soirées da aristocracia e alta burguesia e a constante privação e monotonia alimentar das classes operárias e agrícolas, os centros urbanos condensavam em si esta dualidade social que desde o início do século vinha sofrendo alterações.

Símbolos da modernidade e progresso, às cidades era imperativo a existência de serviços alimentares que, por um lado, suprissem as necessidades básicas da classe operária e, por outro, respondessem às extravagâncias alimentares da burguesia e aristocracia urbanas. Se, para os primeiros, uma rede de estalagens, hospedarias e tabernas permitia um acesso direto e pouco dispendioso a refeições rápidas<sup>2</sup> (sempre que possível, substituídas pela “merenda” trazida de casa), para as classes privilegiadas os serviços a oferecer deveriam ser mais requintados, sofisticados e dispendiosos. O quotidiano destes, pautado pela oscilação entre práticas domésticas (privadas) e práticas sociais (em contexto privado e público), atos regrados e carregados de teatralidade, incutiam na alimentação e práticas alimentares um papel de primaz importância (Cascão 2011: 222). Para a burguesia emergente que se constituía como grupo social de relevo, dispendir dinheiro em comida era essencial à manutenção da sua imagem, independentemente da ocasião (Drouard 2007: 276): bailes e “soirées” em casa, idas ao teatro, jantares em restaurantes de renome ou reuniões em cervejarias, cada ocasião requeria um tipo de serviço, produto alimentar ou local específico.

Em Lisboa, até à década de 1880, registava-se uma peculiar escassez de locais de diversão e lazer públicos que se coadunassem com as práticas burguesas (Cascão 2011: 71). A tardia revolução urbanística experimentada entre as décadas de 1860 e 1880, numa tentativa de “modernização” das infraestruturas da capital e equiparação com as demais congéneres europeias (Silva e Matos 2000), potenciaria o desenvolvimento da malha urbana e comercial da cidade apenas na última década do século.

Assim, o quotidiano burguês e aristocrático de Lisboa, aparece, à data, pautado por eventos sociais de carácter pouco cidadão, detetando-se uma grande profusão de bailes, “lunchs”, soirées e jantares nas casas aristocráticas

---

<sup>2</sup> A existência de serviços ditos de restauração em contexto urbano está atestada desde a Antiguidade Clássica (O’Gorman 2005). Em Portugal, desde a Idade Média, são conhecidas estalagens e albergarias que dispunham de serviços alimentares, evidenciando-se, já no período moderno, uma maior especialização, registando-se tabernas, lojas de confeitores e pasteleiros (Braga 2014 e Gomes 2017).