

## **Comércio e fabrico de alimentos nos reclames do *Álbum de Pelotas* (1922): análise textual e iconográfica**

### **Commerce and manufacture of food in the advertisements of the *Álbum de Pelotas* (1922): textual and iconographic analysis**

Enviado em: 30-11-2022

Aceito em: 05-01-2022

**Fábio Vergara Cerqueira<sup>1</sup>**

#### **Resumo**

Este texto consiste em um artigo sobre os estabelecimentos que fabricavam e comerciavam alimentos em Pelotas, ativos na terceira década do séc. XX, com base nos anúncios publicados em 1922 no *Álbum de Pelotas*, de Clodomiro Carriconde, obra comemorativa ao centenário da Independência do Brasil. Estes anúncios apresentam um recorte representativo da atividade econômica local, na esfera urbana, mas também em menor grau, na esfera rural, e são indicadores das transformações em curso na cidade, em seus aspectos sociais e culturais. Nosso estudo se baseia na análise textual e iconográfica destes anúncios, então conhecidos como “reclames”. As fotografias mostram-se uma fonte bastante reveladora sobre vários aspectos relativos a estes empreendimentos, apontando dados muito significativos que o registro textual destes anúncios não informa. A análise de conjunto surpreende pelo fato de o editor do *Álbum* querer dar visibilidade não somente aos negócios destinados aos grupos mais abastados das elites e setores médios, visto que o *Álbum* divulga também estabelecimentos mais populares, e aponta também a integração entre a economia urbana e a rural (“colonial”). Em uma cidade que econômica e culturalmente se destaca pela alimentação, tendo sua doçaria reconhecida como Patrimônio Cultural Imaterial nacional, a análise atenta desta fonte traz um conjunto de aspectos reveladores para se compreender a densidade histórica do patrimônio alimentar.

**Palavras-chave:** Álbum de Pelotas; alimentação; anúncios.

---

1 Pesquisador CNPQ PQ-1d. Pesquisador da Fundação Humboldt, Alemanha. Doutor em Antropologia Social pela Universidade de São Paulo (USP). Professor Titular do Departamento de História e dos Programas de Pós-Graduação em História e em Memória Social & Patrimônio Cultural da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Pesquisador Visitante na Universidade de Heidelberg. Pesquisador residente na Escola francesa de Roma e no Centre Jean Bérard, Nápoles (2022). Email: fabiovergara@uoi.com.br

## Abstract

This text consists of an paper on the establishments that sold and manufactured food in Pelotas, active in the third decade of the 20th century. We base our analysis on advertisements published in 1922 in the *Álbum de Pelotas*, by Clodomiro Carriconde, a work commemorating the centenary of Brazil's Independence. These advertisements present a representative cut of the local economic activity, in the urban sphere, but also to a lesser extent, in the rural sphere, and are an index of the ongoing transformations in the city, in its social and cultural aspects. Our study is based on the textual and iconographic analysis of these advertisements, then known as “*reclames*”. The photographs are a very revealing source on various aspects related to these food shops and factories, pointing to very significant data that the textual record of these advertisements does not inform. The overall analysis is surprising given the fact that the *Album*'s editor wants to give visibility not only to economically more empowered groups of elites and middle classes, since the *Album* also discloses more popular establishments, and also points to the integration between the urban economy and the rural (“*colônia*”). In a city that stands out economically and culturally for its food production, with its sweets manufacturing tradition recognized as a national Intangible Cultural Heritage, a careful analysis of this source brings a set of revealing aspects to understand the historical density of food heritage.

**Key-words:** *Álbum de Pelotas*; alimentation; advertisements.

Sophia de Passos<sup>2</sup>. Proprietária do estabelecimento “Fabrica Biscoutos Pelotense”, “indústria particular” contemplada com Medalha de Prata na

---

2 O historiador Aristeu Lopes – que junto ao historiador Mauro Dillmann e ao arquiteto Guilherme de Almeida editaram uma obra em dois volumes comemorativa ao centenário do *Álbum de Pelotas*, de Clodomiro Carriconde (Ver LOPES, DILLMANN, ALMEIDA, 2022) – convidou-me para produzir um texto sobre a alimentação em Pelotas na década de 1920 com base nos anúncios de estabelecimentos alimentares publicados no *Álbum de Pelotas*. Para tal, enviou-me um conjunto de 34 arquivos jpg, com as imagens selecionadas e digitalizadas dos *reclames* destes estabelecimentos. Essas imagens continham textos e fotografias que compunhas estes anúncios (“*reclames*”), que me estimularam a desenvolver a reflexão que aqui apresento. Como o desenvolvimento do material extrapolou em sua extensão o escopo da obra comemorativa, nela foi publicada apenas a parte referente a confeitarias, cafés e restaurantes, tendo sido necessário excluir daquele capítulo os conteúdos relativos a estabelecimentos de outros tipos (e.g. padarias, fábricas de biscoito, armazéns, secos e molhados, depósitos, engenhos). Tendo em vista que as quatro tipologias de estabelecimentos alimentares que alcançamos identificar são analisadas de modo articulado, pontuando questões transversais, decidi publicar aqui a íntegra do texto, evitando desta feita sua fragmentação. Assim, aqui a seção sobre confeitarias, cafés e restaurantes, já publicada (Vergara Cerqueira, 2022), é republicada, mas agora como componente da análise de conjunto.

Quanto às figuras, salvo indicação em contrário, as imagens incluídas aqui resultam da digitalização dos anúncios publicados no *Álbum de Pelotas*, feita pelo colega Aristeu Lopes a

Exposição Nacional de 1908, na capital da República, exposição de indústria e comércio comemorativa do centenário da abertura dos portos<sup>3</sup>. O *Álbum de Pelotas*, publicação comemorativa ao Centenário da Independência do Brasil, nos traz algo desta ‘empresária’ atuante na Pelotas do primeiro quartel do século XX.

O negócio da nossa Sophia ficava na Rua Voluntários da Pátria, em uma casa modesta para os anos 20, com telhado colonial de capa e canal, em um estilo em que não se construía mais na zona central da cidade desde o último quartel do século anterior (Fig. 1). Nesta época, o casario eclético, com suas platibandas, estilo que se espalhou desde fins do século XIX – como é o caso do prédio vizinho, revela-nos a foto do anúncio – cedia espaço a traçados tidos como mais “modernos”, influenciados pelas linhas sinuosas do *art nouveau* ou por abordagens mais retilíneas e funcionais que antecipavam as tendências do *art déco*, que estavam por chegar na década seguinte. Mas não era só a modernidade do prédio que garantiria selo de qualidade para atrair os consumidores pelotenses, que queriam saborear aqui as mesmas delícias da capital da República. A modéstia não ia além das linhas do prédio, que por sinal alegrava com as graciosas janelas com vidros coloridos. A fábrica havia sido agraciada com uma medalha nacional, reconhecimento de que se orgulhava, mesmo que tivesse acontecido quatorze anos antes de seu anúncio no *Álbum de Pelotas*, ao ponto de usar este fato em sua propaganda, em que anuncia amplo “sortimento de biscoitos d’água e doces, krackneis, rosquetes, Les Oublies, rosquinhas, mignon, raminhos cobertos, gemadas”.

---

partir do exemplar conservado no acervo do Núcleo de Documentação História da UFPel. Em razão do peso que a análise iconográfica assume em nossa interpretação, priorizamos, como critério de escolha, reproduzir aqui as fotografias dos estabelecimentos ou croquis de fachadas, veiculados no original como parte dos anúncios. A baixa definição de algumas figuras publicadas aqui deve-se a que as imagens originais que foram digitalizadas têm em si sua clareza comprometida, por fatores ligados às condições de conservação do original. Os trechos textuais extraídos dos anúncios do *Álbum*, presentes neste artigo, estão integrados de modo fluido à escrita, sinalizados ao longo do texto entre aspas duplas, preservando-se sua grafia original, dada sua carga informativa do momento cultural em estudo.

3 No *Álbum*, por erro gráfico, consta “Exposição Nacional de 1918”, ano de crise em que não ocorreu a dita feira nacional, diante do término da Primeira Grande Guerra Mundial e da epidemia da Gripe Espanhola, somada à crise política da sucessão presidencial e à crise social que redundou na eclosão da primeira greve de trabalhadores em 1917.

Por meio deste “reclame” – assim chamavam-se na época os “anúncios” – dona Sophia dos Passos contratou espaço publicitário do editor do *Álbum de Pelotas*, Clodomiro Carriconde, para atrair mais clientes. Este tipo de propaganda, um serviço pago, revela que os comerciantes e industriais acreditam no retorno comercial que significava divulgar seus estabelecimentos no *Álbum* ou em outras publicações deste tipo, como o *Almanaque de Pelotas*, que circulou por pouco mais de duas décadas a partir de 1912, centenário da cidade, tomando como referência a elevação à Freguesia de São Francisco de Paula, um século antes. Assim, este é para nós um dado de história econômica, mas traz à luz também outro tanto sobre os costumes e gostos da época, sobre os parâmetros da vida que se desenvolvia no município, em sua área urbana, mas também em localidades rurais que acompanhavam o “progresso” da cidade.



Figura 1: “Fabrica Biscoutos Pelotense”, de Sophia de Passos. R. Voluntários da Pátria, n. 201.

Minha curiosidade foi logo despertada pelos *krackneis* e pelos *Oublies*. Logo fiz contato com amigos e amigas conhecedores do legado de origem alemã e francesa nas gostosuras feitas por aqui. Mas não tive muita sorte. Tais

produtos não estavam mais presentes na memória local. De cara, conjecturei uma familiaridade entre *Les Oublies* e nossos “esquecidinhos”. Primeiro consultei meu dicionário francês-português de 1982, que adquiri aos quinze anos de idade, e... sem êxito. Aí lembrei que eu tenho um *Fonseca Roquette*, dicionário francês-português já judiado pelo tempo, que meu avô adquirira como livro usado, em Jaguarão, 1898, quando ele, por coincidência, tinha também seus quinze anos de idade. Pus-me a manuseá-lo com cuidado, e aliviado encontro: “Les oublies – hóstias-doce; obreias; esquecido”. Logo percebi que a minha intuição não estava de todo errada. A busca na web levou-me a um dicionário multilíngue publicado em Amsterdã em 1662, destinado ao ensino de idiomas, de autoria de J.A. Comenii: *Janua Linguarum. Reserata Aurea. Seminarium linguarum*. Na seção XXXIV, “*De Panificio*”, apresentada três vezes, em holandês, em latim e em francês (*De la Paneterie*), o item 408 trata da *Pastisserie* (sic.), e entre outros inclui “*les Oublies*”, feitos com a “*fine fleur d. farine*” (COMENII, 1662, p.146). Concluí daí que quem quisesse um biscoito doce, de massa fina e leve, suave, encontraria no estabelecimento de dona Sophia de Passos os então apreciados *Les Oublies*, delicados como hóstias, feitos conforme longa tradição francesa.

E os *krackneis*? Essa busca foi inicialmente mais difícil, apesar da sugestiva e quase óbvia relação com os *crackers* atuais, que são biscoitos d’água, finos, muito levemente salgados. Eis que na mesma obra holandesa do século XVII, também no item 408, encontramos os *krakelingen* como exemplos de biscoitos, logo adiante identificados, em francês, como *craquelins*. A etimologia, recorrendo ao alemão, é de base onomatopeica, lembrando estalidos do fogo, talvez por semelhança com o efeito sonoro de mastigar biscoitos crocantes. No alemão moderno, *Kräcker* é biscoito. Algumas receitas modernas indicam tratar-se hoje de um biscoito fino, mais para salgado que para doce, podendo levar temperos e mesmo pimenta. O site austríaco de receitas alemãs *ichkoche.at* fornece uma receita de *Kräcker* que contém os seguintes ingredientes: 250g de farinha, 20g de manteiga, 120ml de nata batida, 3g de açúcar amarelo, 2g de sal, 1 pitada de pimenta, 1 ovo para dar cor e, para polvilhar, gergelim, sementes de abóbora, sementes de girassol,

sementes de cominho ou queijo. A grafia *krackneis* permite pensar uma variação de *kräcker*, daí um biscoito fino mas crocante, de sabor mais neutro mas bem temperado, como sugere a fotografia disponibilizada no site (Fig. 2)<sup>4</sup>.



Figura 2: Biscoitos tipo Kräcker. Fonte: ichkoche.at  
Disponível em: [ichkoche.at](http://ichkoche.at) - Foto: ©fooddesign - Fotolia.com.

Em um exemplar da revista *Fon-fon* de 1928<sup>5</sup>, revista semanal ilustrada do Rio de Janeiro, a “Fábrica União”, que produzia “Biscoitos Finos para Chá e Café”, entre outros produtos, como biscoito “typo Champagne” e “biscouto Aviadores”, anuncia “Krackneis e biscoutos de polvilho”, afirmando que ali o cliente encontra “Productos de reconhecido renome em todo o paiz”. Suponho que nos lares pelotenses que cultivavam o hábito do chá das cinco, a “Fabrica Biscoutos Pelotense” de Sophia de Passos era um lugar requisitado, para encontrar biscoitos leves, doces ou salgados, biscoitos tradicionais e premiados, que

---

4 Disponível em: <https://www.ichkoche.at/kraecker-rezept-2556> Acesso em 11 de outubro de 2021.

5 *Fon-Fon*, Anno XXII – nº 51 – 22 de dezembro de 1928. Biblioteca Nacional, Acervo Digital. Disponível em: [http://objdigital.bn.br/acervo\\_digital/div\\_periodicos/fonfon/fonfon\\_1928/fonfon\\_1928\\_051.pdf](http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_periodicos/fonfon/fonfon_1928/fonfon_1928_051.pdf) Acesso em 11 de outubro de 2021.

emulam origens europeias às quais as elites e grupos emergentes associavam a ideia de refinamento social, e acreditariam estar consumindo produtos com qualidade que não deixaria a desejar ao que se encontraria na capital da República. Talvez o estilo arquitetônico do estabelecimento, que para a década de vinte passaria uma imagem menos moderna, fosse mais adequado para a venda de delícias que seduzem mais pela ideia de tradição do que de “novidade”.

Quanta coisa podemos aprender de um “reclame” sobre comércio de alimentos. Mas este tem uma singularidade entre os 34 estabelecimentos alimentares que anunciam no *Álbum de Pelotas*. É o único caso em que identificamos o protagonismo feminino, ao ter uma mulher como proprietária do negócio, a senhora Sophia de Passos.

O *Álbum de Pelotas* de Clodomiro Carriconde é assim uma fonte muito rica para o conhecimento dos serviços destinados a suprir necessidades de alimentação da população pelotense do início da década de 1920, seja de lugares onde se adquirem mercadorias para serem consumidas em casa, seja para consumo no local, como espaço de sociabilidade. Além disso, alguns estabelecimentos comerciais têm ao mesmo tempo funções fabris e de elaboração do alimento a ser consumido (a diferença entre “setor secundário”/indústria, e “setor terciário”/comércio não se aplicava com tanta clareza a esta fase do desenvolvimento da economia local e nacional.

Entre os 34 estabelecimentos que adquiriram espaço no *Álbum de Pelotas* para anunciar seu negócio ligado à economia da alimentação, podemos classificá-los em quatro categorias:

- 1) Casas comerciais especializadas na venda de produtos alimentícios mais gerais, mas que podem comercializar também produtos de ordens variadas (total de 15), podendo ser identificados como Armazéns ou Depósitos (5), Secos e Molhados (10) e Importados (1);
- 2) Estabelecimentos industriais que processam e vendem alimento beneficiado, no caso, incluem-se aqui os engenhos de arroz (4) e um

armazém que refina açúcar, mas há casas comerciais ou padarias que atuam também no beneficiamento de açúcar ou café;

- 3) Estabelecimentos que fabricam pães e biscoitos (6), sendo três padarias e três fábricas de biscoitos, cabendo lembrar que as atividades de fabrico, venda e consumo no local se misturam, inclusive com as confeitarias;
- 4) Locais de sociabilidade, para o consumo e degustação local de alimentos (7), sendo quatro confeitarias (duas de propriedade da mesma família), dois cafés e um restaurante.

Difícil avaliar o quanto este conjunto de anunciantes é representativo do conjunto da atividade econômica local ligada à cadeia de alimentos. Mas algumas estimativas podem ser feitas. Simões Lopes Netos, em relatório publicado em 1910, informava que neste ano estavam ativas em Pelotas 188 fábricas, 278 oficinas e 822 casas de negócios (LOPES NETO, 1911, p.13). Os anúncios veiculados no *Álbum* mostram como nem sempre é fácil discernir, apenas com base nos reclames, quando se trata de um estabelecimento industrial (“fábrica”) ou comercial (“casa de negócios”), visto que em muitos estabelecimentos anunciados estas funções de sobrepõem. Por esta razão, é difícil comparar relatórios diferentes, que podem adotar critérios variados para classificação do setor em que o estabelecimento atua.

Em 1920, conforme estudo de Alfredo da Costa (1920, p.73), haveria 724 indústrias em Pelotas. Improvável imaginar que exatamente na década de 1910 – com ciclo de crise que se arrastou por toda segunda metade da década – tenha havido um crescimento da ordem de 300%. Esse relatório, entretanto, datado de dois anos antes da publicação do *Álbum*, fornece-nos números mais precisos sobre os estabelecimentos alimentares que fabricavam os produtos, de sorte que nos permite avaliar melhor a representatividade dos negócios anunciados face à atividade econômica local naquele momento. O estudo consta de 24 padarias, ao passo que no *Álbum* anunciam três; duas fábricas de biscoitos e duas de massas, enquanto no *Álbum* aparecem reclames relativos a três estabelecimentos deste tipo.

Alfredo da Costa menciona duas fábricas de torrar e moer café. Já na publicação de Carriconde encontramos duas referências à fabricação do café, mas sempre associadas a outros estabelecimentos alimentares que disporiam de chaminé, como é o caso da “Padaria e Fábrica de Biscoitos” da firma Xavier, Duarte e Cia, proprietária de diversos empreendimentos, ou do “Armazém Rocha Negra”, de Bento Agostinho Peixoto, ao lado do qual funcionava uma “Fábrica de Café Movida a Vapor”, não mencionada no reclame mas evidenciada na fotografia constante neste (Fig. 3). Sabe-se porém pelo reclame que este armazém oferecia o serviço de “moagem de pimentas e cominho a vapor” – e como a fotografia mostra apenas uma chaminé, informando ainda sobre a moagem do café, deduz-se daí que o mesmo estabelecimento funcionaria como fábrica de café e armazém de produtos variados – tudo isto em um negócio formado por dois prédios (ao menos se vêm duas fachadas distintas), sobre os quais o telhado foi substituído por uma laje, que unifica as duas construções e serve de base para uma casa de madeira, talvez moradia do proprietário. Este é um exemplo de como a fotografia pode agregar informações relevantes não constantes no texto do anúncio. Alfredo da Costa menciona dois estabelecimentos fabris para refino do açúcar. Um destes pode ser o negócio de Nogueira & Neves, armazém que também oferecia o serviço de “refinação de assucar” (sic.).

Mas a onomástica comercial também desperta interesse. Sobre a razão do nome deste estabelecimento, “Rocha Negra”, ficamos na curiosidade, diante de duas possíveis explicações: os proprietários poderiam ser de origem árabe, numa referência à pedra negra encravada na Caaba em Meca (vale lembrar que nas duas primeiras décadas do século XX ocorre forte entrada na região sul de imigrantes de origem levantina), ou fariam uma alusão simpatizante à Loja Maçônica “Pedra Negra” de São Gabriel, conhecida pela sua primazia abolicionista, com a alforria de mais de 900 escravizados em 1884. No momento, difícil ir além dessas conjecturas.



Figura 3 – “Armazém Rocha Negra”, com Fábrica de Café Movid a Vapor.

Passemos à análise das quatro tipologias de empreendimentos alimentares, ativos em Pelotas há exatamente um século e que veicularam anúncios no *Álbum* de Carriconde.

### **Armazéns, Secos e Molhados e Importados**

Dos 15 estabelecimentos deste tipo, onze se encontram na área central e quatro deles na zona rural. O fato de quase um quarto dos negócios anunciados se situarem na região rural evidencia a força da economia colonial nesta época, responsável por uma produção de vinhos muito representativa em termos nacionais (Alfredo da Costa citas três vinícolas ativas em 1920), e por vários outros tantos produtos. O interesse destes depósitos coloniais em divulgarem suas lojas no *Álbum* mostra que viam na publicação um veículo importante também para o comércio colonial, talvez para chamar a atenção não só dos colonos, mas também de comerciantes da cidade.

Dois estabelecimentos coloniais situam-se no Retiro, que ganhava importância também pela hidráulica que havia pouco tinha sido instalada por ali: um deles é o “Depósito Colonial – Armazém de Secos e Molhados”, de Brod

e Irmãos; o segundo, é o “Villa do Retiro”, propriedade de João Schild e Filho. Ambos se identificam como “depósito colonial”, e ali se encontram produtos de toda a ordem. No “Villa do Retiro” o cliente poderá comprar “Secos e Molhados, Fazendas, Ferragens, Louças e Miudezas”; além disso, ali o produtor rural – nesta região identificado como “colono” – poderá vender seus produtos para serem comercializados. Mesmo estando na zona rural, já possui telefone: basta pedir à telefonista o número 408. Para falar com o Depósito de Brod e Irmãos, discava-se o “Telephone n. 303”, onde sempre se encontravam “feijão, batatas, ovos, carne de porco, banha, etc., etc.”. O reclame informa que os atuais proprietários são sucessores de Jacob Brod, o que reforça ser uma casa conhecida há algum tempo, o nome do proprietário anterior (pai?) ajudando a dar credibilidade ao negócio.

Os outros dois armazéns rurais são um pouco mais distantes. Um deles é o Depósito Colonial de Frederico Lange (Fig. 4). Apesar de o reclame não informar a localidade, na fotografia identificamos o lugar: Centro da Barbuda. Hoje, precisa passar pelo Sítio Floresta e pegar a Estrada da Barbuda para se atingir a localidade, na direção do Monte Bonito. Observe-se o cavalo descansando ao lado do estabelecimento, indicando que seria o modo usual de os habitantes da região se dirigirem ao local para adquirir mercadorias – podemos imaginar se não pertenceria a um dos dois senhores que, na porta, pousam para a fotografia.



Figura 4 – “Depósito Colonial” de Frederico Lange, na Barbuda

O negócio mais distante anunciado no *Álbum* é o “Armazém de Seccos e Molhados de Camillo Elicio Bilhalvo”, localizado na Santo Amor, colônia que hoje fica na divisa entre Pelotas e Morro Redondo, região conhecida pela produção dos docestradicionais desidratados, como as passas de pêsego e as panelinhas de marmelada branca (Fig. 5). Não é à toa que o reclame valoriza a paisagem rural em que este depósito está assentado, pois é uma forma de mostrar que, no centenário da independência, o progresso chegaria tanto na área urbana como nas distantes regiões rurais, à época em franca prosperidade, de onde vinham os alimentos básicos para a cidade, mas também algumas deliciosas doçuras.



Figura 5 - Armazém de Seccos e Molhados de Camillo Elicio Bilhalvo, localizado na colônia Santo Amor, hoje divisa entre Pelotas e Morro Redondo.

Interessante observar que muitos dos armazéns e casas de secos e molhados situados na área urbana destacam sempre que o cliente encontrará ali toda sorte de produto vindo da colônia. Por exemplo, no “Ao Mesquita - Casa de Seccos e Molhados”, situado na então Praça Constituição (nos arredores do atual camelódromo *Pop Center*), que faz venda por atacado e varejo, “tem sempre à venda Generos da Colonia, a saber: feijão, milho, batatas, toucinho, manteiga, alfafa, ovos, banha, etc., etc.”. Já o “Armazém de Seccos e Molhados de João Vaz da Silva”, localizado próximo ao anterior, na Praça 20 de Setembro, entre os “Generos da Colonia”, estão à disposição do

cliente também “xarque, farinha, aveia, cevada, azevem e feijão de todas as cores”. Outro armazém situado na 20 de Setembro, o “Ao Férrer”, de Francisco Ferrer, que igualmente vendia por atacado e varejo, não via necessidade de entrar em detalhes: “permanente depósito de Generos Coloniaes”. Vê-se como esta área da cidade, por onde hoje estão o camelódromo e a Praça 20 de Setembro, eram um lugar de referência para se encontrar produtos que chegavam da colônia via Fragata.

### **Engenhos e cereais**

O primeiro empreendimento a ser mencionado aqui, por ser da maior importância para a economia local e regional, é o “Engenho ‘São Gonçalo’”, de Pedro Luiz da Rocha Osório, conhecido na cidade como Cel. Pedro Osório, que se iniciou no ramo em 1907. Conhecido como “Rei do Arroz”, foi intendente municipal e foi homenageado no seu nome atual da praça central da cidade. Sabemos se tratar de um empreendimento industrial, do que a iconografia associada não deixa dúvida. Mas no anúncio quer lembrar ao comerciante local que com eles pode adquirir o produto na embalagem identificada como “Selecionado 10 kilos”.

Como logomarca, visualizamos no canto superior esquerdo a combinação de três iniciais: O, P e B, daí, Beneficiamento de Arroz Pedro Osório. O terço inferior do anúncio é ocupado com a iconografia, que mostra um grande parque fabril, em parte existente até hoje, composto por quatro prédios, três deles bastante verticalizados para os padrões da época: destaca-se o prédio mais vertical, com os silos de armazenamento, cuja altura dá uma dimensão do volume de arroz beneficiado; os outros dois prédios têm quatro andares e praticamente a metade da altura do anterior (Fig. 6). O prédio menor, mais próximo do canal, liga-se a um trilho, sobre o qual vagonetes com a produção são puxadas por um vagão com máquina a vapor. Em um dos prédios desponta a chaminé, símbolo mor do “progresso”, sobre a paisagem à beira do Canal São Gonçalo, onde atracam quatro embarcações, que

contrastam com o cenário ainda rural ao fundo, por onde hoje estão o condomínio horizontal Lagos de São Gonçalo e o Shopping Pelotas.



Figura 6 – “Engenho “São Gonçalo”, de Pedro Osório, às margens do São Gonçalo.

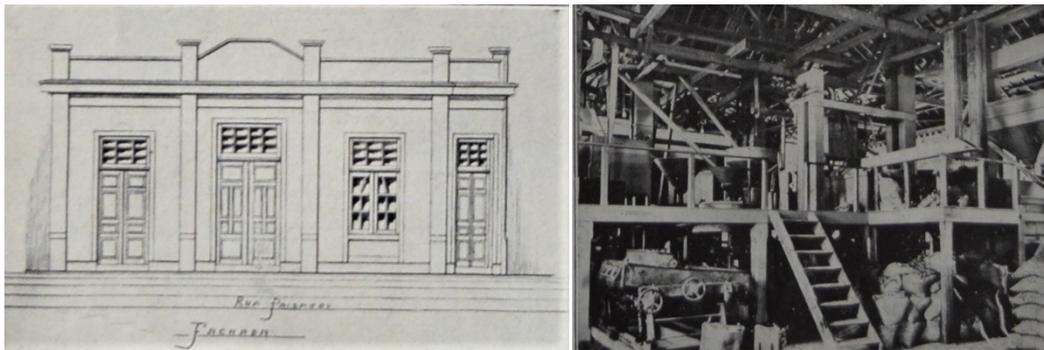
A representação visual da empresa evidencia tratar-se de um empreendimento de grande porte, carro chefe da emergente economia arroseira que vai mover a economia da cidade e da Fronteira Sul do estado por várias décadas. Sua localização à beira do canal, distante da zona urbana, recebendo embarcações, indica que seu escopo maior não é o consumidor local, mas a “exportação” para o restante do estado e do país. Todavia, aí consumidores diretos e comerciantes poderiam adquirir sacos selecionados com 10 quilos do cereal beneficiado para o preparo como alimento.

A pujança da emergente economia arroseira se dá a perceber também na presença de mais quatro estabelecimentos congêneres, mas com escopos um pouco diversificados. O “Engenho da Luz de Beneficiar Arroz”, propriedade de Scholl & Broll, localizava-se na então Rua General Victorino (atual Anchieta), onde se situa a Igreja da Luz – e é por seu nome que a empresa se identifica –, igreja que à época dava nome a estas redondezas, área não ainda integralmente urbanizada, mesclando ares rurais e urbanos. Já possuía *telephone*, mas parecia dar preferência a receber encomendas pelo endereço *telegraphico* SCHOLL, tecnologia de comunicação consolidada há mais tempo. A imagem nos mostra um empreendimento de médio porte, situado em uma

área ainda semiurbana, com muitos vazios construtivos, mas para onde a cidade avançava.

A terceira empresa desse ramo que anuncia no *Álbum* é o “Engenho São João”, de propriedade de João Schild e Cia. Este empreendimento atua ao mesmo tempo no setor agrícola e industrial, possuindo plantações de arroz próprias e realizando no local o beneficiamento do arroz. Está situado na então Rua Paysandu, atual Barão de Santa Tecla, e a fotografia indica que, naquele momento, tratava-se de um engenho de pequena proporção.

Muito interessante observar as duas imagens que decidiram incluir no reclame, afirmando que estão “cheios de prazer” ao publicarem “as fotografias do modelar estabelecimento que Pelotas orgulha-se de possuir”. À esquerda, mais acima, vemos o croqui da fachada, com duas portas e duas janelas, onde, mesmo nas proporções modestas da construção, percebe-se a intenção de “modernidade”, pois o rebuscado das ornamentações fachadísticas e das platibandas abertas cede espaço a uma composição mais retilínea, mais funcional, sem ornatos e com platibanda fechada, que no seu conjunto se afasta do ecletismo histórico e vai na direção do protomoderno de viés *art déco* da década seguinte (Fig. 7). Há uma ideia de modernidade nesta emergente indústria do arroz que suplanta o ciclo do charque.



Figuras 7 e 8 - Fachada e instalações fabris do “Engenho São João”, de propriedade de João Schild e Cia.

Na segunda foto, mais abaixo e à direita no reclame, os proprietários querem mostrar o diversificado maquinário, seguramente boa parte importado, destinado às várias fases do beneficiamento do arroz (Fig. 8). Podem-se ver

várias sacas do produto agrupadas pelos cantos, que em padrões atuais conteriam 50 quilos cada – afirmam serem capazes de produzir algumas dezenas de “saccos” por dia, produção voltada a atender à crescente demanda local. Mesmo que a nossos olhos pareça um estabelecimento pequeno, o moderno maquinário para a época o torna capaz de ter uma grande produção, e, para se mostrarem comercialmente competitivos, expressam muito orgulho desta: “É um estabelecimento de primeira ordem, instalado com rigoroso capricho e com todos os machanismos próprios, modernos e adequados para o fim de uma produção intensiva e de uma perfeita elaboração”.

O quarto a anunciar é o “Engenho de Arroz Santa Ignácia”, de Menotti Gentilini, localizado na então Rua Sete de Abril, atual Dom Pedro II, ocupando do número 709 a 715. De fato, até hoje, as instalações deste engenho, cuja fachada se preserva, ocupam uma boa parte deste quarteirão. Nos anos 1990, funcionou aí uma “moderna” danceteria, que se beneficiou dos amplos espaços internos, com um projeto interno bastante sofisticado, e que levava o nome do antigo estabelecimento. Apesar de denominar-se “engenho”, e de possuir grandes dimensões, a princípio o reclame não informa a funcionalidade industrial de se realizar aí o beneficiamento, ressaltando outrossim possuir armazéns que têm “sempre em deposito arroz de primeira qualidade marca BIJÚ, LINDO e outros”, ficando claro que neste local, em posição razoavelmente central, próximo da estação ferroviária, o consumidor e o comerciante pelotense encontrariam o produto que rapidamente se impunha no gosto local – e produtos de boa qualidade. Mas vale notar que esta empresa que atende ao mercado local está preparada para receber representantes de outros fabricantes, assim como para receber produtos em consignação e, ressalte-se, também para “exportar” (termo que à época incluía a venda para outros estados)!

Como comentado anteriormente, estabelecimentos diversificados anunciam o refino do açúcar, algo que deveria ter uma demanda bastante forte em Pelotas, dada a tradição local de produção de doces, seja entre as famílias adeptas à doçaria de tradição conventual portuguesa, seja entre os descendentes de imigrantes da zona colonial, que produziam grande

quantidade de doces de fruta, chamados doces de tacho, já em alguns casos passando por uma processo inicial de industrialização – sem mencionar a moda das confeitarias, de que falarei adiante. É de se supor que a produção reduzida associada a armazéns ou padarias não fosse suficiente. Diante desta demanda, é esperável que houvesse estabelecimentos em que se pudesse adquirir o produto em grande quantidade, e de fato um destes empresários locais resolveu anunciar no *Álbum*: trata-se do “Armazem e Refinação de Assucar” de Nogueira & Neves, fundado em 1884 e situado na antiga Rua Paysandú, atual Rua Barão de Santa Tecla. Este, diferente dos demais, coloca a “refinação do assucar” como sua atividade principal, mesmo que, em sendo um armazém, possam-se aí encontrar também outros produtos.

Note-se que este emergente setor agroindustrial do beneficiamento de arroz inclui entre os empreendedores, para além do substrato populacional das elites luso-brasileiras, descendentes dos imigrantes alemães e italianos, como indicam os sobrenomes dos proprietários (alemães: Broll, Schild, Scholl; italiano: Gentilini, que talvez fosse ele mesmo um imigrante, visto ter o nome Menotti, em grafia italiana, e não nome português ou aportuguesado, como é comum aos filhos e netos de italianos nascidos aqui naquela época).

### **Biscoitos e pães:**

Dos seis estabelecimentos deste setor que anunciam, iniciemos por uma grande firma, que exemplifica um pouco como os empreendimentos multiplicavam sua atuação. A Firma Xavier, Duarte & Cia. é uma grande sociedade, que atua em ramos variados, do panifício ao setor construtivo (serraria, carpintaria, depósito de madeiras e outros materiais). Fundada em 1865, quando do lançamento do *Álbum* já funcionava há 57 anos. Com anúncio de página inteiro, o grupo deveria possuir um volume grande de capital, possuindo filial em Rio Grande. Interessa-nos aqui a atuação do grupo no setor de alimentos, tal como informada no anúncio, indicando estarem presentes no ramo sob a forma de “Padaria, Fábrica de Biscuitos, Massas, Café e Bolaxas” – ou seja, tirando o café, tudo ligado a produtos derivados da farinha.

O anúncio publica, além das fotos dos sócios, quatro fotografias: na parte inferior do anúncio, uma foto da secção de carpintaria e uma do depósito de madeira da filial riograndina; mais ao centro, duas reproduções de uma foto da padaria, a menor, mostrando detalhe da fachada, com o acesso principal dos clientes pela esquina (Fig. 9), e a maior, com uma visão panorâmica do estabelecimento (Fig. 10). A vista geral permite compreender que neste grande empreendimento, com duas chaminés, produzem de pão e massas, a biscoitos e bolachas. O texto, em coerência com a fotografia, revela a “filosofia” do empreendimento: boa organização, instalações amplas e higiênicas e rigoroso asseio na produção, empregando trabalhadores homens e mulheres. Para confirmar o discurso escrito do reclame, soma-se a linguagem visual, com mais força ainda: cinco mulheres, com uniforme branco, pousam para a foto, nas duas portas à direita, enquanto um conjunto de quatro homens estão nas demais portas, talvez trabalhadores – um deles com uma toca branca poderia ser um dos padeiros. Note-se também a grande quantidade de automóveis estacionados junto às duas calçadas, um dos veículos com passageiros no interior. O discurso visual cuidou para que não estivessem presentes charretes ou cavalos, mas apenas autos, símbolos do moderno, do progresso e de riqueza, imagem a que esses empreendedores querem se associar.



Figura 9 - Detalhe da fachada da “Padaria e Fábrica Xavier, Duarte & Cia.”, fundada em 1865.



Figura 10 – “Vista geral” da fachada da “Padaria e Fábrica Xavier, Duarte & Cia.”, fundada em 1865.

A análise da formação societária da empresa nos permite uma reflexão sobre gênero. Os proprietários são Heleodoro Setembrino Xavier, Antonio Duarte da Silva e a viúva Maria Rodrigues da Silva, a qual é apresentada como “comanditária”, ou seja, é sócia acionista mas sem obrigações/direitos na gestão da empresa. Em vez de seu nome ou fotografia aparecer, aparece a foto de um Manoel Duarte da Silva, talvez parente dela. Assim, diferente do caso de Sophia de Passos, que possui protagonismo como agente econômico, a presença na empresa de Maria Rodrigues da Silva se dá em decorrência da viuvez. Quando o anúncio elogia o trabalho direto dos proprietários acionistas dirigindo pessoalmente os negócios, o nome de Maria não é mencionado. Visto que no tocante às trabalhadoras o anúncio incorpora a visibilidade feminina, notamos que isto não ocorre no plano dos proprietários, talvez em coerência com alguma visão social sobre as elites, que vincule dignidade feminina e idealização de sua condição ligada ao lar e à família, e não à administração dos negócios.

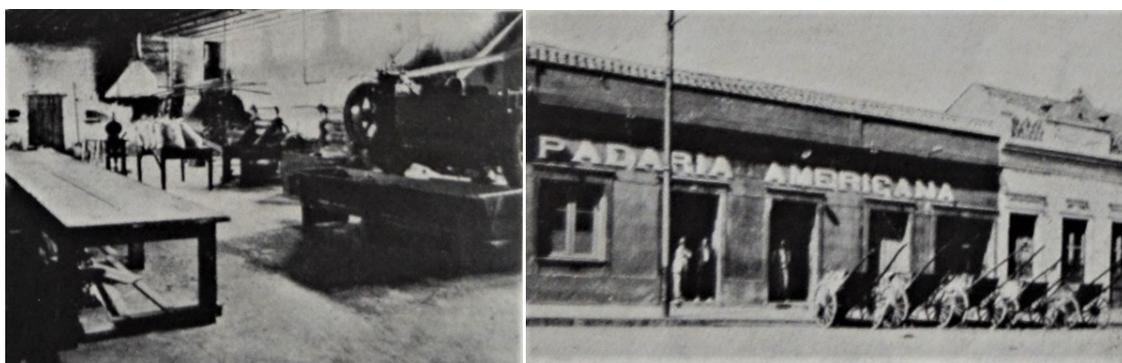
Na mesma linha da padaria de Xavier, Duarte & Cia., a “Fábrica Santa Rosa” de Carlos Rodrigues apresenta-se como uma grande empresa, situada em endereço nobre: a Rua 15 de Novembro. Porém, diferente da anterior, essa está focada estritamente no setor de panificação: “Grande estabelecimento de panificação”. O anúncio veicula também a data de fundação, 1911 – portanto, não quer com isso dizer propriamente que seja um estabelecimento tradicional, mas sim que, mesmo sendo razoavelmente novo em comparação com outros

que já passaram por mais de uma geração de proprietários, é um negócio que deu certo e se tornou grande. Interessante observar que já no seu primeiro ano de funcionamento a “Fábrica Santa Rosa” anuncia no *Almanach*, n. 7-8, de 30 de abril de 1912, porém incluindo mais um sócio (Nascimento) e com endereço na então Rua General Victorino, atual Rua Anchieta, o que indica que em uma década se reestruturou, ampliou e se transferiu para o ponto comercial mais disputado, a XV.

Em um elegante prédio assobradado de esquina, a “Santa Rosa” oferece ao cliente, seja consumidor direto ou comerciante, todas formas de contato para suas encomendas: “endereço telegráfico: ALICMAR – Caixa Postal – Telephone”. E garantem ao consumidor que suas massas são fabricadas com farinha da qualidade superior e que têm um “permanente depósito de especiarias biscoitos, fabricados com esmero”. O “esmero” na fabricação, para além da higiene e asseio, trata-se de um discurso com foco mais direcionado ao consumidor de elite (ou de grupos médios que se pensam e comportam como tal), que encontra na Rua 15 de Novembro o seu espaço de sociabilidade e afirmação de identidade social (DEVANTIER, 2013).

A terceira que mencionamos aqui é a “Padaria do Commercio”, localizada na avenida General Osório e de propriedade de Manoel Pires da Fonseca e João Pires da Fonseca, que, a título de marketing, orgulha-se também de sua antiguidade, estando ativa desde 1880, bem como de sua popularidade: “Eis uma casa, pode-se dizer, a mais popular nesta cidade”. Repete-se asseio e higiene como qualidades enaltecidas, e informa ser “movidada a eletricidade”. Interessante, pois faz contraponto a outros estabelecimentos em que a produção se vincula ao uso do vapor. Já a “Padaria Americana”, é praticamente tão antiga quanto a anterior, fundada em 1876, sendo localizada na Rua Marechal Floriano e de propriedade de Leite & Cia. Assim como a anterior, orgulha-se de ser movida à eletricidade, e disponibiliza ao consumidor “completo sortimento de bolachas, bolachinhas e biscoitos”. O reclame apresenta duas fotografias: na da direita, apresenta o interior do estabelecimento, mostrando as instalações onde são feitas as bolachas e biscoitos, que indica condições mais simples (Fig. 11). Esta simplicidade fica

reforçada pela segunda fotografia, à esquerda, a qual reproduz a fachada e diante desta um conjunto de cinco charretes alinhadamente estacionadas (Fig. 12). Não estão dispostas aleatoriamente, mas de modo esteticamente planejado, o que evidencia a intenção de demonstrar que se trata de um estabelecimento mais simples, e que portanto aí devem se sentir mais confortáveis consumidores de menos recursos, que não tenham condições de possuir um automóvel para se dirigir ao estabelecimento, diferentemente do que comunica a fotografia da Padaria de Xavier, Duarte & Cia. (Fig. 10).



Figuras 11 e 12: “Padaria Americana”, de Leite & Cia.

Algumas padarias não se anunciam como fabricantes de uma linha muito diversificada de produtos, como é o caso da “Padaria Rio-Grandense”, de Antonio Louzada e Filho, situada na Rua Gonçalves Chaves, que oferece “pão fresco de manhã e a tarde” e “tem sempre: Bolachinhas d’água e doce, Biscutos, Pão doce, etc., etc.”. Mas para completar o necessário ao seu desjejum ou seu café da tarde, o cliente conta com o serviço de “torrefação e moagem do especial Café LOUZADA”, que leva o nome do proprietário do negócio. Não agrega a sua divulgação fator como antiguidade do negócio, mas não perde oportunidade para inserir certo discurso de modernidade, afinal, possui “telephone dos novos”!

Sobre a “Fabrica Biscutos Pelotense”, da senhora Sophia de Passos, já discorremos acima, mas quero aqui destacar que, assim como todos os demais empreendimentos do setor de panificação e padarias que anunciam no *Álbum*, todos são de propriedade de luso-brasileiros ou de portugueses, como atestam os sobrenomes (Duarte, Leite, Louzada, Passos, Pires, Rodrigues, Silva e

Xavier), evidenciando a fama que ficou até hoje na cidade de que as “padarias são de portugueses”.

### **Confeitarias, cafés e restaurantes<sup>6</sup>:**

O ramo de confeitarias, situadas nas artérias mais nobres da cidade, tornou-se um dos grandes símbolos do sentido de vida urbana à época, lugar de encontros das famílias mais abastadas, nos seus passeios pela Rua XV de Novembro, na qual, segundo imagem literária que nos passa Salis Goulart (1925, p.4-5), em sintonia com uma visão mais elitista da cidade, os grupos populares, como operárias e operários, circulariam somente durante o Carnaval, e bastante deslocados frente aos costumes mais refinados. Trata-se de um provável exagero essa visão de Salis Goulart, mas traduz a concepção imaginária de cidade aristocrática da época, na qual essa Rua era sentida como espaço das elites e seus costumes modernos e refinados – costumes emulados pelos setores médios urbanos que alargavam a base social consumidora dos negócios aí localizados, entre os quais as confeitarias (GONÇALVES, 2018, p.116-117). Na Rua XV, as distintas confeitarias eram lugares frequentados pelas belas mulheres da sociedade local, isto é, mulheres de famílias da elite, pois, como lembra o cronista social Dagoberto:

Pelas ruas, lindezas que passam. Mulheres... como tudo é formoso! Na Confeitaria Nogueira, adoçam ainda mais os seus sorrisos, pequenas encantadoras... Lucy Amaral Bordini, acompanhada da senhora Alice Kramer Amaral. Depois Vera Nogueira e com a Sra. Olga Nogueira (...). (Dagoberto, “Pelotas Social”, *A opinião pública*, 30 de maio de 1930, p. 4).

Mas estas confeitarias, assim como os cafés, eram também locais em que os cavalheiros debatiam política, às vezes avançando no horário, pois a eletrificação o permitia (GONÇALVES, 2018, p.18), talvez como os senhores

---

6 Esta seção foi publicada, com o título “Confeitarias, cafés e restaurantes: alimentação e sociabilidade no *Álbum de Pelotas*”, sob forma de capítulo de livro, na obra comemorativa ao centenário do *Álbum de Pelotas*, organizada por Aristeu Machado Lopes, Mauro Tavares Dillmann Guilherme de Almeida. Ver: Vergara Cerqueira, 2022.

que vemos, nas fotos constantes nos anúncios do *Álbum*, em algumas das mesas dos salões da “Confeitaria Dalila” e da “Confeitaria Brasil”.

De um conjunto mais amplo de estabelecimentos, três são as doçarias que anunciam no *Álbum*, notando-se a ausência, por exemplo, de uma das maiores da época, a “Confeitaria Nogueira”, de João Nogueira, a mais antiga, que em 1920 tinha endereço concorrido na XV de Novembro, atual nº 559, “fundada em 1898, especializada em doces artesanais”, que “exportava para Portugal, Itália, França, Inglaterra e Estados Unidos (BOLOGINI, 2010, p.52), cujos reclames encontramos nos exemplares do *Almanach de Pelotas* (RAMIRES, 2017, p.40-41) – é possível que em muitos casos houvesse algum compromisso de não anunciar em outros veículos da imprensa, como é o caso do *Álbum* de 1922, visto que a receita de anúncios era talvez a principal fonte de recursos para essas publicações.

No *Álbum*, encontramos um anúncio duplo das confeitarias “Dalila” e “Gioconda”. Mesmo que no anúncio informe sociedades não exatamente iguais – “Dalila” sendo de D. Souza Moreira e “Gioconda” de Moreira e Irmão – sabemos que a segunda é uma ampliação da primeira, a partir da incorporação de uma terceira, a “Confeitaria Brauner”, pertencente a Tancredo Braga, que era especializada em “finos BONBONS de crême” e que anunciava no *Almanach de Pelotas*. Em um reclame publicado nos dois primeiros números deste, em 15 de outubro e em 25 de novembro de 1911, anuncia-se que esta confeitaria possui uma fábrica de “caramellos e compota de pecegos Marca AGUIA” e que foi “premiada com medalha de OURO e PRATA na Exposição Nacional de 1908”. Ali o cliente encontrava “grande sortimento de Confeitos, Chocolate com crême e outros artigos da phantazia e caixas com finosBONBONS de crême”. Esta casa, que já estava ativa há algum tempo em 1908, ao ponto de ter condições de participar na exposição nacional na capital da República e sair com dupla condecoração, foi então vendida em 1921 a Domingos Moreira, que era proprietário da “Confeitaria Dalila”, que vai reabrir o estabelecimento como seção de bebidas (lembrando que ambas se comunicavam por dentro), dando a ele o nome de “Confeitaria Gioconda”, que conquistou a clientela com os “gelados” que fabricava (DEVANTIER, 2013,

p.78). Sem dúvida, com esta aquisição o proprietário não somente amplia e diversifica seu negócio, como elimina um forte concorrente, muito bem conceituado.

Quanto à diversificação, observe-se que, de fato, no anúncio, querem chamar atenção não somente pelos doces, mas também por dispor de “salas especiaes para bebidas”, o que nos faz pensar que o público de senhoras e de senhores pode ser distribuir entre o espaço para doces e espaço para bebidas, visto que podem implicar sociabilidades e frequência de gênero distintas. A entrada da “Dalila” era pela Marechal Floriano, próximo à esquina da XV, ao passo que a entrada da “Gioconda” era na XV. Pelo cronista “V.M.”, que assina somente com suas iniciais, sabemos que a “Dalila” fazia parte da programação obrigatória dos lugares elegantes da cidade, aos quais denominava por horários. Assim, para o Cine Capitólio, tinha a “hora capitoleana”, para o recém inaugurado Teatro Guarany, a “hora guaraniana”, e para as reuniões na “Confeitaria Dalila”, a “hora dalilana” (*Diário Popular*, 13 jun. 1930, p.4).

Diferente de outros empresários que vinculam ao anúncio prioritariamente a fachada ou o parque fabril, D. Moreira opta por colocar uma fotografia do salão interno da confeitaria, lugar de encontros das senhoras e senhores das famílias que circulavam pelo comércio mais requintado da Rua XV, ou simplesmente por aí flanavam nas horas vagas (Fig. 13). A fotografia mostra o mobiliário, com balcões e armários em estilo *art nouveau*, mesas e cadeiras onde se acomodam clientes, além dos atendentes, com aventais brancos.



Figura 13 - Salão da “Confeitaria Dalila”.

Uma segunda confeitaria que anuncia no *Álbum* é a “Confeitaria Brasil”, fundada em 1915 e pertencente a Manoel Leandro Gaspar e Cia., bem posicionada em uma esquina, em frente à Praça da República (atual Praça Cel. Pedro Osório), pela XV, “lugar de maior movimento da cidade”. Entre suas especialidades, a “Confeitaria Brasil fabrica diariamente as especiaes e procuradas ballas de Ovos, Nozes e Amendoas”, que podem ser acompanhadas do Guaraná Espumante, fabricado em São Paulo, de que são o único representante.

O anúncio chama a atenção que “anexo à confeitaria está installada com luxo e gosto a sala especial para familias, onde tem sempre variedade de finos bon-bons, licores, doces, sorvetes e gelados” (Fig. 14). Por “familia”, aqui, entende-se não famílias de operários, mas dos grupos sociais mais abastados, visto que é a estes que o espaço das confeitarias se destinava. O anúncio torna claro que o público-alvo da confeitaria é um público com poder aquisitivo mais alto, visto apresentar-se como “casa de primeira ordem, especialidades em doces para casamentos, baptisados e banquetes”. A concorrente, “Confeitaria Nogueira”, também atende a todo tipo de encomenda e para tal

“dispõe de peritos doceiros e confeiteiros”, como anuncia em um reclame do ano anterior, no *Almanach de Pelotas* (1921, p.262). Ou seja, as confeitarias destinadas ao consumidor de classes mais altas possuem salões confortáveis para o consumo no local, e a “Confeitaria Brasil” faz questão de mostrar no anúncio a foto do salão; mas estes estabelecimentos também estão preparados para receber encomendas para grandes festas.



Figura 14 - Salão da “Confeitaria Brasil”.

Em ponto privilegiado que conecta a Rua XV e a Praça Cel. Pedro Osório, a “Brasil” era bastante concorrida durante os festejos de Carnaval, e aí muitos recorreriam a ela não em busca de doces, mas de mesas para descansar e tomar uma bebida gelada, como na cena evocada no romance *A Vertigem* de Salis Goulart: “Na Confeitaria Brasil, em frente, os empregadores, empunhando garrafas de cerveja (...) e havia gente, a esperar que as mesas repletas se esvaziassem (...)” (SALIS GOULART, 1925, p.3-4)

Por fim, a terceira doçaria a anunciar no *Álbum* é a “Confeitaria Gaspar”, de propriedade de Luiz Cunha e localizada na XV de Novembro n. 625, “em um dos pontos de mais movimento desta cidade”. Trata-se de uma doçaria que mais tarde se tornará muito forte, na memória da cidade sendo lembrada como

concorrente da mais conhecida, a “Nogueira”. Fundada em 1910, de fato era em 1922 razoavelmente nova (se comparada com a “Nogueira” e a “Brauner”, mas alegava como qualidade o fato de rapidamente se tornar popular: “Eis uma casa, que não sendo das mais antigas, é no entanto uma das mais populares desta cidade”, pois “dia a dia vem conquistando a preferência de todos os apreciadores de finos BONBONS, DOCES, CHOCOLATES e LICORES, não somente pela modicidade dos preços, mas também pelo rico e variado sortimento e pela gentil maneira com que a casa atende á freguezia”. Vê-se que a “Gaspar” defende, neste momento, uma outra linha de marketing, com um foco de mercado diferenciado das doçarias mencionadas acima: ao colocar a “modicidade dos preços” como um atrativo, busca conquistar para o consumo de suas guloseimas grupos menos abastados, talvez grupos médios de poder aquisitivo mais limitado, que igualmente estariam ávidos pelos finos produtos aí disponíveis. Talvez por adotar essa linha comercial e a todos atender bem, não importando o padrão sócio-econômico. Na contramão do que ocorreria na “Nogueira” – a confiar no que nos traduz Salis Goulart da Pelotas da época –, a “Gaspar” foi uma das confeitarias que mais cresceu nos anos que se seguiram, mantendo-se por muito tempo com as portas abertas. O editor do *Álbum*, Clodomiro Carriconde, que aparece como narrador na primeira pessoa do plural em vários reclames, manifesta especial gratidão e simpatia pela forma como fora acolhido pelo proprietário da “Gaspar” em sua visita à confeitaria, para preparar o reclame. Talvez nesta ocasião tenha feito a fotografia veiculada como parte do anúncio, na qual o senhor Luiz D. Cunha aparece, atrás do balcão.



Figura 15 – “Confeitaria Gaspar”.

Note-se na fotografia do interior da doçaria, em destaque, o proprietário, mas também os funcionários, e uma visão geral dos balcões e armários, dando ideia da diversidade de doces e bebidas disponíveis. Aqui não há interesse em se mostrar um salão com mesas e cadeiras para acomodar os consumidores, talvez sua ênfase sendo mais a venda para levar.

Como vimos, os estabelecimentos denominados confeitarias ganharam centralidade no modo de vida urbano da Pelotas dos anos 20, escolhendo a agitada Rua XV de Novembro e arredores como endereço, para acolher clientes de setores mais abastados, senhoras das famílias mais ricas acompanhadas de suas filhas, e senhores que se reuniam para debater política. Os produtos que se encontravam aí, para serem consumidos no local, levados para casa, ou encomendados para grandes festas da alta sociedade pelotense, eram muito diversos, como tipos variados debombons, doces em conserva, chocolates e sorvete. Assim, nos tórridos dias de Carnaval, muitos para “aliviar o calor”, encontrariam “sorvetes e gelados” nas “confeitarias Dalila, Gioconda, Gaspar” e em cafés e bares da XV, como o bar do Sete de Abril, “o Bar Pelotense, nos cafés Brasil, do Comércio e no popular Ba-Ta-Clan (endereçoado à Rua Andrade Neves)”, cujo nome, copiado do famoso

congênera parisiense, por si só manifestava as intenções do local (DEVANTIER, 2013, p.99).

Pelos sobrenomes dos proprietários das confeitarias mencionadas aqui, vemos que a totalidade dos proprietários são luso-brasileiros ou portugueses de origem: Braga, Cunha, Gaspar, Moreira, Nogueira e Souza. Por fim, leitor, ainda sobre as confeitarias, cuidado para não confundir a “Confeitaria Gaspar”, fundada em 1910 por Luiz Cunha, com a “Confeitaria Brasil”, fundada cinco anos mais tarde por Manoel Leandro Gaspar, sem aparente nexos causal para a coincidência – ao menos que eu saiba.

Em paralelo às confeitarias, espalharam-se pela cidade nas primeiras décadas do século XX os cafés, outro símbolo do conceito de “vida moderna” de então, marco das novas formas de sociabilidade. Entretanto, quando surgem na cidade estabelecimentos com esses nomes, e nos primeiros anos que se seguem, parece se confundirem um pouco, não havendo ainda a diferenciação mais clara de seus escopos como teremos nos anos 20.

O *Almanach* em sua primeira edição, de 15 de outubro de 1911, veicula um reclame do “Café Corrêa”, que ficava na Rua XV de Novembro, em que anuncia “serviço especial em Café, Chá, Chocolate”, assim como “Fiambres, Sandwichs” e “Gelados para Banquetes”. Ao lado do anúncio do “Café Corrêa”, está a “Confeitaria Abelha” de Bernardino Barroso, que importa artigos de confeitaria, presta serviço de “refinação de açúcar e torração de café”, mas disponibiliza também “armazém de secos e molhados”.

Na década de 1920, cafés e confeitarias tornam-se duas alternativas independentes e diferenciadas como espaço de sociabilidade urbana. Diferentemente das confeitarias, abertas à frequência de homens e mulheres, os cafés tendem a ser espaços mais masculinos, e seu regime de horários muitas vezes extrapola o que seria recomendado a pessoas de famílias bem conceituadas na sociedade, pois alguns divulgam em seus anúncios estarem “abertos até altas horas”. Sabemos do surgimento de uma série de cafés na cidade, muitos nas artérias mais nobres, mas também os grupos mais populares vão dispor da oferta de cafés que aparecem também em locais mais distantes da XV e seus entornos. O mais conhecido nas

primeiras décadas do século XX foi sem dúvida o “Café Nacional”, que, nas palavras de Salis Goulart (1925, p.31), cujas percepções traduzem muito de como a cidade se pensava nos anos 20, de um ponto de vista mais aristocrático,

nos últimos tempos se tornara um verdadeiro formigueiro de boatos e de sussurro partidários, se agitava agora num arrastar de cadeiras, num murmúrio de xícaras que se abandonam, indicando movimento de atenção para a conversa próxima.

No *Álbum*, são anunciados dois cafés, o “Colombo” e o “Novo”. O “Café Colombo”, de propriedade de Antonio L. Moreda, na Rua Vieira Pimenta esquina com a Tirandentes, local mais popular, distante do burburinho da XV. Ali não se procurem requinte ou esmero. O foco principal é a venda de “bebidas nacionais e estrangeiras”, bem como de “cigarros de todas as marcas”, além de “frios”. É um “café” de bairro, portanto, próximo talvez do que hoje chamaríamos de bar ou boteco de esquina, mas no qual se podem também comprar frios, para consumo de um sanduíche no local, ou para levar para casa. Mas preste-se atenção ao detalhe mais importante que diferencia este local das confeitarias: “conserva-se aberto até altas horas da noite”. Estamos aqui em outra Pelotas, não aquela em que os setores mais abastados desfilam suas melhores roupas e se divertem em conversas elegantes saboreando deliciosos doces e chocolates, alguns fabricados no local pelos “peritos doceiros e confeitores”, outros importados. Não, aqui é um lugar mais popular, em que operários se sentiriam à vontade para frequentar, com suas roupas mais humildes, e esticar a conversa até altas horas, sem a “frescura” de doces requintados, mas com bebidas fortes. A fotografia veiculada com o reclame mostra uma charrete com o cavalo estacionada na frente do local, não mostrando preocupação em caracterizar como um lugar moderno (Fig.16). Tampouco divulga telefone ou telégrafo para qualquer encomenda, até porque seus clientes não teriam acesso a estes. Note-se que o proprietário deste estabelecimento, a crer em seu sobrenome Moreda, tem origem espanhola e não lusitana, talvez descendente de um

destes tantos “orientais” (uruguaio) que vieram para Pelotas na segunda metade do século anterior.



Figura 16 – Fachada do “Café Colombo”.

O “Café Novo”, pertencente a Francisco Solano Pereira, era um estabelecimento ainda mais humilde, como revelam sua localização e seu prédio, quer pela dimensão diminuta, quer pelo estilo construtivo, que se manteve alheio às renovações arquitetônicas do ecletismo e do nouveau (Fig. 17). Ficava junto à Praça da Constituição, a qual estava na margem direita do Canal Santa Bárbara, portanto do outro lado da ponte da Floriano, hoje na área abarcada pelo Pop Center. Esta praça também era conhecida como Praça das Carretas, pois era um vazio que funcionava como um grande estacionamento para as carretas que vinham da campanha e da colônia, para vender seus produtos, principalmente gêneros alimentares. Esta região foi por muito tempo marginalizada e considerada mal frequentada. É aí que se situa este modesto café popular, que vende “cigarros, bebidas e variado sortimento de frios”.

A fotografia incorporada ao reclame deste Café apresenta três crianças de idades variadas, que talvez aí estivessem acompanhando e ajudando seus pais ou irmãos mais velhos, quando vinham da colônia trazendo produtos para venda na cidade. Alguns relatos de descendentes de imigrantes da Colônia

Maciel reportam exatamente suas recordações de infância, quando acompanhavam seus pais na carreta, e lembram de parar em locais em que havia portas com aberturas, fazendo as vezes de janelas, em que a pessoa podia se debruçar, tal qual essa que vemos no “Café Novo” (o falecido senhor João Casarin, entre outros descendentes de imigrantes italianos da Colônia Maciel, nos narraram essas memórias que teriam ocorrido nos anos 30 e 40 do século passado).



Figura 17 – Fachada do “Café Novo”.

Ao se observar o que está pintado na fachada do prédio, além do nome do proprietário, anunciam-se “frios e bebidas”, mas também “comidas a laminuta”. Ora, neste ponto da cidade, com grande afluxo de agricultores e viajantes que vinham a Pelotas para vender seus produtos, era importante ter um lugar para se alimentarem. Nada do requinte das gulodices que se degustariam nas confeitarias da XV. Interessante observar já o uso do termo “a la minuta” para uma refeição simples, básica, de preparo rápido, como indica sua origem francesa, “à la minute”, ou seja, uma refeição feita em um minuto.

Hoje no Rio Grande do Sul se compõe de um combinado de bife de rês (ou frango) – mais usual dizermos “chuleta” –, o ovo frito, batata frita, arroz, feijão e salada. Curiosidade: quais ingredientes comporiam o “a laminuta” do seu Francisco?

E já que falamos em servir refeições, apresentamos aqui o último entre os estabelecimentos alimentares anunciados no *Álbum* a analisarmos neste estudo, o “Restaurante Antoninho”, de propriedade de Antonio Santos, que se localizava na Rua XV de Novembro, n. 612. Seu objetivo primeiro – mas não único – era servir refeições, pois, segundo o reclame, o local oferecia “serviço de almoço, jantar, ceia”, e, para os mais apressados, assim como o “Café Novo”, oferecia o “serviço a la minuta” – aqui com uma grafia mais correta! Interessante que o local funcionava também como uma hospedaria, que “acceita pensionistas e dispõe de commodos”. O salão de seu restaurante podia ser usado também para a realização de banquetes.

Quanto ao hábito de fazer as refeições principais fora de casa, ainda não era algo bem visto nesta época. Portanto, essas refeições eram oferecidas principalmente a viajantes, mas também a trabalhadores que precisavam comer fora de casa. Antes do “Antoninho”, sabemos da existência do restaurante “A Bohemia”, em 1920, na Rua XV de Novembro nº. 613, vizinho ao “Antoninho”, além do “Garage Fonseca”, que funcionaria desde aproximadamente 1915. É no final da década de 1930 que vão surgir mais restaurantes, com função específica de servir refeições. Só na XV, temos notícia do “Restaurante Gago”, fundado em 1935, substituído em 1937, neste endereço, pelo “Restaurante do Aymoré”, inaugurado em 1937, mesmo ano em que abre as portas o “Restaurante Bianchi”; dois anos depois, inicia o restaurante do “senhor Primitivo Pereira” (DEVANTIER, 2013, p.176-177, 183). São avanços nas opções de serviços proporcionados pelas mudanças na vida urbana que não estavam contemplados na visão de modernidade própria das elites pelotenses dos anos 20, que tinham a frequência das confeitarias como momento preferido de sociabilidade pública, fora dos domínios domésticos, em uma época em que o comer em restaurantes não era ainda tão bem visto.

Do mesmo modo como o “Café Colombo”, o “Restaurante Antoninho” está aberto “até altas horas da noite”. Pode-se pensar sim na alternativa para os hóspedes, no caso do “Antoninho”. Mas o anúncio da abertura até horário avançado da noite sinaliza para novos costumes, o início do que décadas mais tarde convencionou-se chamar de “vida noturna”.

Contudo, a abertura em horários avançados, mesmo que se sirvam ceias, destina-se principalmente ao consumo de bebidas e ao divertimento. Ainda não se trata aqui dos costumes boêmios de que a imprensa do fim dos anos 40 reclamará, quando rapazes sairão bêbados a fazer arruaça e a perturbar o sono de famílias que dormiam em horários convencionais. Mas podemos enxergar nestes dois estabelecimentos, o “Café Colombo” e o “Restaurante Antoninho”, as primeiras manifestações, em termos de serviço e consumo, dos novos hábitos de vida noturna que se tornarão marca da vida urbana de algumas décadas depois. E a mim parece instigador observar o interesse do editor Clodomiro Carriconde em dar visibilidade a esses negócios mais populares ou ao menos nem tão aristocráticos em suas concepções, que são espaços para hábitos nem tão bem vistos, mas que apontam para mudanças da sociedade, uma sociedade em que os grupos mais populares e trabalhadores terão maior visibilidade e maior peso político, a partir dos anos 30 a 50, e uma sociedade que vai passar a conviver, aos poucos, com “costumes noturnos”, em que a eletrificação permitiu todo um desenvolvimento de formas de sociabilidade e divertimentos “até altas horas”, e que colocam em xeque costumes estabelecidos.

### **Agradecimento:**

Sou grato aos colegas Aristeu Machado Lopes, Mauro Tavares Dillmann e Guilherme de Almeida, pelo convite para analisar este material, bem como pela anuência em publicar aqui a íntegra do texto produzido e suas imagens, digitalizadas no âmbito do projeto *Álbum de Pelotas* a partir do exemplar conservado no Núcleo de Documentação História da UFPel. Agradeço o CNPq e a Fundação Humboldt pelo financiamento às minhas atividades de pesquisa.

## Referências bibliográficas

BOLOGNINI, Dalva Soares. **O Ponto do Doce**. 1ª Edição. São Paulo: Biblioteca 24 Horas, 2010.

CARRICONDE, Clodomiro. **Álbum de Pelotas comemorativo do Centenário da Independência do Brasil: 7 de setembro de 1822 – 1922**. Pelotas: s./ed., 1922.

COMENII, J. A. **Janua Linguarum**. Reserata Aurea. Seminarium linguarum. Amsterdã: Joannem Janssonium, 1662.

COSTA, Alfredo da. **O Rio Grande do Sul: completo estudo sobre o estado**. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1920.

DEVANTIER, Vanessa da Silva. **Visões do Urbano. A rua XV de Novembro, Pelotas/RS**. Dissertação (Mestrado em Memória Social e Patrimônio Cultural), Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2013.

GONÇALVES, Mariana Couto. **“Andei, sempre tendo o que ver, e ainda não fora visto”. A modernização urbana pelotense a partir de crônicas e fotografias (1912-1930)**. Tese (Doutorado em História), Unisinos, São Leopoldo, 2018.

LOPES, A. M.; DILLMANN, M. T.; ALMEIDA, G. de (orgs.). **Centenário do Álbum de Pelotas de 1922: fotografias, memória e história (Tomo 1)**. Porto Alegre: CasaLetras, 2022.

LOPES NETO, João Simões. **Revista do 1º Centenário de Pelotas**. Pelotas, 15 de outubro de 1911, n. 1.

RAMIRES, Adriane Pires Rodrigues. **Alma de Almanaque: moda e modos de vida a partir dos reclames do Almanach de Pelotas**. Tese (Doutorado em Letras), Universidade Católica de Pelotas, 2017.

SALIS GOULART, Jorge. **A Vertigem**, Porto Alegre: Globo, 1925.

VERGARA CERQUEIRA, F. **Confeitarias, cafés e restaurantes: alimentação e sociabilidade no Álbum de Pelotas**. In: Lopes, Aristeu e Dillmann, Mauro, Almeida, Guilherme de (orgs). “Centenário do Álbum de Pelotas de 1922: fotografias, memórias e história”. Tomo I. Porto Alegre: Casa Letras, 1922, p. 173-184.