

ESCOLA DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA
DOUTORADO EM HISTÓRIA

OLIVIA SILVA NERY

**LEAL, SANTOS & C. - A HISTÓRIA DA FÁBRICA ATRAVÉS DO SEU BISCOITO:
PRODUÇÃO, VENDA, CONSUMO E MUSEALIZAÇÃO**

Porto Alegre

2020

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul



TESE

***Leal, Santos & C.:
a história da fábrica através
do seu biscoito***

***produção, venda, consumo e
musealização***

Olivia Silva Nery

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS

Escola de Humanidades

Programa de Pós-Graduação em História

**Leal, Santos & C. - a história da fábrica através do seu biscoito: produção, venda,
consumo e musealização**

Olivia Silva Nery

Porto Alegre

2020

Ficha Catalográfica

N456L Nery, Olivia Silva

Leal, Santos & C. - a história da fábrica através do seu biscoito : produção, venda, consumo e musealização / Olivia Silva Nery . – 2020.

463.

Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em História, PUCRS.

Orientadora: Profa. Dra. Claudia Musa Fay.

1. Fábrica Leal, Santos & C. 2. Industrialização. 3. Fábrica. 4. Biscoitos. 5. História industrial. I. Fay, Claudia Musa. II. Título.

OLIVIA SILVA NERY

Leal, Santos & C. - a história da fábrica através do seu biscoito: produção, venda, consumo e musealização

Tese apresentada como requisito para a obtenção do grau de Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em História da Escola de Humanidades da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Linha de pesquisa: Sociedade, Desenvolvimento Econômico e Migrações.

Aprovada com votos de louvor em 28 de julho de 2020.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Claudia Musa Fay (PUCRS) - Orientadora

Profa. Dr. Edgar Ávila Gandra (UFPel)

Prof. Dr. Luis Carlos dos Passos Martins (PUCRS)

Prof. Dr. José M. Amado Mendes (UAL)

Profa. Dra. Maria da Luz Sampaio (FCSH-UNL)

Dedico esta tese aos meus avós: Almiro Marques da Silva (*in memoriam*),
Lázara Costa de Jesus Silva (*in memoriam*), Luiz Márcio Nery (*in memoriam*)
e Neuza Maia Nery, por todo amor que recebi.

Agradecimentos

Agradeço inicialmente a CAPES pela bolsa que me foi concedida durante o doutorado, que permitiu a execução dessa pesquisa, tanto pela bolsa PROSUC quanto pelo Doutorado Sanduíche. Num período onde as Ciências Humanas e Sociais são atacadas diretamente pelo corte dos financiamentos, anseio pelo momento onde haja a valorização necessária dessas pesquisas e seu devido financiamento, possibilitando um crescimento da ciência brasileira.

Agradeço à Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e ao Programa de Pós-Graduação em História que me acolheu durante esses anos, oferecendo uma estrutura universitária de extrema qualidade.

Agradeço à Cláudia Musa Fay, minha orientadora, por ter acreditado neste trabalho desde o início, ter confiado na minha capacidade de criar, pesquisar e contribuir para a História através dessa pesquisa. Obrigada por compartilhar comigo esse momento, por não ter desistido do Doutorado Sanduíche e por ter possibilitado a vinda do prof. Dr. José Amado Mendes a Porto Alegre. Obrigada por essa parceria, pelo sorriso amigo.

Agradeço ao professor Luis Carlos Martins por todas as conversas, encontros, reflexões despertadas em suas disciplinas e fora delas. Obrigada por ter acreditado na minha pesquisa, por estar sempre aberto a me ouvir e esclarecer minhas dúvidas. Sua participação foi essencial nessa pesquisa e tenho muito carinho por toda atenção que recebi.

Agradeço também ao professor Klaus Hilbert pelas considerações e sugestões realizadas durante minha qualificação e que muito acrescentaram ao meu trabalho. Agradeço também a todos os professores e professoras que me acompanharam até esse momento, dentro e fora da PUCRS. À Henriette, nossa antiga secretária do PPGH por toda atenção, carinho e por prontamente nos atender, e à Daniela, que também muito auxiliou nessa reta final. Um agradecimento extensivo aos meus colegas de Doutorado, que através das discussões e conversas na hora do café tornaram o Doutorado mais leve, amenizando algumas angústias desse momento. Em especial agradeço minha colega Ana Paula, por compartilhar do amor pela cultura material e por me hospedar tão carinhosamente em sua casa.

Ao professor José Amado Mendes, por ter me acolhido da melhor forma possível em Portugal e na UAL. Obrigada pelas orientações, pelas conversas, por aceitar o convite de me supervisionar e por ter me dado à honra de aprender com o senhor. Suas colocações foram primordiais para a construção desse trabalho. Obrigada por todo incentivo e carinho que recebi. Obrigada também por ter aceitado nosso convite e ter compartilhado conosco seu

conhecimento na PUCRS. Aproveito também para agradecer à Universidade Autónoma de Lisboa, por ter me acolhido e ter proporcionado um aperfeiçoamento do meu trabalho, da minha pesquisa. Aos colegas que conheci na UAL, em especial à Rijarda, pelas risadas e companheirismo.

À Maria da Luz Sampaio, pesquisadora que tive o prazer de conhecer durante minha estadia em Portugal, cujo trabalho foi essencial para o desenvolvimento desta tese, e muito carinhosamente se disponibilizou a conversar sobre o tema e avaliar meu trabalho.

Ao Edgar Gandra, pelas contribuições e pelo debate sobre a industrialização na cidade do Rio Grande e sua vide operária, realizadas na defesa deste trabalho.

Agradeço toda atenção e apoio recebido das instituições em que realizei essa pesquisa, em especial à Biblioteca Riograndense, um local de extrema riqueza histórica e documental do Rio Grande do Sul que infelizmente carece de auxílio para continuar possibilitando pesquisas como essa. Agradeço especialmente ao Marco Antônio Cunha, que se dedica de forma integral para o funcionamento da biblioteca, conhecendo todo o seu acervo e esteve sempre disposto a atender as minhas requisições para a pesquisa. Agradeço igualmente a todos os funcionários dessa instituição.

Ao Museu da Cidade do Rio Grande, minha eterna “casa”, local para qual devo muito e onde construí grande parte da profissional que sou hoje. Lá encontrei amigos e profissionais e que devo todo meu carinho e gratidão por tudo que todos fizeram por mim e também por esse trabalho. À Marisa Beal, por tudo que aprendi, por ter me incentivado a fazer o doutorado e ter plantado a semente da Leal Santos em mim, serei eternamente grata por sua ideia. Ao Dário por todo apoio e carinho. Ao Lauro Barcellos, por todo apoio a mim e à minha pesquisa. À Dani, por anos de companheirismo e amizade, por todo apoio, por me inserir na vida profissional, por me ensinar sempre. À Alice, minha amiga fiel, que me inspirou tanto ao longo desses anos e que sempre topou minhas loucuras, minhas ideias. Obrigada por destravar minhas escritas, pelo abraço, pelo sorriso, por ser quem tu és. Obrigada por me tornar uma pessoa melhor, obrigada por acreditar em mim e por estar aqui. Ao Chris, pela amizade, por me ajudar de tantas formas ao longo desses anos, por não medir esforços em me ajudar, em me incentivar, por me proporcionar momentos inesquecíveis nesse lugar que mora no meu coração. Aos dois, obrigada por tudo, por sempre. À Terezinha, pelo abraço mais caloroso do museu, pelas risadas gostosas. Alexandre, Leges, Rafa, obrigada pelo apoio, por horas de conversa e parceria. A todos vocês, família Museu da Cidade do Rio

Grande, obrigada por acreditarem em mim, mesmo nos momentos mais difíceis, obrigada por cuidarem dessa nossa “casa” com muito carinho.

Agradeço imensamente ao sr. Henrique José, pessoa ímpar e que sempre esteve à disposição para conversar sobre a Leal Santos. Obrigada pela entrevista, pelo incentivo e por acreditar nessa pesquisa. Agradeço também à sra. Maria do Carmo, sua esposa, que igualmente sempre apoiou esse trabalho.

Obrigada também ao senhor Armando Duarte da Silva, que mesmo antes de iniciar essa pesquisa me recebeu em sua casa para compartilhar comigo suas experiências e amor com a Leal Santos.

Agradeço especialmente às famílias Pancada de Mello e Azaredo por todo apoio ao compartilharem suas lembranças. Um agradecimento especial para a Sra. Dora Sylvia Pancada de Mello Azaredo que tão carinhosamente me recebeu para uma conversa, me ensinando tanto. À Patrícia e Francisco Azaredo por abrirem a porta da sua casa para me receberem, por me emprestarem o livro que foi essencial para a construção desse trabalho e por incentivarem essa pesquisa. À Maria Elisa Freitas, que desde o início da pesquisa me incentivou, disponibilizou materiais, compartilhou histórias. Muito obrigada por tudo que fizeram por este trabalho, obrigada a toda família.

Agradeço à Maria Amélia Goreti Estima Marasciulo, pelo seu trabalho em preservar a história da cidade, por estar sempre aberta a me receber com uma xícara de café. Por todo apoio. Ao Renato Lempek, por compartilhar suas lembranças sobre a Leal Santos, e ao Murilo Teixeira, que mediou esse encontro.

À Ana Fuhro Louzada, que aceitou o convite em compartilhar suas lembranças sobre a fábrica Leal Santos comigo.

À Susana Domingues, por ter me recebido em Lisboa e pelas conversas sobre patrimônio industrial.

Aos meus amigos que ao longo desses anos tornaram minha vida mais divertida e alegre. Ao Rodrigo, meu amigo, meu amor, por tudo, por tanto que não caberia aqui. À Carmem Schiavon, minha eterna orientadora, minha amiga, que me inseriu na pesquisa e me inspira tanto. Bia, Estela, Claiton, Taís, Simone, Chrys, Luiza, Celina e toda família acroyoga por tornarem esses anos mais leves com nossos voos e parcerias.

Aos amigos que o mestrado me deu: À Natália, pela amizade, por me apoiar, me inspirar demais, pelas conversas sobre a vida e sobre nossa profissão e por estarmos sempre juntas, de alguma forma. À Frantieska, minha amiga e parceira, por todo apoio e por me ajudar sempre, seu trabalho e dicas sobre análise de imagem foram essenciais nesse trabalho. Ao Daniel, meu amigo querido, presente que o mestrado me deu, que sempre está disposto a me ouvir e me ajudar, que me ensina e me inspira muito, mesmo tão longe fisicamente. Obrigada pela tua amizade sincera.

Agradeço à Amanda, que tão rapidamente se transformou em uma pessoa essencial na minha vida. Obrigada pela amizade, parceria, companheirismo, por ter dividido comigo toda a experiência do Doutorado Sanduíche, as glórias e as angústias. Obrigada por ter proporcionado momentos inesquecíveis, por me tornar uma pessoa melhor e por espalhar empatia e amor por onde passa. Obrigada por me ensinar a cada dia, por topar as minhas propostas. Serão momentos que guardarei sempre comigo, com muito carinho. Obrigada por me ensinar tanto, dentro e fora da História e por me inserir na tua vida.

À Daiane, minha psicóloga, que é a melhor profissional que eu poderia ter. Obrigada por todo apoio, por também acreditar em mim. Meu agradecimento a ti é também um clamor pela saúde mental e pela necessidade de falarmos dela dentro da Ciência.

Com muito carinho agradeço à minha família, todos, sem exceção. Obrigada por formarem a melhor família do mundo. Por contribuíram para minha formação pessoal e profissional. Agradeço especialmente aos meus tios Eliane e Alex, à Camila, por me ceder seu quarto que me acolheu quando eu mais precisei, por disponibilizarem sua casa para ser a minha também, nos primeiros anos do doutorado. Obrigada por esse e tantos outros incentivos, serei eternamente grata por tudo que fizeram por mim. Amo vocês, família.

À minha avó Neuza, por ser a grande mulher que é, pela honra de ser tua neta, por tudo que continua me ensinando sobre a vida, política e amor. Por ser meu grande exemplo de mulher e de pessoa, por me incentivar desde pequena a observar as coisas, a ir aos museus, a conhecer a arte e admirar a beleza da vida. Igualmente agradeço ao meu avô Márcio (*in memoriam*), por todo amor e por plantar em mim o amor pela História e pela cultura. A minha avó Lazineira (*in memoriam*) e meu avô Almiro (*in memoriam*), por todo amor, por todo colo e por habitarem as memórias mais lindas da minha infância.

Aos meus pais, Roseli e Luiz Eduardo, que me faltam palavras para dimensionar o quão grata sou por tudo que já fizeram por mim, por serem meus primeiros e eternos

orientadores, por todo suporte, por todo amor, paciência, por todo tempo disponibilizado, por todo incentivo, por acreditarem no meu potencial e nunca me deixar achar que mereço menos, me mostrarem o caminho e respeitarem minhas escolhas. Por lerem tantas vezes meu trabalho, por acreditarem em mim. Vocês são a grande inspiração na minha vida. Sou muito grata por ser filha de vocês. Amo vocês.

À minha irmã Thais, minha melhor amiga. Pela sorte de ser sua irmã, pela honra de compartilhar minha vida ao teu lado, pela nossa conexão. Por me ser a pessoa tão linda, carinhosa, sorridente e forte que és. Obrigada por me conhecer como ninguém e por me ensinar tanto. Obrigada por todo apoio que tu sempre me deste e me dá, por acreditar na minha melhor versão. Por tudo, por todo amor e amizade. Te amo.

E aqui, agradeço ao Diego, meu grande amor, meu companheiro. A pessoa que me acompanha há 12 anos e que me torna uma pessoa melhor a cada dia. Obrigada por todo amor e paciência. Obrigada por me dar a honra de compartilhar a minha vida contigo. Obrigada por me ver como ninguém mais vê. Obrigada por todo suporte, por entender as minhas ausências, meus medos, minhas angústias e apoiar meus sonhos. Obrigada por ser a melhor definição de companheiro, de namorado, noivo e marido. Sou a pessoa mais feliz do mundo ao teu lado, devo esse trabalho também a ti. Te amo.

E por fim, agradeço a todos que de direta ou indiretamente colaboraram para este trabalho, principalmente àqueles que fizeram, e ainda fazem, viva a Leal Santos.

A todos vocês muito obrigada, dedico esse trabalho para vocês também.

Partilhamos da ideia de que é necessário realizar uma abordagem dedicada aos aspectos que envolvem o patrimônio industrial móvel [...]. Este patrimônio remete-nos para a dimensão social do passado industrial, desde o fabrico (produção) até à sua distribuição (comercialização) e consumo (SAMPALHO, 2017, p. 59).

Resumo

Esta tese versa sobre a história da Fábrica Leal Santos & C., fundada em 1889 na cidade do Rio Grande (RS) e em Lisboa (Portugal). A problemática principal é perceber a história da fábrica – que iniciou suas atividades produzindo conservas e biscoitos – através do seu biscoito, e qual o papel ocupado pela Leal Santos no cenário industrial regional e nacional entre 1889-1918. Através de um estudo interdisciplinar, calcado também dentro das questões da História Empresarial, esse trabalho busca compreender a trajetória dessa empresa através do produto que foi essencial na sua construção e consolidação no mercado nacional, no ramo de biscoitos. Para isso, utilizei a imprensa, propaganda e narrativas como fontes para traçar o que denominei por trajetória biográfica do biscoito. A partir daí, tracei o processo de criação da fábrica, o cenário industrial do período, a contribuição da Leal Santos no ramo dos biscoitos industriais, e os valores simbólicos e distintivos atribuídos a esse produto. A metodologia utilizada durante essa pesquisa foi, fundamentalmente, a Análise de Conteúdo, que proporcionou uma investigação quanti e qualitativa dos dados. Dividido em quatro partes, que correspondem às etapas da vida desse biscoito, o trabalho apresenta como seus fundadores construíram a fábrica dentro de um cenário de industrialização, tanto no Brasil e em Portugal; como a imprensa auxiliou no processo de construção de uma imagem empresarial ligada ao progresso e à modernidade da *Belle Époque*; e de que forma a Leal Santos utilizou a propaganda e a imprensa para produzir e vender um bem de consumo de distinção social. E ainda, como mesmo após o encerramento de sua produção (década de 1960) os biscoitos Leal Santos continuaram sendo referência memorial e identitária do período estudado e como a sua musealização pode ser vista como parte da relação entre fábrica e sociedade. Essa análise permitiu compreender que a Fábrica Leal, Santos & C., apesar de estar localizada no extremo sul do Rio Grande do Sul, teve uma importante contribuição no cenário industrial da região, e também do país, sobretudo no ramo dos biscoitos – contribuindo ativamente para a consolidação desse mercado. Esta pesquisa também concluiu que a Leal Santos foi uma empresa familiar fruto do seu tempo, criada e moldada dentro dos valores e necessidades do período, bem como uma empresa do Rio Grande do Sul que se consolidou, através do biscoito, no cenário nacional como uma empresa de qualidade, progresso e modernidade.

Palavras-chave: Fábrica Leal, Santos & C. Industrialização. Fábrica. Biscoitos. História industrial.

Abstract

This Thesis deals with the history of the Leal Santos & Co factory, founded in 1889, in Rio Grande city, state of Rio Grande do Sul, and in Lisboa (Portugal). The main issue it is to understand the history of the factory - which started its activities producing pickled and cookies - through its biscuit, and what role Leal Santos played in the regional and national industrial scene between 1889-1918. Through an interdisciplinary study, also based on the issues of Business History, this work seeks to understand the trajectory of this company through the product that was essential in its construction and consolidation in the national market, in the field of cookies. For this, I used the press, advertising and narratives as sources to trace what I called the biographical trajectory of the biscuit. From there, I traced the process of creating the factory, the industrial scenario of the period, the contribution of Leal Santos in the field of industrial cookies, and the symbolic and distinctive values attributed to this product. The methodology used during this research was, fundamentally, Content Analysis, which provided a quantitative and qualitative investigation of the data. Divided into four parts, which correspond to the life stages of this cookie, the work presents how its founders founded the factory within an industrialization scenario, both in Brazil and in Portugal; how the press helped in the process of building a business image linked to Belle Époque's progress and modernity; and how Leal Santos used advertising and the press to produce and sell a product of social distinction. And yet, even after the end of their production (1960s) Leal Santos cookies continued to be a memorial and identity reference of the period studied and how their musealization can be seen as part of the relationship between factory and society. This analysis allowed us to understand that Leal, Santos & Co Factory., despite being located in the extreme south of Rio Grande do Sul, had an important contribution in the industrial scenario of the region, and also of the country, especially in the biscuit business - contributing actively for the consolidation of that market. This research also concluded that Leal Santos was a family business resulting from its time, created and shaped within the values and needs of the period, as well as a company in Rio Grande do Sul that consolidated itself, through the biscuit, in the national scene as a company of quality, progress and modernity.

Key-words: Leal, Santos & Co Factory. Industrialization. Factory. Cookies. Biscuits. Industrial history.

Lista de Figuras

Figura 1: Biscoito como fio condutor da pesquisa - organização da tese.....	31
Figura 2: Francisco Marques Leal Pancada, aproximadamente 1890.	44
Figura 3: Mapa do Estado do Paraná, 1912.....	45
Figura 4: MUNHOZ, Francisca. Hyppólito José Alves de Araújo, 1887, óleo sobre tela 72 x 59,5 cm. Acervo do Museu Paranaense.....	46
Figura 5: Anúncio de Francisco Marques Leal Pancada sobre Leal & C.....	47
Figura 6: D'ALINCOURT, Aurélio F. Manoel Alves de Araújo (sem data), óleo sobre tela, 100,5 x 81cm. Acervo do Museu Paranaense.....	48
Figura 7: Anúncio de Alves de Araújo, Pancada & C.....	51
Figura 8: Fazenda da família Alves de Araújo Pancada, sem data, em Antonina (PR).	52
Figura 9: Maria Alves de Araújo Pancada, (aproximadamente 1883).	53
Figura 10: Calçada da Estrela, n. 54, esquina Rua dos Ferreiros (Lisboa).....	54
Figura 11: José Antônio (Juca) Santos, sem data.	55
Figura 12: ANDERSEN, Alfredo. Moysés Araújo Marcondes de Oliveira e Sá. (sem data), óleo sobre tela, 84x68cm. Acervo do Museu Paranaense.	56
Figura 13: Descendentes de Francisco Marques Leal Pancada.....	61
Figura 14: Descendentes Hyppólito Alves de Araújo	63
Figura 15:"Notícias diversas" relação entre Manoel Alves de Araújo e José Antônio dos Santos	67
Figura 16: Parte da Família Pancada na casa de veraneio em Cascais, Portugal (1887).....	69
Figura 17: Gráfico das gerações da família na sociedade e/ou gerência da Leal Santos & C. – relações de parentesco a partir de Francisco Marques Leal Pancada.	70
Figura 18: Espaços de circulação de Francisco Pancada que influenciaram na criação da Fábrica Leal, Santos & C.....	73
Figura 19: Planta da cidade de Lisboa e seus arredores com alteração e marcação efetuada pela autora.....	84

Figura 20: PEDROZO, J. A antiga fábrica de tabacos de Xábregas, 1859, óleo sobre tela, 127 cm mm X 83,5 cm. Acervo do Museu de Lisboa - Palácio Pimenta.....	85
Figura 21: Parte dos estabelecimentos industriais na zona oriental de Lisboa.....	86
Figura 22: Exposição Industrial Portuguesa, 1893.....	93
Figura 23: Principais aspectos da industrialização no Brasil (século XIX e XX).....	100
Figura 24: Tabela 12 “Indústrias alimentícias arroladas nos inquéritos censitários de 1907 e 1920” do Recenseamento Geral do Brasil de 1920.	103
Figura 25: Fábrica de biscoitos Duchen, s/ data. 18x24cm.....	106
Figura 26: Mapa atual do Rio Grande do Sul - Marcações dos municípios de Pelotas e Rio Grande (2020).....	109
Figura 27: Principais aspectos da industrialização no Rio Grande do Sul.	111
Figura 28: Vista aérea da cidade do Rio Grande. Fotografia de SALINAS, João. 2017.	113
Figura 29: Principais aspectos da industrialização da cidade do Rio Grande.	117
Figura 30: Rua Aquidaban (século XX) - Rio Grande, RS.	119
Figura 31: Fábrica Leal Santos & C, s/d.	120
Figura 32: PAXTON, William McGrefor. Tea leaves (1909), óleo sobre tela, 91.6x71.9 cm. Acervo do Metmuseum.	132
Figura 33: “Tree old friends” - Propaganda da Marsh & Co’s (1920).....	135
Figura 34: Anúncio da Huntley and Palmers (1900).....	137
Figura 35: Anúncio de <i>Peek Frean and Co.’s</i> . (s/d).	138
Figura 36: Embalagens da Fábrica Santo Antônio e da Huntley and Palmers, sem data.	141
Figura 37: Latas de biscoitos Huntley and Palmers (1875) e Leal Santos & C. (s/ data)	141
Figura 38: Propaganda Fábrica Pilar na revista O Malho, 1908.	142
Figura 39: Cilindro Josph Baker and Sons para abrir massa na Fábrica Leal, Santos & C. (1910).	144
Figura 40: Detalhe do cilindro Josph Baker and Sons para abrir massa na Fábrica Leal, Santos & C. (1910).	144

Figura 41: Visão do setor de crinhagem dos biscoitos e um dos fornos da Leal, Santos & C., 1910.	145
Figura 42: Máquina a vapor da Leal Santos & C., 1910.	146
Figura 43: Metodologia de Análise de Conteúdo aplicada aos jornais	153
Figura 44: Anúncio Leal, Santos & C.	158
Figura 45: Anúncio produtos Leal, Santos & C.	158
Figura 46: Anúncio da Fábrica de biscoitos Internacional - Rio de Janeiro, 1906.....	177
Figura 47: Anúncio da Leal Santos em prédio do Rio de Janeiro, sem data.	178
Figura 48: Anúncio Leal Santos em muro no Rio de Janeiro - “Rio em Flagrante” - Revista Fon-Fon	178
Figura 49: Processo Leal, Santos & C. versus Diário do Rio Grande.	182
Figura 50: Saída do pessoal de diversas seções - Leal, Santos & C., 1910.....	183
Figura 51: Rotulagem das latas de biscoitos Leal, Santos & C.....	184
Figura 52: Amanteigamento das formas de biscoitos Leal, Santos & C., 1910.....	185
Figura 53: Anúncio contratação de “mocinhas” para fábrica de biscoitos.....	185
Figura 54: Prova dos biscoitos Leal Santos & C., 1910.....	186
Figura 55: Formas de biscoitos Leal Santos & C, 1910.....	188
Figura 56: Jornal <i>A Imprensa</i> , “O Sul do Brasil - a cidade do Rio Grande - a sua indústria - A fábrica Leal Santos”, 05/06/1910, p. 3.	190
Figura 57: Livro de Ouro de Leal, Santos & C. e depoimento de Hermes da Fonseca, 1910.	194
Figura 58: Anúncio da Bromberg & C. e Sociedade Industrial Suíça, 1915.	198
Figura 59: Charge “À Janela” - Influência da guerra sobre o tamanho e qualidade do pão que se vende no Rio Grande - por Alberto Pons.	199
Figura 60: Notícias sobre a greve de 1917 no jornal O Paiz.	201
Figura 61: “À Janela” - As greves ou como os tempos mudam!... - Alberto Pons	203
Figura 62: Anúncio da Cooperativa Leal Santos.....	204

Figura 63: Expositor Leal, Santos & C - Exposição Estadual de 1901.....	207
Figura 64: Pavilhão do Brasil “Monroe” - Exposição Universal de S. Luiz, 1904.....	210
Figura 65: Diploma de medalha de ouro Exposição St. Louis, 1904.....	211
Figura 66: Exposição Nacional de 1908.....	214
Figura 67: Mostruário dos Biscoitos Leal Santos & C. na Exposição Nacional de 1908.....	215
Figura 68: Gráfico número de propagandas da Leal Santos por exemplar (%) nos jornais ...	219
Figura 69: Gráfico frequência de notícias da Leal Santos por mês nos jornais.....	221
Figura 70: Frequência de notícias sobre a Leal Santos por mês.....	222
Figura 71: Gráfico frequência de notícias com adjetivos por mês - por categoria.....	224
Figura 72: Gráfico notícias com adjetivos para cada tipo de categoria (%).....	226
Figura 73: Nuvem de adjetivos utilizados para os biscoitos Leal Santos & C.....	227
Figura 74: Anúncio do representante da Huntley and Palmers no Rio de Janeiro em 1916. .	235
Figura 75: Anúncio do representante da fábrica Leal Santos & Wald – Miranda & Comp...	236
Figura 76: Esquema da metodologia de análise das propagandas dos biscoitos Leal, Santos & C.	241
Figura 77: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C 1904.....	245
Figura 78: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., 1905.....	250
Figura 79: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., 1906.....	252
Figura 80: Propaganda dos biscoitos Leal, Santos & C. “Menina sabida”, 1905.	254
Figura 81: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., 1906.....	256
Figura 82: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., "Às escondidas", 1907.....	256
Figura 83: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C. 1906.....	258
Figura 84: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., "É expressivo!", 1906.....	259
Figura 85: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., "Mademoiselle exigente", 1907.	259
Figura 86: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., 1903.....	262
Figura 87: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., 1906.....	263

Figura 88: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., 1906.....	265
Figura 89: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C. "No dia 11 pela manhã", 1907.....	266
Figura 90: Propaganda dos biscoitos Leal, Santos & C - "Ideia má":.....	266
Figura 91: Propaganda dos biscoitos Leal, Santos & C. "Um discurso do ex-presidente, 1907.	267
Figura 92: Propaganda dos biscoitos Leal, Santos & C. "Os que abiscoitam, 1905.	270
Figura 93: Propaganda dos biscoitos Leal Santos & C., 1904.	273
Figura 94: Propaganda "Provar para crer", 1906.	274
Figura 95: Propaganda biscoito Leal, Santos & C. "Valorizando", 1906.	277
Figura 96: Propaganda biscoito Leal, Santos & C, "Grito d'alma", 1907.	278
Figura 97: Propaganda biscoito Leal, Santos & C. "Imponente", 1907.	279
Figura 98: Foto de anúncio da Leal Santos na coluna "Rio em Flagrante", 1911.....	282
Figura 99: Propaganda dos biscoitos Leal, Santos & C. com depoimento de Hermes da Fonseca, 1910.	283
Figura 100: Propaganda biscoitos quebrados Leal Santos & C. - Biscoitos quebrados na cooperativa Leal Santos.....	284
Figura 101: Anúncios biscoitos folhados Leal Santos, 1917.	286
Figura 102: Gráfico exemplares com propaganda da Leal Santos na imprensa (%).....	287
Figura 103: Propaganda biscoitos Pilar, 1908.....	289
Figura 104: Propaganda biscoitos Duchon, 1908.	289
Figura 105: Carta de Carlos Drummond de Andrade para Leal Santos em 1972	303
Figura 106: Quantidade de vezes em que um tema é abordado nas publicações do Grupo Fatos e Coisas de Antanho do Rio Grande (<i>Facebook</i>), considerando que uma publicação pode conter mais de um tema.	322
Figura 107: Gráfico comentários sobre identificação de trabalhadores da Leal Santos & C.	328
Figura 108: Planta geral da cidade do Rio Grande, 1904. Escala 1:8000. Antônio de Chermont e Pedro Rache.	340

Figura 109: Planta geral da cidade do Rio Grande, 1904. Escala 1:8000. Antônio de Chermont e Pedro Rache. [Em detalhe - Zona da Leal Santos & C. (números 9 e 10)]	341
Figura 110: Tipos de nostalgia (amarga/doce - reflexiva/restauradora).....	350
Figura 111: Trabalhadores do setor de pescado da Leal Santos, s/d.	352
Figura 112: “A Ipiranga nunca esquece - Projeto Memória” da Ipiranga, década de 1980. ...	363
Figura 113: A Ipiranga nunca esquece – “Projeto Memória” da Ipiranga, década de 1980. .	364
Figura 114: Museu da Cidade do Rio Grande na R. General Portinho, n. 161 (Leal Santos), 1984.....	369
Figura 115: Museu da Cidade do Rio Grande na R. General Portinho, n 161 (Leal Santos), 1984.....	369
Figura 116: Carro de Bombeiros da Leal Santos & C. na exposição do MCRG, 2019.	376
Figura 117: Identidade visual do MCRG, 2010.	376
Figura 118: Calendário do Museu da Cidade do Rio Grande, 1999.....	377
Figura 119: Exposição “Leituras e Releituras – a plasticidade dos objetos através da imagem fotográfica” do Museu da Cidade do Rio Grande, 2010.	378
Figura 120: Vista parcial da exposição sobre Indústria e Comércio em Rio Grande - Museu da Cidade do Rio Grande, 2018.	379
Figura 121: Placa informativa sobre o Carro de Bombeiros da Leal Santos & C. no Museu da Cidade do Rio Grande.	380
Figura 122: Relógio-ponto da Leal Santos (Fábrica de Biscoitos), século XIX. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.....	383
Figura 123: Pedras litográficas da Leal Santos em exposição no MCRG, século XX. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.....	385
Figura 124: Lata de biscoitos Leal Santos & C., 1961 - em comemoração à Festa do Mar. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.....	386
Figura 125: Lata de biscoitos Leal Santos & C., 1961 - em comemoração à Festa do Mar. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.....	386
Figura 126: Lata de biscoitos Leal, Santos & C. s/ data. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.	388

Figura 127: Latas de biscoito Leal Santos, s/d. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande	388
Figura 128: Lata de biscoito Leal, Santos & C. s/d. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.	389
Figura 129: Cartão presente - Leal Santos & C., 1906, Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.	389
Figura 130: Lata de biscoitos Leal Santos.....	398
Figura 131: Lata de biscoito <i>Huntley and Palmers</i>	399
Figura 132: Lata de biscoitos <i>Jacobsens Bakery Ltda</i> , 2018.	400

Lista de Tabelas

Tabela 1: Capital fixo e circulante, duração do trabalho e número médio de operários e aprendizes empregados por dia	88
Tabela 2: Produção no ano de 1889 e mercados de consumo.....	91
Tabela 3: Comparação do número de trabalhadores da Leal Santos com a indústria nacional	105
Tabela 4: Fábricas de biscoitos (produção industrial) na Inglaterra, Portugal e Brasil.....	139
Tabela 5: Categorias criadas para os comentários sobre a Leal Santos, nas publicações do Grupo Fatos e Coisas de Antanho do Rio Grande no <i>Facebook</i> , organizadas em ordem decrescente.....	324

Lista de Abreviaturas e sigla

AC - Análise de Conteúdo

CPDOC – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil

FCRG - Fundação Cidade do Rio Grande

MCRG - Museu da Cidade do Rio Grande

Sumário

Introdução	27
PARTE I - OS INGREDIENTES	38
Capítulo 1. Família Leal Santos & Cia.	40
Capítulo 2. Uma receita luso-brasileira: industrialização em Portugal	74
Capítulo 3. Industrialização em solo brasileiro	96
A industrialização no Rio Grande do Sul	108
Rio Grande: o nascer de uma cidade industrial	112
PARTE II - A RECEITA E O MODO DE PREPARO	124
Capítulo 4. Biscoitos: das navegações até as mesas de luxo	125
Capítulo 5. Leal Santos & C. nas folhas da imprensa brasileira	148
Fundação	155
Expansão	171
Prêmios e Exposições	205
Avançando nas análises	218
PARTE III - VENDA E CONSUMO	230
Capítulo 6. Vender: propaganda e discurso	232
Um produto “igual ao estrangeiro”	232
A mensagem por trás do biscoito	237
Biscoito fino e elegante	249
Aprovado pelos políticos	261
Premiado e honra da indústria nacional	272
Avançando nas análises	280
Capítulo 7. Indícios do consumo	293
Tradicionalmente, na hora do chá	297

Os biscoitos no turfe	304
PARTE IV - O GOSTO QUE FICA: SABORES DO PASSADO	311
Capítulo 8. A Leal Santos & C. em memórias	319
Sabores dos biscoitos: memória de afeto	329
Rotina da fábrica e da cidade	339
Nostalgia: orgulho e tristeza do passado industrial	347
Capítulo 9. “Tudo virou peça de museu”: a musealização da Leal Santos	357
Museu da Cidade do Rio Grande e o passado industrial	361
Os objetos	374
Aspectos conclusivos	394
Referências	403
Apêndice A - Fontes pesquisadas	424
Lisboa	424
Rio Grande	427
Rio de Janeiro	428
Apêndice B – Quadros dos agentes	429
Quadro 1 - Francisco Marques Leal Pancada	429
Quadro 2 - Antônio Alves de Araújo – <i>Comendador Araújo</i>	430
Quadro 3 - Manoel Alves de Araújo	431
Quadro 4 - Hyppólito José Alves de Araújo	432
Quadro 5 - Moysés Araújo Marcondes de Oliveira e Sá	432
Quadro 6 - Jesuíno Marcondes de Oliveira e Sá	433
Quadro 7 - José Antônio dos Santos	434
Quadro 8 - Antônio Ricardo dos Santos (filho) – <i>Comendador Dodoca</i>	434
Quadro 9 - Antônio Ricardo dos Santos (velho)	435
Anexo C - Escritura da abertura da Leal, Santos & C.	436

Apêndice D – Ocorrências de notícias sobre a Leal, Santos & C. na imprensa	
Echo do Sul	439
A Federação	442
O Paiz	445
Apêndice E – Personagens da Fábrica Leal, Santos & C (1889-1918)	447
Apêndice F – Nuvem de adjetivos utilizados pela imprensa sobre a Leal, Santos & C.	449
Proprietários	449
Fábrica	449
Conservas	449
Apêndice G – Análise das propagandas da Leal Santos & C na Revista <i>O Malho</i>	450
Apêndice H – Linha do Tempo Leal Santos	456
Apêndice I – Fotos da produção de biscoitos	457
Anexo I – Certidão de Fundação do endereço R. do Livramento, 130	461



Introdução

O final do século XIX e início do XX foi palco de diversas transformações econômicas e culturais. O país assistiu o aceleramento do tempo, a abolição da escravatura e o nascimento da República, a modernização de ruas, a luz elétrica, os trilhos, as ferrovias, os bondes elétricos e os carros. Conforme nos apresenta Nicolau Sevcenko (2001), a virada do século XIX para o XX é o momento das grandes mudanças, das novas descobertas científicas e tecnológicas que vão alterar profundamente o estilo de vida que os sujeitos dos séculos anteriores possuíam.

Esse também foi o momento de desenvolvimento das indústrias, um movimento paulatino, carregado de dificuldades e de embates discursivos, mas que, aos poucos, alterou também o cenário das cidades ao seu redor com a construção de parques fabris e vilas operárias. Era o surgimento de um novo sistema econômico, de um modelo capitalista, com mão-de-obra assalariada para homens, mulheres e crianças. Vivia-se um novo estilo de vida, relacionado ao capitalismo e ao consumo. As cidades industriais, aquelas com maior concentração de indústria, passaram a ter seus horários de dormir, acordar e almoçar ditados pelos apitos das chaminés. Algumas empregavam famílias inteiras e até várias gerações. Nascia uma burguesia industrial, uma classe operária, e consumidores que vão dar vida ao capitalismo brasileiro. Mudanças possíveis no Brasil apenas em decorrência da economia

cafeeira, e o acúmulo de capital dele oriundo, pelo fim da escravidão, pela forte imigração e por contextos político-econômico externos.

Na busca por um país digno da República, proclamada em 1889, havia o desejo de apagar os vestígios e heranças da monarquia, dar novos ares e caras para o Brasil “moderno”. Modernidade que pode ser entendida dentro da perspectiva proposta por Marshall Berman (1986), como um conjunto de experiências que permeiam a aventura, a alegria, o poder e a transformação. Esse era um cenário vivido não só no Brasil, mas em grande parte do mundo ocidental em uma busca quase incessante de experienciar o novo. Nesse contexto, as indústrias brasileiras são vistas por parte da sociedade como uma possibilidade de avançar economicamente e tentar recuperar o “atraso”, sobretudo, frente ao velho. Inspirado pelo ar europeu, o Brasil entrou na disputa e na corrida do moderno, começou a abrigar indústrias, muitas de capital estrangeiro, mas que anunciavam os seus “melhores produtos nacionais” também em exposições (nacionais e internacionais). Entretanto, as formas de fazer indústria e consumir os produtos guardavam marcas de um país colonizado que enfrentou dificuldades, taxas, impostos, e uma cultura agrícola forte e preponderante.

Para além das dificuldades, existiam alguns fatores que facilitaram a instalação desses novos estabelecimentos, um deles era a aproximação de portos marítimos. Nesse período, o meio de transporte mais utilizado para longas distâncias era a navegação: embarcações variadas levavam passageiros e mercadorias através de águas doces e salgadas brasileiras. Assim, as cidades que dispunham de acesso aos portos, aos poucos, foram atraindo diversos estabelecimentos industriais, de setores diferentes, e a maioria com iniciativa estrangeira (OLIVEIRA, 2014). Esse foi o caso da cidade do Rio Grande, localizada no extremo sul do estado do Rio Grande do Sul (RS). Entre o final do século XIX e início do XX, Rio Grande abrigou inúmeras fábricas, transformando-se em um polo industrial do estado e uma referência fabril no Brasil, contribuindo para a exportação de produtos brasileiros (BITTENCOURT, 2001), ficando, inclusive, conhecida como a “cidade das chaminés” (TORRES, 2008).

A cidade, que no século anterior tinha uma característica militar, passou a ser uma cidade industrial e operária. Dentre essas fábricas, a **Fábrica Leal, Santos & C, será o objeto de estudo desta tese**. Fundada na cidade do Rio Grande, ainda no Brasil Império em 20 de outubro de 1889 pelo português Francisco Marques Leal Pancada, seu filho Antônio Marques Leal Pancada, e seus genros Moysés Marcondes de Sá e José Antônio Santos. A Leal Santos inicia sua atividade no Brasil como uma filial da matriz lusitana, localizada em Lisboa,

fundada em fevereiro do mesmo ano. Uma indústria alimentícia que começou suas atividades de maneira mais singela e, aos poucos, cresceu em proporções significativas, conquistando o mercado nacional, se desvinculando da matriz e abrindo novas filiais no Brasil. Começou produzindo conservas de peixes, frutas e legumes, e com o aumento das produções e da própria estrutura, foi aumentando a variedade de ofertas: produzindo biscoitos e chocolates e, em outra fase, outros produtos de pescado e doces. A Leal Santos contribuiu para o fortalecimento do setor industrial alimentício na região, levando o nome da cidade e do estado para o restante do Brasil, e também do mundo, através de seus produtos, premiações e participações nas exposições universais, nacionais e regionais no século XX.

Do período caracterizado como primeira fase industrial da cidade do Rio Grande e de industrialização dispersa (MARTINS, 2016), a Leal Santos é a única que permanece funcionando até os dias de hoje. Mesmo que tenha sofrido alterações na sua estrutura, perfil e produção, ela continua ativa na cidade, trabalhando, principalmente, com a pesca ecológica sustentável de atum¹. Entretanto, apesar disso, a Leal Santos ainda não foi objeto de pesquisa histórica aprofundada, sendo este o primeiro trabalho *stricto sensu* que busca investigar a história da fábrica. A única pesquisa encontrada é o trabalho de Garcia (2001), em monografia de especialização, sobre a Leal Santos, muito embora seja voltado para uma história mais descritiva.

O ineditismo do trabalho e a complexidade do objeto de estudo, principalmente por tratar-se de uma fábrica centenária, exigiu encontrar uma forma, um caminho, possível para analisar historicamente a Leal Santos. Ainda durante o período de projeto, e primeiras investigações e levantamentos sobre a empresa, percebi a potencialidade de uma perspectiva voltada não apenas para seu aspecto econômico, ou biográfico, mas de um viés cultural e social da fábrica. Além disso, percebi que os biscoitos produzidos pela Leal Santos, em estilo inglês e vendidos em lata, pareciam ser uma análise promissora para compreender a fábrica não só como instituição, mas também como reflexo da sociedade, de seu contexto e como protagonistas dessa história. Somado a isso, sustentei a hipótese de que esse biscoito foi um produto essencial para a expansão e longevidade da fábrica.

A partir daí, compreendi que este biscoito não era apenas um produto, mas também um caminho possível (um fio condutor) para analisar a fábrica. Essa linha permite entender o biscoito como um elemento da cultura material, e aqui, cabe reforçar que não se trata de

¹ <http://www.lealsantos.com/>. Acessado em 20 maio 2020.

apenas um (unidade) biscoito, mas de uma categoria alimentícia, de um produto de diversas qualidades. Ou seja, o biscoito, enquanto alimento e mercadoria, pode ser também analisado dentro de sua complexidade, de sua trajetória. Essa é a proposta de Igor Kopytoff (2008) ao defender que, ao estudar as mercadorias, as tomemos como coisas que circulam, pois elas sofrem trocas e possuem uma vida social, e sendo assim, é possível traçar uma biografia cultural dessas coisas (KOPYTOFF, 2008).

Assim, se o biscoito Leal Santos é uma mercadoria, portadora de uma biografia, de um ciclo de vida, **seria possível analisar a Fábrica Leal Santos & C. a partir de seu produto e da trajetória dele?** Responder e defender a resposta positiva para tal questão foi também o meu trabalho, e um desafio nesta tese. Mas a escolha do biscoito para conduzir essa pesquisa também não foi aleatória, pois parti da hipótese que o biscoito foi o produto com maior impacto no início da vida da Leal Santos, contribuindo significativamente para o seu êxito. E, como defende Ortega (2003), cabe ao historiador, e no caso uma historiadora, desvendar como as empresas superaram suas dificuldades, e as conjunturas possíveis para seu êxito ou fracasso. Ortega (2003), também incentiva pesquisas que enxerguem as empresas como organizações sociais que refletem o macro ao micro, e que do micro também podem influenciar no macro.

Nesse sentido, o biscoito é visto como um guia que norteará essa pesquisa. Através dele analisarei o seu ciclo de vida: produção, venda, consumo, e por último, o encerramento de sua produção, quando não é mais possível consumi-lo e ele passa a fazer parte apenas do cenário memorial e museal local. Tenho, portanto, uma espécie de “biografia do biscoito” que consegue abranger, mesmo com os recortes e intervalos, a história da fábrica, os contextos sociais e culturais, o processo de industrialização do país e do Rio Grande do Sul, e uma série de questões simbólicas e distintivas que estavam presentes no momento aqui estudado.

Com essa proposta, busquei contribuir com a ideia de pensar a fábrica além-muros, defendida por Ortega (2003), em uma História Empresarial de caráter mais social e cultural, preocupada também em entender a empresa a partir da relação com o seu meio. Maria da Luz Sampaio (2017) fez em sua tese de doutorado uma proposta semelhante, pois utilizando o conceito de Kopytoff (2008) de biografia cultural das coisas, e a ideia de ciclo de vida de Karin Dennehl (2009), partiu de uma peça, um motor elétrico, e de sua biografia, e analisou a história da industrialização de Portugal, da cidade do Porto, o surgimento dos motores elétricos, o impacto disso na sociedade, e como esse motor foi musealizado, ao ser retirado de sua função original.

Nesse caso, apesar de desafiador e pouco usual, o trabalho de Sampaio (2017), demonstra não só que é possível um trabalho com tal perspectiva, como também atesta a necessidade e a contribuição de investigações históricas que saiam de outro ponto de partida e proponham outros caminhos. Essa perspectiva interdisciplinar enriquece as discussões sobre a temática, pensando para além da historiografia e relacionando outras formas de pensar sobre indústria, consumo e sociedade. Contudo, para que a proposta deste trabalho fique ainda mais clara e “perceptível” elaborei um mapa visual da linha de raciocínio para a tese, com as fases da vida do biscoito e sua relação com as partes e capítulos da tese, apresentada na Figura 1:

Figura 1: Biscoito como fio condutor da pesquisa - organização da tese.



Fonte: Elaborado pela autora

As quatro fases apresentadas (pré-produção, produção, venda, consumo, encerramento e musealização) condizem com as quatro partes que estruturam a tese, como será explicado posteriormente. Entretanto, cabe ressaltar que a primeira parte (pré-produção) não condiz especificamente sobre o biscoito da fábrica, mas sim de fatores, os quais nomeei como “ingredientes”, que foram primordiais para que a fábrica Leal Santos tivesse condições de produzir não só o biscoito, mas todos outros produtos. Na Figura 1 estão apresentados os itens que serão desenvolvidos em cada capítulo e que representam as fases do biscoito, mas também da própria empresa, pois não é possível dissociar o produto de seu produtor. Essa perspectiva corrobora o que Sampaio (2017) salienta ao dizer que “seguramente, que o

historiador é aquele que está em melhor posição para traçar a trajetória dos objetos desde a sua produção até ao consumo, ir para além do artefato, especialmente quando este não está disponível fisicamente” (SAMPAIO, 2017, p. 71).

Mas além de definir o biscoito como fio condutor da tese, frente aos diversos produtos que ela fabricava, foi também preciso delimitar um recorte temporal, pois não seria possível discorrer sobre os seus 130 anos em um único trabalho. Assim, essa pesquisa se deterá principalmente no período da chamada *Belle Époque*² brasileira, estendendo até o final da Primeira Guerra Mundial: 1889 - 1918. Delimitei tal recorte por entender que nele é possível acompanhar as transformações sofridas na sociedade brasileira, como a transição do Império para a República até o primeiro grande evento do século XX, bem como as principais fases na trajetória da fábrica³.

Nesse sentido, o objetivo dessa pesquisa não é traçar uma história dos grandes feitos da Fábrica Leal Santos ou de seus fundadores e gestores, mas sim compreendê-la de maneira mais aprofundada, buscando as conexões entre ela e a sociedade, as questões simbólicas e culturais que permeiam o produto e a empresa, entendendo a fábrica como força ativa da história e tendo como “fio condutor” o seu biscoito. Mas esta tese é uma tese sobre um biscoito? Não, a tese é sobre a trajetória de uma fábrica alimentícia, analisada a partir do biscoito que ela produzia. Essa proposta pareceu-me a melhor estratégia para dar conta dos diversos caminhos possíveis e “janelas e portas” que a fábrica possibilita. Me aventuro nessa caminhada concordando com Sampaio (2017) quando ela diz que “os novos trilhos da investigação devem, pois, alargar os seus enquadramentos, propor novos pontos de partida, procurar cruzar diferentes abordagens de estudo” (SAMPAIO, 2017, p. 83).

Partindo dessas premissas é que aponto as problemáticas que norteiam esse trabalho e as hipóteses iniciais: **Qual o papel da Leal Santos no cenário industrial local, regional e nacional? Quais os fatores que permeiam a sua longa-duração? Qual a relação entre Portugal e Brasil na fábrica? Como o biscoito contribuiu para o seu êxito e construção de uma imagem de empresa de qualidade? Quais aspectos culturais, sociais e simbólicos envolvem a história da fábrica e de seu biscoito? Qual a relação da fábrica com a**

² *Belle Époque* é uma expressão francesa, que pode ser traduzida como época bela ou bela época, utilizada para designar um período entre o final do século XIX e a metade do século XX. Sevchenko converge com outros autores ao delimitar os marcos desse período como o final da Guerra Franco-Prussiana, em 1871, e o início da Primeira Guerra Mundial, em 1914.

³ Confeccionei uma Linha do Tempo da Leal, Santos & C (1889-1918) com os principais acontecimentos da fábrica aqui apresentados, disponível no Apêndice H.

sociedade local? Assim, as hipóteses iniciais que serão testadas no decorrer deste trabalho, partem da ideia de que a Leal Santos teve um papel essencial no cenário industrial local, regional e nacional, sendo uma das empresas de maior relevância no ramo dos biscoitos. Além disso, os “ingredientes” cruciais para o seu êxito e longa-duração foram: a) os contatos e relações sociais e políticas de Francisco Marques Leal Pancada, fundador da fábrica junto com outros sócios e patriarca da família; b) o momento histórico e a capacidade de seus gestores de perceber as conjunturas econômicas, sociais e políticas para delimitar o seu negócio; c) a imagem empresarial construída através dos anúncios do biscoito e pela imprensa, sobretudo a local.

Entendendo a extensão e a complexidade do trabalho aqui proposto, e também por perceber as limitações teóricas e metodológicas da História Empresarial, esta tese perpassa por vários caminhos historiográficos e teóricos. Extrapolar essas “correntes” foi o caminho encontrado para conseguir dar conta das questões aqui propostas. Há, portanto, algumas escolhas que são basilares para a tese e estão como “pano de fundo” de todo o trabalho. Uma delas é a visão do sociólogo Pierre Bourdieu. Os conceitos elaborados pelo autor foram fundamentais e estão presentes em toda a linha de raciocínio desta tese, dentre eles destaco aqui o de distinção social, *habitus*, e capital (social, cultural, econômico).

No que tange às fontes⁴, utilizei a imprensa brasileira, jornais e revistas ilustradas, para analisar os principais acontecimentos da fábrica, o papel da imprensa na construção de um discurso a favor da industrialização no país e como veiculadores dos anúncios publicitários da fábrica. Foram utilizados três principais jornais para a pesquisa: *Echo do Sul* (da cidade do Rio Grande), *A Federação* (da capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre) e *O Paiz* (da capital do país, Rio de Janeiro). Esses são os três jornais que dão base para as análises desta pesquisa. Todavia, o *Echo do Sul* é o jornal mais recorrente durante a tese por apresentar textos mais extensos e notícias mais informativas sobre a fábrica local, bem como pelo fato de se posicionar de forma mais ativa e clara ao incentivo industrial nacional, regional e local. De qualquer forma, esses três jornais, e alguns outros utilizados em menor escala, são fundamentais para a compreensão da importância da Leal Santos no contexto industrial, econômico e cultural da época, bem como para a construção e fortalecimento de sua imagem no cenário nacional.

⁴ Todas as fontes e arquivos consultados estão disponíveis no Apêndice A.

A principal revista utilizada foi *O Malho*, revista ilustrada de grande relevância para a imprensa ilustrada e caricata no país, ícone do período da *Belle Époque* brasileira. Com exceção da folha *Echo do Sul*, pesquisada presencialmente na Biblioteca Riograndense, as demais foram consultadas na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. A metodologia utilizada foi a Análise de Conteúdo de Bardin (1979) e Moraes (1999) em análises quanti-qualitativas, como será explicado em cada capítulo. Para compreender as redes de sociabilidade, os capitais sociais e a história da família Leal Santos, certidões de casamento, nascimento e óbito, bem como uma obra biográfica de Francisco Marques Leal Pancada, escrita por um familiar em 2000.

As fontes ligadas a empresa, básicas para a História Empresarial, foram pouco consultadas tendo em vista a ausência desses documentos em locais de pesquisa. Os livros diários consultados, que ao todo foram três, fazem parte do acervo do Museu da Cidade do Rio Grande. Outras documentações nesse sentido, como censos industriais foram consultados no Arquivo do Ministério de Obras Públicas de Lisboa, Portugal, e arquivos digitalizados em plataformas brasileiras, como é o caso do IBGE.

Por fim, a análise da última fase da vida do biscoito, e da tese, no momento de encerramento do seu ciclo e a percepção da fábrica na sociedade atual, utilizei o *Facebook* como forma de coletar lembranças, através de publicações e comentários. Apesar do recente uso das redes sociais enquanto fontes históricas, autores como Reis (2018), Chagas (2017), Almeida (2011), apontam sobre a importância dessas plataformas para compreender as formas de relação dos indivíduos com a realidade, com o passado, e como ferramentas para socializar memórias. É nesse sentido que o *Facebook* é utilizado como fonte, também através da Análise de Conteúdo, para buscar responder às problemáticas iniciais desta pesquisa sobre a relação da Leal Santos com a sociedade e vice versa.

A variedade de fontes utilizadas justifica-se por ser um tema com enfoque e objeto de estudo inédito. Dentro de cada fase, e capítulo da tese, as análises empíricas se entrelaçam ao aporte teórico e metodológico, dando mais ênfase a elas no decorrer de cada capítulo. A extensão da pesquisa se justifica pela própria complexidade da fábrica e seus desmembramentos.

Nesse sentido, esta tese está dividida em quatro partes, cada uma faz referência às fases da vida do biscoito, de sua trajetória. **Parte I: “Os ingredientes”** possui três capítulos que demonstram elementos cruciais para a fundação e desenvolvimento da fábrica: **Capítulo 1: “Família Leal Santos”**, demonstrando através de leituras e metodologias da História

Social, as redes de sociabilidade e o capital social da família fundadora da fábrica, focada no personagem visto como patriarca da família: Francisco Marques Leal Pancada. **“Capítulo 2: Uma receita luso-brasileira”**, analisa de que forma o contexto industrial de Portugal influenciou na fundação da fábrica, bem como o papel da Leal Santos no cenário industrial português do período. E, por último, o **Capítulo 3 “Industrialização em solo brasileiro”**, verifiquei o contexto industrial no país, quais as circunstâncias que permearam a fundação da fábrica na cidade do Rio Grande, e qual o papel da fábrica também no cenário nacional, regional e local.

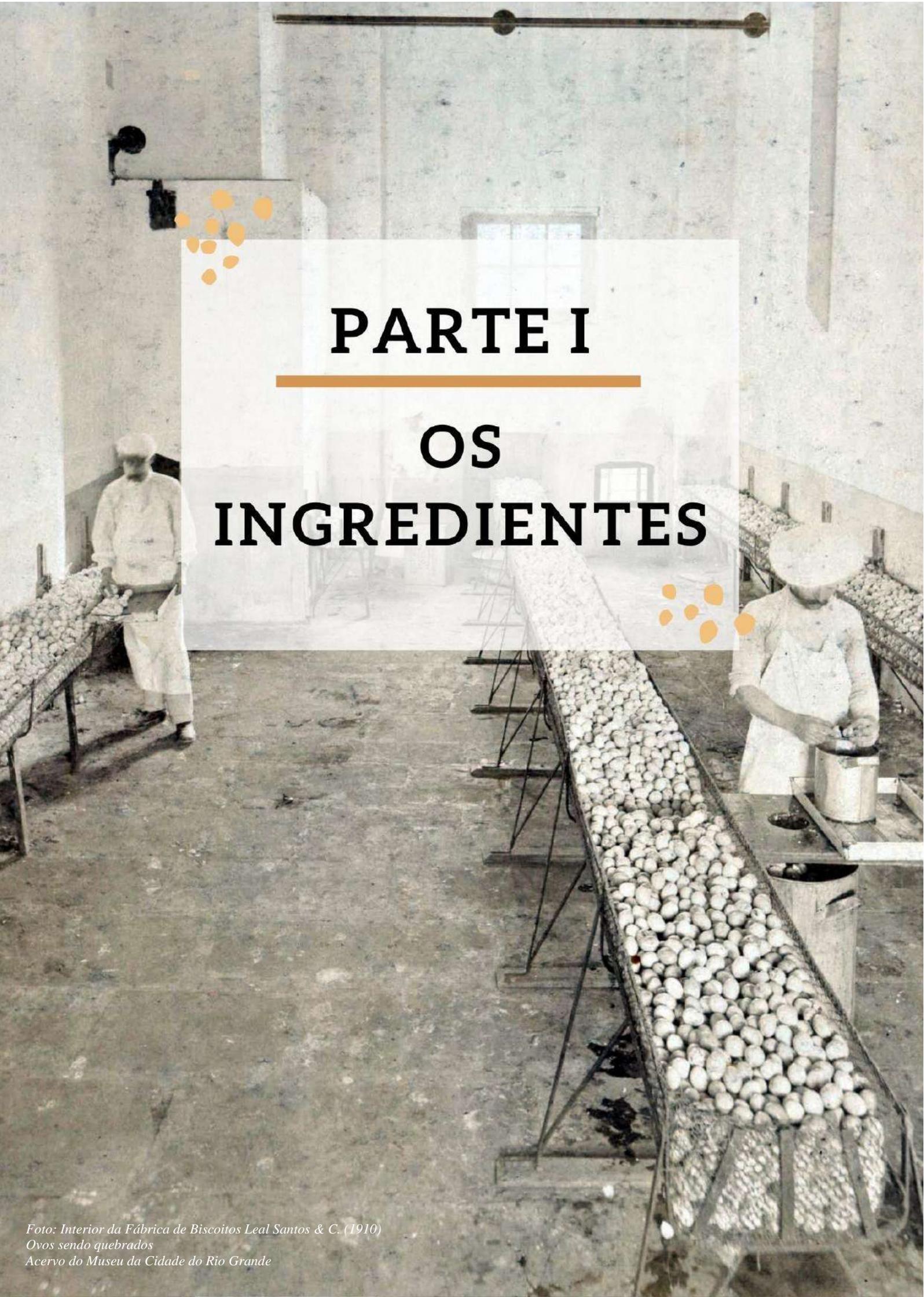
A **parte II “A receita e o modo de preparo”**, dividida em dois capítulos, investiguei quais foram as ações tomadas pela empresa, e pelo seu meio, que contribuíram para sua trajetória. Ou seja, uma espécie de passo-a-passo da história da fábrica, bem como questões contextuais exteriores a ela. Assim, o **capítulo 4 “Biscoitos: das navegações até as mesas de luxo”**, mostra como a transformação deste alimento em um símbolo moderno de distinção social, e de pessoas elegantes, contribuiu para a sua produção industrial, afetando não só a Leal Santos, como todas as empresas do setor. O **capítulo 5: “Leal Santos & C. nas folhas da imprensa brasileira”**, aponta sobre a história cronológica da Leal Santos através dos jornais, e, ainda, como a imprensa teve papel fundamental para a construção de um discurso pró industrialização e que afetou diretamente a construção da imagem da fábrica Leal Santos.

A **parte III “Venda e consumo”**, trata sobre as estratégias publicitárias utilizadas pela fábrica Leal Santos para vender os seus biscoitos e para construir uma imagem de bem simbólico de distinção social. O alto investimento por parte da fábrica para anúncios e propagandas terá um fator primordial na construção de sua imagem empresarial, e esses elementos tangenciam o contexto de industrialização do período, de característica de substituição de importação. Assim, o **capítulo 6 “Vender: propaganda e discurso”**, se debruça na análise dessas propagandas e suas mensagens publicitárias, no público-alvo da empresa e os elementos simbólicos neles presentes. E o **capítulo 7 “Indícios do consumo”**, apresenta discussões iniciais sobre quem seriam os consumidores do biscoito Leal Santos, e se as formas que eles eram consumidos condiziam com os vendidos e anunciados nas propagandas.

Por último, **parte IV “O gosto que fica: sabores do passado”**, encerrará o ciclo de vida do biscoito, analisando o encerramento de sua produção e as “migalhas” por ele deixadas. Essa parte dá luz às permanências, às ressonâncias sociais e culturais dos 130 anos de existência da fábrica, e de quase sete décadas de produção de biscoito. Nesse sentido, o

capítulo 8 “A Leal Santos & C. em memórias” abarca as lembranças retiradas do *Facebook* sobre a fábrica, verificando de que ela e seus biscoitos são rememorados, se existem lembranças sobre os biscoitos e quais são elas e ainda, sobre as homenagens memoriais e os vestígios urbanos desse período da fábrica. O **capítulo 9 “A musealização”**, trata sobre o processo de musealização dos vestígios móveis da Leal Santos e a relevância da preservação dos objetos da fábrica, enquanto vestígios industriais móveis, para pensar e investigar o processo de industrialização local.

Reitero que cada capítulo aponta de forma mais efusiva e aprofundada, as questões teóricas, conceituais e metodológicas utilizadas. Ao fim e ao cabo, a tese está assim organizada com o intuito de evidenciar a trajetória da fábrica Leal Santos a partir da trajetória do biscoito que ela produzia, abordando assuntos transversais e interdisciplinares, do micro ao macro, evidenciando aquilo que José Amado Mendes (2004) aponta como uma História Empresarial, e uma fábrica, mais humanizada. Sendo assim, acredito que esta tese contribui para as pesquisas da História Empresarial, mas não só, visto que não é um trabalho limitado teoricamente e pode contribuir para outras correntes teóricas e formas de pensar o passado da nossa sociedade.

A historical black and white photograph of a biscuit factory interior. The room is filled with long metal racks filled with rows of eggs. Two workers in white aprons and hats are visible, one on the left and one on the right, both engaged in tasks. The floor is made of dirt or concrete. The text 'PARTE I' is centered at the top, followed by a horizontal orange line, and 'OS INGREDIENTES' is centered below it. There are decorative orange circles in the top left and bottom right corners of the text area.

PARTE I

OS INGREDIENTES



[...] a questão da sucessão é o ponto-chave do sucesso da empresa familiar. O fundador que consegue dar uma boa formação aos filhos, e tem a lucidez necessária para perceber que não é imortal, e que é melhor resolver sua sucessão enquanto está no comando da situação [...] pode contar com a quase certeza de perpetuar a sua grande obra: a empresa que criou e fez crescer

(VIDIGAL, 1991, p. 25).

PARTE I - OS INGREDIENTES

Para que uma receita tenha êxito é preciso selecionar e utilizar os ingredientes corretos e mais adequados para a preparação. O respeito de cada etapa e a paciência em aguardar o momento certo de incluir cada ingrediente é o segredo de uma receita de sucesso. Partindo desta analogia, inicio a tese com a reflexão de quais são os “ingredientes” da Leal Santos que foram essenciais para que ela se consolidasse no cenário industrial brasileiro.

Dentre estes, me deterei na análise dos seguintes: 1) *a família Leal, Santos & C* e a trajetória dos agentes que fundaram a fábrica. A partir dos estudos da História Social e dos conceitos de Pierre Bourdieu, a primeira parte disserta a extensa e importante rede criada por Francisco Pancada e a formação da família que dá nome à fábrica. 2) O contexto industrial português no final do século XIX e início do XX, pois é na cidade de Lisboa que, nesse período, a fábrica é fundada e dá início às suas atividades. 3) Contexto industrial em território brasileiro e a implementação de um sistema capitalista, compreendendo as peculiaridades do país, mas também do Rio Grande do Sul e da cidade do Rio Grande.

Cabe salientar que esta primeira parte tem por intuito situar aspectos que, apesar de antecederem a criação da Leal Santos e dos seus biscoitos (fio condutor da tese), estarão

presentes e marcados em toda a história da fábrica no período analisado. Por outro lado, os dados aqui apresentados buscam situar e associar uma fábrica do sul do Rio Grande do Sul, com um cenário global, indicando que ela não pode ser estudada isoladamente e sem entender os demais ingredientes.

Portanto, esta primeira parte está estruturada na construção de uma narrativa histórica e contextual, utilizando fontes primárias e discussões bibliográficas e historiográficas, para também contribuir para as pesquisas na área, através, sobretudo, de uma expansão e diminuição da “lente” investigativa sobre a Leal, Santos & C.

Capítulo 1. Família Leal Santos & Cia.

O surgimento da Fábrica Leal, Santos & C. tangencia uma série de questões familiares, políticas e sociais, tornando-se necessário realizar uma análise que permita vislumbrar quem são os principais nomes por trás da criação da fábrica e de que forma suas vidas individuais, e as redes que conectam cada uma delas, contribuíram para a criação e permanência da Leal, Santos & C. no cenário industrial brasileiro por tanto tempo. No início deste capítulo, apresentarei de que forma as trajetórias individuais dos nomes que fundaram a fábrica e, posteriormente, a administraram, podem ser entendidas como um ingrediente importante para a história da Leal Santos.

Tendo por guia uma metodologia da História Social aplicada à fábrica, esse capítulo analisa, a partir dos conceitos de rede de sociabilidade, agentes sociais, campo e capital, as relações internas e externas dos agentes que são os fundadores da Leal, Santos & C. Essa proposta está baseada na hipótese que a rede de contatos que envolve o personagem Francisco Marques Leal Pancada foi essencial para a construção da fábrica, bem como para a sua expansão. Nesse caso, proponho analisar de forma sistemática e organizada esses agentes e os fatores que os associam.

A maior parte das informações aqui descritas, em especial as que narram a trajetória de Francisco Marques Leal Pancada, foram fornecidas pela obra de cunho biográfico escrita por Nuno Vieira da Fonseca, um familiar de Francisco Marques Leal Pancada, intitulada “*O Século de Francisco*” publicada no ano 2000. Apesar de ser uma publicação de caráter não científico - e com uma narrativa romantizada sobre a vida desse antepassado -, foi através do livro que obtive informações sobre momentos e nomes importantes da vida de Francisco que, direta ou indiretamente, se relacionam com a história da Leal, Santos & C. Portanto, através de alguns dados fornecidos pelo autor, - que, segundo ele, foram coletados através de manuscritos do próprio Francisco, e de outros documentos e relatos de família -, foi possível ter acesso a documentos oficiais e fontes primárias imprescindíveis para essa tese, conforme será apresentado no decorrer do texto.

Por outro lado, sobre demais personas (como é o caso dos cunhados, sogro e genros de Francisco) foi possível encontrar algumas referências bibliográficas a respeito de suas vidas. Estudos sobre a formação da elite política e econômica no Paraná durante o Império brasileiro destacam o nome de alguns indivíduos importantes para essa tese. Somando as publicações genealógicas das Províncias do Paraná e São Paulo e, ainda, fontes primárias como certidões

de casamento, batismo e óbito, esse conjunto de obras e fontes possibilitou pontuar os principais pontos de convergência entre essas pessoas.

Para evitar o desvio dos objetivos da tese foi necessário abordar apenas aspectos identificados como relevantes, ou seja, que dialogassem com a criação da Leal, Santos & C. Assim, esclareço que esse capítulo não tem o intuito de escrever uma biografia da família, ou de Francisco, mas sim apresentar os aspectos sociais desses agentes que contribuíram para construção da fábrica. A partir do entendimento dos conceitos *agente*, *campo* e *capital* do sociólogo Pierre Bourdieu, transito sobre esses encontros que serão desenvolvidos no decorrer do texto.

Confeccionei quadros⁵ com informações referentes a esses aspectos, demonstrando os espaços de circulação e trajetórias políticas de cada agente. Essa metodologia de análise tem inspiração no trabalho de doutorado do sociólogo Alessandro Alves (2014), também influenciado por Bourdieu, que estudou as redes de parentesco da política paranaense do Brasil Império. Pierre Bourdieu faz alusão sobre a importância de tratar e investigar a vida dos agentes ao propor uma análise biográfica, levando em consideração os espaços onde eles circulam e, ainda, as demais relações e posições sociais.

[...] não podemos compreender uma trajetória (isto é, o envelhecimento social que, embora o acompanhe de forma inevitável, é independente do envelhecimento biológico) sem que tenhamos previamente construído os estados sucessivos do campo no qual ela se desenrolou e, logo, o conjunto das relações objetivas que uniram o agente considerado - pelo menos em certo número de estados pertinentes - ao conjunto dos outros agentes envolvidos no mesmo campo e confrontados com o mesmo espaço dos possíveis (BOURDIEU, 1996, p. 82).

Nesse caso, esses quadros proporcionam a identificação dos principais pontos de congruência sobre os agentes e, dessa forma, apontar possíveis relações nos aspectos econômicos e políticos que permearam a criação da Leal, Santos & C. Para Nogueira (2017), Bourdieu identifica a noção de agente baseada na visão de uma teoria de ação prática, buscando superar teorias sociológicas subjetivistas anteriores a ele que desconsideravam a posição e as ações dos indivíduos no espaço social, ao mesmo tempo em que atribuíam a esses uma consciência praticamente total do funcionamento da estrutura social. A visão subjetivista, segundo Bourdieu, pelas palavras de Nogueira, é problemática pelo fato de não atingirem

⁵ Todos os quadros estão disponíveis no anexo do trabalho, com números respectivos a cada agente no Apêndice B.

[...] as bases sociais que supostamente condicionariam as experiências práticas, mas, sobretudo, o fato de contribuírem para uma concepção ilusória do mundo social, que confere aos sujeitos excessiva autonomia e consciência na condução de suas ações e interações (NOGUEIRA, 2017, p. 26).

Afinal, o autor defende que os agentes sociais são diferentes dos atores sociais: eles não seguem um roteiro pré-definido e estipulado por categorias e estruturas, mas sim, agem de maneira livre e conseguem fazer suas próprias escolhas, mesmo que essas sejam estruturadas de alguma forma (BOURDIEU, 2007).

Segundo a visão de Bourdieu, é preciso identificar quem são os agentes e quais capitais, campos e estruturas que eles estão inseridos e carregam consigo. No caso da tese o agente central é Francisco Marques Leal Pancada, por entender que ele é o principal articulador e mediador não só da fábrica, mas dos negócios de sua família. Identificado como o patriarca responsável, por parte significativa dos negócios e fortuna familiar, ele é o personagem o qual acompanhei a trajetória, até chegar aos demais indivíduos e desvendar uma rede mais clara de seus interesses, negócios e família.

Entretanto, ainda existem algumas lacunas a serem preenchidas e certas informações imprecisas, tanto sobre a vida de cada personagem, quanto de datas, nomes e objetivos que permeiam esse cenário biográfico de encontro de agentes. Essas indeterminações não atingem o cerne da tese, e creio que podem ser investigadas por pesquisas futuras. Sendo assim, dou destaque aos nomes dos personagens principais da *família Leal, Santos & C⁶* a medida que desenvolvo uma trajetória dos agentes e uma análise teórica sobre a rede formada por eles.

É necessário destacar que mesmo com referências bibliográficas e fontes primárias sobre essas pessoas, esse tipo de abordagem (que busca dar sentido a uma trajetória de vida para justificar ou analisar os fatos) pode facilmente cair no que Pierre Bourdieu identifica como ilusão biográfica (BOURDIEU, 1996). Esses estudos buscam dar sentido lógico e cronológico para ações e momentos marcantes da vida de alguém, mas são interpretações, nesse caso, externas da vida de *outrem*, são resultados de um olhar que busca dar significado a uma trajetória. Ou seja, as relações e motivações desenvolvidas em uma narrativa biográfica, mesmo sendo autobiográfica, tratam-se sempre de uma interpretação do passado com base no

⁶ Ao falar *família Leal Santos*, me refiro ao conjunto de pessoas (corpo) que está ligada diretamente com a criação da fábrica. Nessa concepção, tenho Francisco Marques Leal Pancada enquanto principal agente articulador e mediador dessa família – principalmente de seus herdeiros e sucessores. Apesar da Francisco ter atingido seu auge financeiro com o casamento e aproximação com a família de sua esposa (Alves de Araújo), é ele que gerencia e possibilita a perpetuação e expansão desse patrimônio que passa a ser seu e da sua nova geração.

presente, dando sentido às ações que não necessariamente eram conscientes ou reais no momento narrado.

Na ciência disso, o que proponho é uma visão que utilize diversas fontes e dados para buscar significar o surgimento da fábrica Leal Santos & C., mas sem desconsiderar que, como qualquer recorte, outras interpretações e associações são possíveis. Além disso, reforço que não é o objetivo deste trabalho realizar uma biografia de Francisco, nem de sua família, mas sim compreender e contextualizar os fatores que antecederam e possibilitaram a criação da Leal Santos.

Conforme dito anteriormente, Francisco Marques Leal Pancada (1822-1903)⁷ é identificado como o principal mediador da criação da Leal, Santos & C. Foi batizado Francisco Marques Leal Pereira de Sousa, nasceu na Vila de Cascais, litoral do distrito de Lisboa (Portugal), filho de António Marques Leal de Sousa (1777-1833) e Maria da Conceição Leal Pereira de Sousa (? – 1833). Além de Francisco, estima-se⁸ que o casal teve mais quatro filhos: Maria, António, Miguel e Manuel. Francisco (Figura 2) era o filho mais novo dessa família que viveu por muito tempo em Cascais, onde seu pai conseguiu transformar-se num bem sucedido armador na indústria de pesca (FONSECA, 2000). Segundo Vieira da Fonseca (2000), as condições favoráveis à pesca na localidade possibilitaram que a família obtivesse uma vida melhor do que a maioria dos pescadores vizinhos, proporcionando, inclusive, que todos os filhos do casal tivessem acesso ao estudo básico.

⁷ Apêndice B – Quadro 1

⁸ Na obra de Nuno Fonseca (2000) são mencionados quatro irmãos, mas, por vezes o autor indica um nome que não havia sido listado anteriormente: Isidoro. Não podendo verificar se um dos irmãos também carregava Isidoro em seu nome, e confirmar quantos irmãos Francisco realmente tinha, trabalhei com a estimativa de cinco filhos ao total.

Figura 2: Francisco Marques Leal Pancada, aproximadamente 1890.



Fonte: Fonseca, 2000, p. 375.

Incentivado pelo seu pai e pelo professor da escola, Francisco (aos onze anos), foi estudar em um internado em Lisboa. Alguns de seus irmãos, a essa altura, estavam morando no Brasil (Paraná) e Maria, a mais velha, morava em Cascais com seu marido. No mesmo ano, em 1833, seus pais adoeceram em decorrência de uma epidemia e acabaram falecendo⁹, ficando ele a partir desse momento, sob os cuidados de sua irmã mais velha. Cerca de dois anos depois, após terminar os seus estudos, Francisco, com aproximadamente treze anos de idade, decide viajar para o Brasil em busca de trabalho. Segundo o relato de Nuno (2000), apesar da preocupação de Maria, o fato dos outros irmãos já estarem no Brasil, serviu como incentivo e “autorização” para que ele realizasse a viagem.

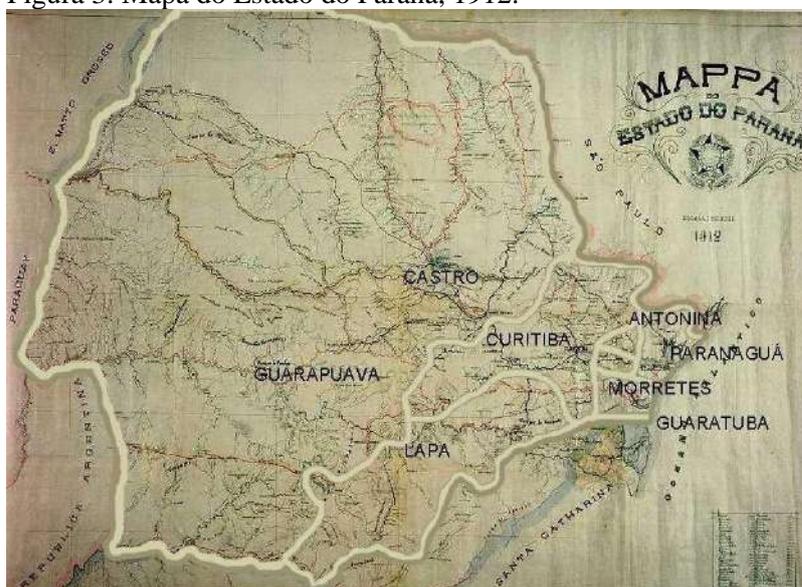
É na então Província¹⁰ do Paraná, mais precisamente em Paranaguá, que Francisco iniciou sua vida profissional. Começou a trabalhar com quinze anos, com caixeiros viajantes, como auxiliar e posteriormente em trabalhos relacionados ao comércio (FONSECA, 2000). Segundo Ana Scott (2001), a imigração de portugueses para o Brasil já acontecia de forma intensa antes mesmo do grande fluxo imigratório europeu em meados do XIX e XX. Entretanto, diferentemente dos outros imigrantes que chegavam ao Brasil e se direcionavam para as zonas rurais e cafeeiras, o imigrante português, tanto pelo domínio da língua, quanto pela facilidade em encontrar conterrâneos, “muitas vezes optava por dedicar-se a outras atividades, principalmente ao comércio, o que os conduzia com frequência a instalar-se em áreas urbanas” (SCOTT, 2001, p. 3).

⁹ Livro de Registro de Óbitos de Cascais, páginas 144 e 145. Disponível em <https://digitarq.arquivos.pt/viewer?id=4803467>. Referência: PT-ADLSB-PRQ-PCSC03-003-O4_m0145.TIF.

¹⁰ Províncias eram as divisões territoriais brasileiras que, após a Proclamação da República em 1889, passaram a ser chamadas de Estados.

O Paraná (Figura 3) é um dos estados (naquele período, província) que pertence a região Sul do Brasil, ficando entre São Paulo e Santa Catarina. As antigas vilas de Paranaguá e Curitiba eram os centros mais importantes da província naquele período, principalmente pela posição estratégica e pela expansão da economia da erva-mate (BOSCHILIA *et al*, 2010) “Assim, em meados do oitocentos, embora ainda muito acanhadas, as duas cidades configuravam-se como boas opções para os imigrantes que pretendiam buscar novas oportunidades de trabalho fora dos centros urbanos mais populosos” (BOSCHILIA *et al*, 2010, p. 225).

Figura 3: Mapa do Estado do Paraná, 1912.



Fonte: <http://www.patrimoniocultural.pr.gov.br/>

A região era fortemente dedicada à plantação e comércio de erva-mate (*Ilex paraguariensis*)¹¹, de café e também ao tropeirismo¹². Francisco Marques concentrou suas atividades principalmente nas três primeiras cidades litorâneas do Paraná: Antonina, Paranaguá e Morretes (Figura 3), mas também tem passagem e relações em Curitiba e Lapa. São nessas localidades que o jovem imigrante português iniciou sua vida como negociante e trabalhador.

Conforme Vieira da Fonseca (2000), a forte dedicação e “*feeling*” para os negócios comerciais e financeiros fez com que Francisco fosse apelidado pelos seus conhecidos como

¹¹ Árvore na qual sua planta é muito utilizada na região sul do Brasil e nos países Argentina e Uruguai nas suas bebidas típicas, principalmente chimarrão. O nome científico da planta foi catalogado pelo botânico francês Auguste Saint-Hilaire em 1820 em sua viagem ao Paraguai, entretanto, a maior quantidade da planta é encontrada no estado do Paraná, Brasil.

¹² Economia baseada na condução e comércio da tropa de animais, principalmente o gado. O caminho das tropas que saía do Rio Grande do Sul e destinava-se para São Paulo passava pelo Paraná. Esse trajeto resultou na expansão da província e na criação de novas cidades.

“Pancada”¹³, apelido¹⁴ que em pouco tempo passou a compor o nome e sobrenome de Francisco e de seus familiares. Após alguns anos de trabalho no Paraná, Francisco, aos vinte e um anos de idade, “é solicitado certo dia para ter uma conversa e conhecer pessoalmente um determinado senhor, de nome Hipólito José Alves¹⁵, pessoa distinta, de ótima aparência reconhecida e de elevada posição social” (FONSECA, 2000, p. 102). Também conhecido como Capitão Alves de Araújo (Figura 4), era um distinto capitalista de grande prestígio na região de Antonina (ALVES, 2014). Além de fazendeiro, atuava na produção e industrialização de erva-mate.

Figura 4: MUNHOZ, Francisca. **Hyppólito José Alves de Araújo**, 1887, óleo sobre tela 72 x 59,5cm. Acervo do Museu Paranaense



Fonte: CARNEIRO JÚNIOR, Renato. (2014), p. 93.

Nessa conversa, segundo Fonseca (2000), Francisco recebeu e aceitou a proposta de Hyppólito para concretizar uma sociedade em um dos seus negócios ligados à exportação, que perdurou aproximadamente três anos (até 1847), parceria que rendeu para Francisco um lucro total de 3:000\$000 (três contos de réis) (FONSECA, 2000, p. 142). Após onze anos morando no Brasil, já habituado à região e com crescimento de seus negócios, Francisco “decide comprar, no Rio de Janeiro, um lote de mercadorias destinado à exportação, iniciando desse modo aquele que foi um primeiro passo importante para a consolidação da sua casa comercial” (FONSECA, 2000, p. 109). Ao que consta, a compra do lote acontece, paralelamente, junto com a decisão de comprar um engenho de açúcar em terras do planalto

¹³ Em uma interpretação livre, “Pancada” está relacionado a uma expressão popular que identifica ter intuição e tato para alguma coisa. No caso de Francisco, para os negócios.

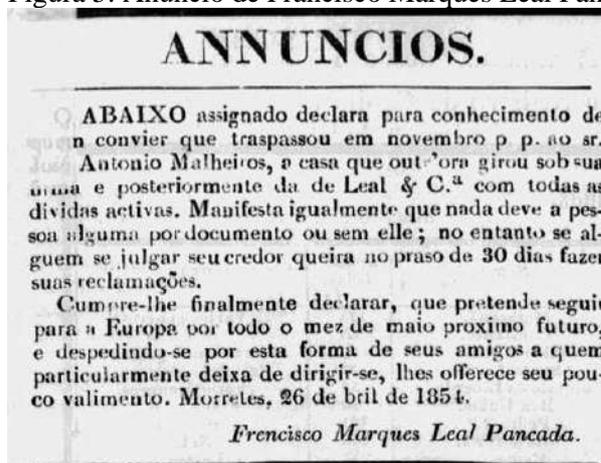
¹⁴ Alcinha

¹⁵ Capitão Hipólito José Alves, também encontrado como Hyppólito José Alves. Apêndice B – Quadro 4.

paranaense (FONSECA, 2000), aquisição que aconteceu com suas economias, empréstimo e “dando sociedade a um seu patrício de nome Nogueira, com que Francisco, aliás, já havia efetuado vários e bons negócios, evidentemente pequenos” (FONSECA, 2000, p. 110). A compra do engenho de açúcar exigiu de Francisco um forte investimento na estrutura do local e também, na compra de mão-de-obra escrava¹⁶.

Apesar da escassez de informações a respeito dos negócios de Francisco Pancada nesse período, consegui localizar nos jornais do Paraná, alguns anúncios sob sua responsabilidade no período. Nesse caso, em 1854, Francisco possuía uma firma que atendia pelo nome Leal & C^a (Figura 5).

Figura 5: Anúncio de Francisco Marques Leal Pancada sobre Leal & C.



Fonte: *O Dezenove de Dezembro*, 06/05/1854, p. 5.

Conforme apresenta o anúncio (Figura 5), Francisco realizou viagem para Europa. Após retornar ao Brasil, com cerca de trinta e cinco anos (1857), Francisco é convidado por seu ex-sócio, Hyppólito Alves de Araújo, citado anteriormente, para conhecer sua fazenda em Antonina e sua produção de café. É nesse reencontro de negócios que Francisco conheceu a filha mais nova do fazendeiro, Maria, na época com quatorze anos de idade, que em poucos meses viria se tornar sua esposa (FONSECA, 2000).

O capitão Hyppólito era casado com Maria Rosa Alves de Araújo e juntos tiveram oito filhos, Hyppólito, Manuel, Henrique, António, Hipólita, Joaquim, Domitila e Maria. A família morava na fazenda em Antonina, que segundo Fonseca (2000):

¹⁶ Nessa altura Francisco já possuía o escravo Cosme, que havia recebido como forma de pagamento por um trabalho (FONSECA, 2000).

A casa em que vive a família Alves de Araújo aqui em Antonina, já há muitos anos, é realmente esplêndida mansão, que desfruta de uma privilegiada situação, localizada junto a um braço de mar de águas serenas, de enorme baía de Paranaguá, resumida em quatro simples palavras: é a casa, o cafezal, a senzala e o riacho [...] (FONSECA, 2000, p. 168).

A maioria dos filhos homens do casal teve alguma passagem pela política provincial do Paraná. Manoel¹⁷ (Figura 6) e Antônio¹⁸ fizeram parte ativa do partido liberal do Paraná, atuando como deputados da província durante vários anos, além de ocupar outros cargos importantes. Segundo o sociólogo Alessandro Alves (2016) ambos faziam parte do que ele intitula “Clã Oliveira e Sá, Camargo e Alves de Araújo” (ALVES, 2016, p. 263) da política paranaense do século XIX. Juntamente com Manoel e Antônio, faziam parte desse grupo os nomes de Jesuíno Marcondes de Oliveira e Sá, seu irmão Padre Camargo e Antônio de Sá Camargo (ALVES, 2016).

Figura 6: D’ALINCOURT, Aurélio F. **Manoel Alves de Araújo** (sem data), óleo sobre tela, 100,5x81cm. Acervo do Museu Paranaense.



Fonte: CARNEIRO JÚNIOR, Renato. (2014), p. 53.

Domitila Alves de Araújo (1840-1905), filha do capitão Alves de Araújo e irmã de Maria, por sua vez, casou-se com o respectivo Jesuíno Marcondes de Oliveira e Sá¹⁹ (1827-1903) em 1855, o mesmo membro do clã no qual seus irmãos fazem parte. Ele também tinha papel de destaque na política do Paraná, pois foi líder do partido liberal, ministro dos Transportes e da Agricultura do país (1864-65), presidente da Província diversas vezes, e foi nomeado conselheiro de Dom Pedro II, tendo um papel de destaque na corte (ALVES, 2014).

¹⁷ Apêndice B – Quadro 3.

¹⁸ Apêndice B – Quadro 2.

¹⁹ Apêndice B – Quadro 6.

Conforme apresenta o pesquisador de História Social José María Imízcoz (2001) as famílias oligárquicas possuem estratégias sociais e políticas para a manutenção do poder e do patrimônio em suas mãos. Entre casamentos, alianças, formas de patrocínio e “gentilezas” familiares, os detentores de capital e poder buscavam, sobretudo, proteger as conquistas da sua e das gerações anteriores. Nesse caso, tendo todos os filhos de Hyppólito Alves de Araújo realizado casamentos favoráveis aos objetivos da família, o caso de Maria, pressupõe-se, não seria diferente.

Entretanto, cabe salientar que não há nenhum registro de que Francisco Marques Leal Pancada exercia algum cargo ou função política, antes ou depois do casamento com Maria. Suas atividades pré-nupciais foram dedicadas ao comércio e exportação e, posteriormente, a aquisição do engenho de açúcar. Nesse caso, pressupõe-se que o interesse em Francisco, enquanto partido para sua filha, podia pairar pela necessidade em encontrar alguém com capacidade e disponibilidade de gerir os negócios familiares e se dedicar a eles. Tendo em vista que os filhos homens de Hyppólito estavam concentrados na vida política provincial, é possível que Francisco, já sendo conhecido e antigo sócio de Hyppólito, viesse a ser um candidato digno para sua filha mais nova e, também, para assumir os negócios.

Com a confirmação do noivado e do casamento, Francisco acabou se mudando para uma das residências da fazenda de seu sogro em Antonina, e com aquisição do dote pelo casamento com Maria aumentou significativamente o seu patrimônio, conforme Fonseca:

Francisco anota, entretanto, nos seus apontamentos pessoais, nesta altura que precede o seu casamento: “... ser a minha fortuna atualmente no montante de 50:000\$000 (cinquenta contos de réis), a qual, juntando agora à que a minha mulher trouxe como dote, no valor de 100:000\$000 (cem contos de réis), se eleva, portanto, a fortuna conjunta do casal a 150 contos...” (FONSECA, 2000, p. 169).

Para um melhor entendimento do quanto essa quantia representava no período, utilizo a fórmula²⁰ apresentada por Amanda Both (2017) de conversão da moeda mil-réis para libras esterlinas, por esta última ser uma moeda “de maior estabilidade” (BOTH, 2017, p. 53). Essa ferramenta também permite comparar e situar Francisco, através de sua fortuna²¹, com outras elites no Rio Grande do Sul e Paraná. Nesse caso, com o matrimônio Francisco tem, em 1857,

²⁰ A fórmula consiste na seguinte equação: “Valor em libra esterlina: [(valor Mil Réis x taxa de câmbio pence): 240] : 1000. A taxa de câmbio utilizada foi a taxa de câmbio média anual da libra esterlina (réis por pence)” (BOTH, 2017, p. 53) do ano de 1857 – ano do casamento entre Francisco e Maria – da praça do Rio de Janeiro. A taxa de câmbio foi encontrada no site: <http://www.ipeadata.gov.br/>. Acessado em 25/02/2019. Fórmula com valores: [(150.000.000 x 26,625) : 240] : 1000] = 16.640 libras esterlinas.

²¹ Nesse caso estou levando em consideração apenas os valores encontrados no livro de Nuno Fonseca (2000).

um total de 16.640 libras esterlinas, o que ao ser comparado com a elite econômica da cidade de Jaguarão (RS) estudada por Amanda Both (2017), o coloca pertencendo às pessoas mais ricas dentro da própria elite, pois o recorte utilizado pela autora para distinguir quem faz parte dessa elite em Jaguarão, entre 1860 e 1889, foi através dos seguintes valores de inventários:

[...] entre 5 mil libras esterlinas e 9.999 libras e acima de 10 mil libras, considerando que o primeiro recorte (5 mil libras) remete a fortunas vultuosas, mas o segundo recorte (10 mil libras) tem por finalidade selecionar apenas as pessoas mais ricas no interior da própria elite econômica (BOTH, 2017, p. 53).

Entretanto, para ter uma ideia mais próxima da realidade onde estava Francisco (Paraná), busquei comparações na província paranaense, pois ela possuía um perfil econômico e cultural diferente do Rio Grande do Sul. Encontrei alguns dados sobre esse aspecto no trabalho de Carlos Lima (2017) sobre a economia da erva-mate na segunda metade do século XIX, nas cidades de São José dos Pinhais (1852-1886) e Campo Largo (1872-1885) do Paraná. O autor faz um estudo dos inventários dos proprietários de terra e produtores de erva-mate. O período que corresponde ao ano do casamento de Francisco e Maria (1857) condiz com o da cidade de São José dos Pinhais (1852-1886), onde Lima localizou um total de treze inventários com valor maior ou igual a 15 contos de réis.

Mesmo com a instabilidade inflacionária da moeda mil-réis no século XIX, é possível constatar a grande diferença entre o recorte de maior fortuna no trabalho de Lima (2017) dos inventários *post-mortem* entre 1852-1886 em São José dos Pinhais: 15 contos de réis, e o valor da fortuna de Francisco em 1857: 150 contos de réis. Nesse caso, é alta a probabilidade de Francisco Pancada, e a própria família Alves de Araújo, pertencer a um pequeno grupo detentor de grandes fortunas dentro da própria elite da província do Paraná no período²². O mesmo se aplica aos valores individuais (dote e fortuna antes do casamento), pois tanto o total da fortuna de Francisco (50 contos de réis) e o dote (100 contos de réis) são valores bem superiores aos abordados pelos autores. Principalmente no caso do dote, pois correspondia a apenas uma pequena parcela da fortuna da família da noiva para auxiliar na vida do casal, e como forma de garantia a vida da filha e do marido (ABRANTES, 2010).

²² Faço essa constatação levando em consideração a diferença acentuada nos montantes apresentados por Lima (2017) ao pesquisar os inventários *post mortem*, mas para uma afirmação mais assertiva seria preciso converter o valor de mil-réis para libras esterlinas. Essa conversão torna-se inviável, mesmo possuindo os dados fornecidos no artigo do autor, pois entre o período estudado por ele a taxa cambial (réis por pence) sofre muita alteração. Entretanto, levando em consideração a distância de 15 contos para 150 contos de réis, é possível afirmar que mesmo sem a conversão, essa é uma quantia bem acima do que é por ele apresentada como maiores fortunas.

Fazendo parte da família Alves de Araújo, Francisco assumiu parte de alguns negócios do seu sogro – falecido pouco depois do seu casamento –, e iniciou também a sua própria plantação de café (FONSECA, 2000). A atuação de Pancada nos negócios da família foi concretizada com a inclusão de seu nome à firma Alves & Araújo, fundada pelo sogro de Francisco (Hyppólito) (CARNEIRO, 2010), conforme ilustra a Figura 7:

Figura 7: Anúncio de Alves de Araújo, Pancada & C.

ANTONINA.

Alves de Araujo, Pancada & C.^a participão a seus freguezes a chegada a este porto da barca Rufina procedente do Assú e Pernambuco; constando o seu carregamento de sal e assucar; sendo este de oito diferentes e muito boas qualidades pela maior parte redondos, claros e brancos, que serão vendidos por preços commodos.

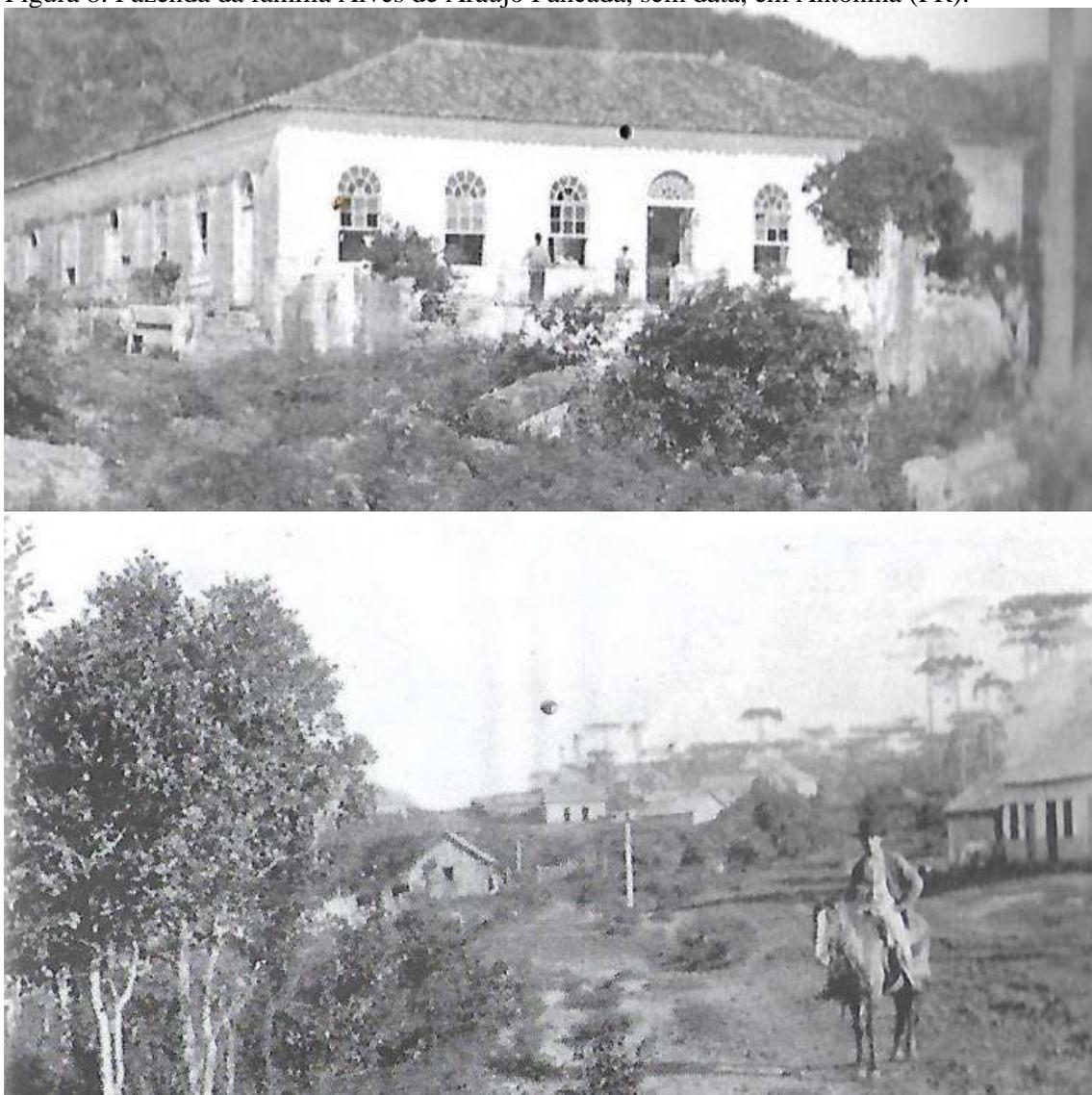
Fonte: *O Dezenove de Dezembro*, 06/05/1858, p. 2.

Conforme o anúncio (Figura 7), em poucos meses, Francisco Pancada, de fato, assumiu um papel nos negócios da família Alves de Araújo. “A denominada Fazenda Grande, propriedade da família do comendador Alves de Araújo, foi então, passado algum tempo, colocada à inteira disposição do casal [...]” (FONSECA, 2000, p. 188). A Casa Grande já contava com várias edificações voltadas para o armazenamento de material destinado à colheita, oficinas, paióis, estábulo, cavalaria, além das residências para os escravos (solteiros e casados) e alguns trabalhadores livres e casas voltadas para o uso da família (FONSECA, 2000, p. 191). Essa característica era comum nas terras e fazendas do Paraná do século XIX, conforme apresenta Lima: “quase todo mundo fazia quase tudo (agricultura, criação de gado e coleta de erva-mate) ao mesmo tempo” (LIMA, 2017, p. 82). Entretanto, segundo o autor, a produção que realmente gerava lucros aos proprietários era o café (LIMA, 2017), sendo a produção da erva-mate de pouca relação com as famílias mais abastadas, levando em consideração os inventários por ele analisados e, principalmente, o número de escravos nas propriedades (LIMA, 2017).

Francisco, na gestão da propriedade, decidiu contratar mão-de-obra livre para aumentar a produtividade da fazenda, também levou para Antonina o seu escravo Cosme e família, que naquele momento ainda moravam em Paranaguá. Além de Cosme, a fazenda já contava com três famílias de escravos (FONSECA, 2000, p. 192), que eram responsáveis pelos trabalhos mais ardorosos da fazenda. Ao chegar à fazenda, Cosme e sua esposa ficaram responsáveis por governar a fazenda e a casa, e vistoriar os demais escravos em seus trabalhos (FONSECA, 2000, p. 192).

A Casa Grande da Fazenda, onde agora passaram a viver permanentemente Maria e Francisco, foi melhorada e dotada com obras de beneficiação, tendo ficado em excelente estado em termos de conforto. Trata-se de uma grande casa cuja área total ronda os trezentos e tal metros quadrados de forma retangular, com um grande terraço na frente do lado da porta principal. [...] As salas da Casa Grande são normalmente utilizadas pela família e raramente nelas se entra, exceção feita nos casos em que se torna receber visitas consideradas de importância e cerimônia [...] Ao todo, os quartos e cama são em número mais que suficiente para a jovem família, pois contam-se pelo menos uns onze. Uma pequena Capela-Oratório já existente na casa [...] Ao fundo do largo e extenso corredor central, [...] localiza-se a grande sala das refeições com a enorme mesa retangular ao centro, rodeada normalmente por 16 cadeiras, com espaldar alto e assento palhinha entrelaçada [...] (FONSECA, 2000, p. 192).

Figura 8: Fazenda da família Alves de Araújo Pancada, sem data, em Antonina (PR).



Fonte: FONSECA, 2000, p. 375.

A importância da dimensão da Casa Grande (Figura 8) e o seu funcionamento enquanto símbolo de poder é apresentada por Imízcos (2001) como um dos fatores simbólicos que diferenciam as famílias de grande poder aquisitivo e também capital social. Lembrando

que para Pierre Bourdieu, capital social pode ser entendido como as relações sociais de uma pessoa ou família utilizadas como recursos de poder (LEBARON, 2017). Sendo assim, Francisco, a partir do casamento com Maria, passou também a usufruir mais um aspecto de diferenciação e agregação de valor em sua vida: a casa e toda sua estrutura. As vidas dele e de Maria (Figura 9) ficaram dedicadas à manutenção da fazenda e negócios da família Araújo.

Figura 9: Maria Alves de Araújo Pancada, (aproximadamente 1883).



Fonte: FONSECA, 2000, p. 375.

Dessa união nasceram quinze filhos (tendo dois falecidos com pouco tempo de vida: Hipólito e Francisca 1^a). São eles: Maria Rosa (1858-1934), Zulmira (1859-1940), Francisca (1863- ?), Antônio (1866-1890), Laura (1868-?), Eugênia (1868 - ?), Maria (1870 - ?), Manuel (1871 - ?), Henrique (1873 – 1942), Domitila (1875 - ?) e Leonel (1876 - ?). Cabe salientar que em decorrência dos negócios nos dois países, o casal deslocava-se com frequência entre Brasil e Portugal, tendo morado por muitos anos em Lisboa, na Calçada da Estrela (freguesia da Lapa), onde nasceram alguns de seus filhos.

A Lapa foi uma das freguesias criadas após o terremoto que devastou Lisboa no século XVIII, e foi o local escolhido por muitos membros da alta classe lisbonense e da nobreza para morar. Fazia fronteira com as freguesias de Santos e Santa Isabel, a região possui ainda hoje, prédios marcantes e referências culturais como o Jardim da Estrela, Basílica da Estrela, Palácio São Bento e, atualmente, a residência do Primeiro Ministro de Portugal. A casa da família Leal Pancada, ficava situada nos números 54 e 62²³ (Figura 10) à Calçada da Estrela, no andar superior:

²³ Atualmente a numeração da casa localizada na Calçada da Estrela, n. 54 esquina rua dos Ferreiros, tal descrição no livro de Fonseca (2000), corresponde aos números 52 – 60. A próxima casa, também na calçada da

Trata-se sem dúvida de um local bastante exclusivo, muito sossegado, além de bem arejado, sobretudo com muito boa vizinhança e habitado também por famílias tradicionais e educadas. Estas foram afinal de contas as razões fundamentais que levaram Francisco a decidir-se por habitar este amplo andar, uma vez não existir realmente qualquer possibilidade de encontrar mais nenhuma casa grande e adequada [...] Enfim, a casa escolhida aqui na Estrela, serve perfeitamente para a família, ao todo ocupada com quatorze e até às vezes dezesseis ou mais pessoas, além da criadagem em número de cinco serviçais, que ficam a dormir lá em cima no sótão [...] O andar da família dispõe ao todo de oito quartos espaçosos, um grande salão de visitas, salinha de estar, salinha de costura e uma ampla sala de jantar, com frente para o jardim [...] (FONSECA, 2000, p. 216).

A residência da família condizia com o *status* adquirido e construído no Brasil e, além das dimensões da casa, a escolha da região para estabelecer moradia também pode ser associada ao grupo econômico e social que eles pertenciam. Além de Lisboa o casal possuía casa em Cascais, litoral do distrito de Lisboa e terra natal de Francisco, para veraneios e férias em família. Conforme abordado anteriormente, as casas podem ser vistas enquanto manifestação e representação de poder segundo Imíscoz (2001) e, nesse caso, todas as residências da família são representativas de alto poder econômico.

Figura 10: Calçada da Estrela, n. 54, esquina Rua dos Ferreiros (Lisboa).



Fonte: Foto da autora (2019).

Com seus filhos e filhas crescidos, Francisco e Maria casaram as três filhas mais velhas: Maria Rosa, a primogênita, casou-se em 1877 com José Antônio dos Santos. Zulmira em 1884 casou-se com seu primo Moysés Araújo Marcondes de Oliveira e Sá e Francisca teve seu primeiro casamento com Horácio Ricardo dos Santos, primo de José Antônio dos Santos

Estrela esquina Ferreiros corresponde aos números 62-70. Levando em consideração a descrição de Fonseca (2000), suponho que tenha uma alteração no arruamento e nos números da rua, sendo a casa da figura X a que mais se aproxima da família Pancada.

(o outro genro), em 1881. Francisca acabou ficando viúva de Horácio em 1884 e se casou, em 1891, com Fernando Rodrigues Formigal.

José Antônio [Juca] Santos (Figura 11) foi batizado como José Antônio dos Santos em 1851 em Morretes, Paraná, era filho de José Antônio dos Santos²⁴ e Francisca Maria da Luz. O pai era coronel e importante capitalista da região litorânea do Paraná (ALVES, 2014), sendo uma pessoa de prestígio nessa região que atuou em diversos cargos políticos, principalmente como representante do Partido Conservador (ALVES, 2014, 2016).

Figura 11: José Antônio (Juca) Santos, sem data.



Fonte: FONSECA (2000), p. 381.

Francisca Maria da Luz, mãe de José Antônio, também era de família de prestígio do Paraná, sendo filha de Antônio Ricardo dos Santos²⁵, e irmã de Antônio Ricardo dos Santos Filho (Comendador Dodoca)²⁶. Ambos tiveram papéis de destaque na vida econômica - como abastados capitalistas (ALVES, 2014) - e política da região, ocupando cargos provinciais do partido Conservador e atuando na plantação e produção de erva-mate. Não encontrei nenhuma informação sobre a participação de Juca Santos na vida política do Paraná, como ocorreu com seu pai e tio. Sobre sua vida profissional, na certidão de casamento²⁷ é descrito apenas como negociante.

O outro genro, Moysés Araújo Marcondes de Oliveira e Sá (1859-1928)²⁸, nasceu na cidade de Palmeira, Paraná, filho de Domitila Alves de Araújo e Jesuíno Marcondes de Oliveira e Sá. Sendo, ao mesmo tempo, genro e sobrinho de Francisco e Maria. Moysés

²⁴ Apêndice B - Quadro 7.

²⁵ Apêndice B - Quadro 9.

²⁶ Apêndice B - Quadro 8.

²⁷ Livro de registro de casamentos. Lisboa, Lapa (1833-1892). P. 118 (m 128).

²⁸ Apêndice B - Quadro 5. <http://academiaparanaensedeletras.com.br/cadeira-3/cadeira-3-fundador/>

(Figura 12) era bacharel em direito e atuou como escritor, sendo membro da Academia Paranaense de Letras (BERGHAUSER; GRAÇA, 2013) e também médico, formado nos Estados Unidos e em Paris (CARNEIRO, 2014).

Figura 12: ANDERSEN, Alfredo. Moysés Araújo Marcondes de Oliveira e Sá. (sem data), óleo sobre tela, 84x68cm. Acervo do Museu Paranaense.



Fonte: CARNEIRO JÚNIOR, Renato. (2014), p. 134.

Após o casamento das filhas, Maria Araújo Pancada, faleceu com 43 anos em outubro de 1886²⁹ na vila de Cascais, pois ela e Francisco acabaram ficando por períodos mais longos em Portugal com o passar do tempo (FONSECA, 2000). Depois de enviuvar, ele decide sair de Portugal para o Brasil para acompanhar e cuidar de seus negócios, principalmente por ter escutado os rumores sobre os conflitos nas fazendas brasileiras em decorrência dos movimentos abolicionistas (FONSECA, 2000).

Segundo a obra de Nuno, em maio de 1888, o negociante presenciou os burburinhos no Rio de Janeiro sobre a abolição da escravatura assinada pela Princesa Isabel no dia treze, mas, nesse momento, ele já havia libertado todos seus escravos (FONSECA, 2000). O autor indica que Francisco também percebeu as possíveis alterações no sistema econômico, político e social do Brasil em decorrência da decadência do regime. Essa percepção fez com que ele questionasse sobre providências a serem tomadas em seus negócios, principalmente no Paraná (FONSECA, 2000, p. 302).

Pelo relato de Nuno em seu livro, Francisco encontrava-se em Paranaguá a trabalho quando tomou conhecimento de que, em pouco tempo, partiria do porto local em direção a

²⁹ Livro de Registro de Óbitos de Cascais de 1866. PT-ADLSB-PRQ-PCSC03-007-dO28_m0012

cidade do Rio Grande no Rio Grande do Sul o navio de nome “TRENT” (FONSECA, 2000, p. 307).

De imediato, Francisco decide aproveitar esta ocasião e empreender uma viagem que, aliás, há muito tinha em mente efetuar, a fim de conhecer de perto a cidade do Rio Grande, capital do Estado do mesmo nome, como também a região envolvente, a qual em várias conversas lhe haviam dito e relatando tratar-se de uma vasta região muito plana, em franco desenvolvimento, dotada de um clima de verdadeira eleição, com imensas e variadíssimas possibilidades e potencialidades. [...] As atenções de Francisco incidem entretanto muito especialmente sobre a fauna e as artes da pesca, verificando que os pescadores possuem os seus próprios processos no que se refere à pesca do arrasto, à utilização das redes, as suas malhas, enfim e tudo o que se relaciona com a várias espécies de pescado, bem como ainda no que se refere especificamente a apanha dos lagostins, por aqui chamados de camarões, e que são pescados na Lagoa dos Patos (FONSECA, 2000, p. 307).

Segundo o autor, são essas impressões que acabam convencendo Francisco da potencialidade do local além de fato de que,

[...] a cidade, é toda ela muito plana, e o seu porto de mar constitui o último ancoradouro e refúgio, em caso de mau tempo, na extensa costa a Sul, em território brasileiro, sendo considerado o porto de mar mais bem apetrechado; dispõe ainda de fundos com calado para demanda dos maiores navios e vapores. Estava deste modo, lançada na devida altura a semente das futuras “INDÚSTRIAS LEAL SANTOS” (FONSECA, 2000, p. 308, grifo do autor).

A partir dessa narrativa é possível constatar que a decisão de instalar uma indústria na cidade do Rio Grande foi incentivada pelas características naturais e portuárias da região. Francisco havia percebido o potencial local, que naquela altura já abrigava a Fábrica Rheingantz (funcionando desde 1873), e começou a planejar a criação da fábrica Leal, Santos & C. , tendo a primeira viagem de Francisco até a cidade do Rio Grande acontecido em meados de 1888, e poucos meses depois a Leal Santos & C, era criada na cidade de Lisboa, Portugal (1889).

A Leal Santos & C. foi fundada em 9 de fevereiro de 1889 em Lisboa, Portugal, como uma sociedade entre Francisco Marques Leal Pancada (sócio comanditário), Moysés Marcondes (sócio comanditário), José Antônio Juca Santos (sócio comandito) e Antônio Marques Leal Pancada (sócio comandito), com capital inicial de duzentos contos de réis.

Segundo a escritura³⁰ da sociedade, a gerência da filial brasileira (Rio Grande) ficaria sob responsabilidade de Antônio e a de Lisboa sob a gerência de José Antônio Juca Santos.

Entretanto, antes de iniciar a dissertar sobre a criação da fábrica creio ser necessário salientar e recapitular as relações entre os nomes supracitados e que permeiam o encontro entre eles, mas também indicam fatores que podem ter propiciado a idealização e construção da fábrica. A partir desse momento me deterei em analisar as relações sociais entre os principais nomes aqui mencionados. Para isso, utilizo os conceitos e teorias do sociólogo Pierre Bourdieu, a fim de compreender as trajetórias biográficas, incluindo espaços percorridos, carreira política, capital econômico e social e a rede familiar.

A visão sociológica de Bourdieu aponta a existência de agentes - indivíduos que compõem a sociedade -, que são dotados de *habitus* e de capitais (econômico, cultural, social e simbólico) e que a partir da estrutura e volume desses capitais, são organizados dentro do espaço social (sociedade). “O espaço social, é construído de tal modo que os agentes ou grupos são aí distribuídos em função de sua posição nas distribuições estatísticas de acordo com os dois princípios de diferenciação [...] o capital econômico e o capital cultural” (BOURDIEU, 1996, p. 19).

O autor Frédéric Lebaron (2017) classifica o conceito de capital de Bourdieu como “estoques de elementos (ou componentes)” (LEBARON, 2017, p.101) de um indivíduo, ou de um grupo. Para o autor, esse conceito se aproxima da ideia de patrimônio, “dentro de uma perspectiva de herança adquirida tanto econômica quanto cultural. Dentro da visão bourdiana, existem “quatro grandes famílias de capital” (LEBARON, 2017, p. 101): econômico, cultural, social e simbólico. Nesse momento, me deterei na compreensão do econômico, social e simbólico, por perceber que esses são mais relevantes para esta análise.

O capital econômico corresponde a questões financeiras monetárias, “mas também muitas vezes físico: terras, bens imobiliários, automóvel, equipamentos, [...] posses diversas” (LEBARON, 2017, p. 101). Conforme dito anteriormente, o capital social está associado às relações sociais, aos contatos possuídos por uma pessoa ou uma família. Por sua vez, o capital simbólico, “é definido pelo “olhar” depositado [...] pelo resto da sociedade sobre esse indivíduo” (LEBARON, 2017, p. 102). Trata-se de um *status* simbólico, mas não de caráter permanente, que atribui valor de prestígio a alguém dentro do campo social ou específico.

³⁰ Escritura da abertura da Leal, Santos & C. pesquisada na Torre do Tombo (Lisboa, Portugal). Transcrita em anexo neste trabalho (Anexo C)

São esses capitais que de acordo com o seu volume e estrutura que identificam os grupos dominados e dominantes de uma classe” (NERY, 2017, p. 184). Cada agente social é detentor de uma bagagem de capital e de *habitus*, este último pode ser entendido como uma “estrutura[...], estruturada[...] e estruturante” (CATANI, 2017, p.215). Ele é a interiorização de estruturas sociais “que orientam seus comportamentos, suas condutas, suas escolhas e seus gostos” (BOURDIEU; CHARTIER, 2011, p. 57).

Os agentes circulam em espaços que são por ele identificados como campo. Campo é onde se manifestam as relações e lutas de poder, ele é estruturado a partir de uma distribuição de volume e estrutura de capital, assim como o espaço social. Pode ser entendido como “[...] espaço de lutas, uma arena onde está em jogo uma concorrência ou competição entre os agentes que ocupam diversas posições. [...] O objetivo dessas lutas reside na apropriação do capital específico do campo e/ou redefinição desse capital” (LAHIRE, 2017, p. 65).

É isso que acredito quando descrevo o espaço social global como um campo, isto é, ao mesmo tempo, como um campo de forças, cuja necessidade se impõe aos agentes que nele se encontram envolvidos, e como um campo de lutas, no interior do qual os agentes se enfrentam, com meios e fins diferenciados conforme sua posição na estrutura do campo de forças, contribuindo assim para a conservação ou transformação da sua estrutura (BOURDIEU, 1996, p. 50).

Nesse caso, ao analisar os agentes que são sócios da Leal Santos & C. dentro da perspectiva de Bourdieu, é possível localizá-los dentro do campo político³¹, muito embora não irei me aprofundar nessa análise. Os laços de amizade e matrimônio podem ser percebidos como estratégias para aumento do capital social e capital simbólico. Convém observar, portanto, a transformação de uma relação de negócios, entre Francisco Pancada e Hyppólito Alves de Araújo, em uma relação familiar através do casamento entre Francisco e Maria.

Hyppólito, homem de prestígio e de grande cabedal de Antonina (ALVES, 2014), era uma referência dos “grandes nomes” da região, não só pela questão financeira, mas por sua influência política. Influência essa, que também pode ser medida pelo papel ativo que seus filhos (sobretudo Manuel e Antônio), conforme mostrado anteriormente, tiveram na política provincial do Paraná. Nesse caso, os casamentos podem ser vistos como “estratégias

³¹ Para Bourdieu (2011), campo político “é um microcosmo, isto é, um pequeno mundo social relativamente autônomo no interior do grande mundo social [...] Um universo que obedece a suas próprias leis, que são diferentes das leis do mundo social ordinário”. (BOURDIEU, 2011, p. 195). Ou seja, um espaço independente e autônomo onde os agentes políticos frequentam e se confrontam.

matrimoniais acionadas como instrumento para a construção de alianças e de redes de solidariedade destinadas a garantir recursos financeiros” (FERREIRA, 2013, p. 8).

Estratégia utilizada no casamento dos filhos e filhas do Capitão Hyppólito Alves de Araújo. Antônio Alves de Araújo, filho do capitão, casa em primeiro matrimônio com sua prima Maria Luiza Araújo, que era afortunada e detentora de quase toda Antonina (ALVES, 2014, p. 361). No seu segundo casamento com Francisca Correia, filha do tenente coronel Manoel Francisco Correia Júnior fortalece uma aliança entre chefes liberais e chefes conservadores da região paranaense (ALVES, 2014, p. 361). Manuel, irmão de Antônio, era casado com Maria Coleta Pacheco, sendo genro de David Santos Pacheco (Barão dos Campos Gerais) homem importante na vida econômica e política da região. Há, possivelmente, interesses políticos e financeiros nessas alianças, o que se repete no casamento da filha Domitila com Jesuíno Marcondes de Oliveira e Sá, já citado anteriormente, e no caso, dificilmente seria diferente no casamento de Maria com Francisco Pancada. Para ilustrar as redes e a árvore genealógica³², apresento abaixo os descendentes de Francisco Pancada (Figura 13) e Hyppólito Alves de Araújo (Figura 14):

³² Este arquivo foi criado utilizando o programa My Heritage Family Tree. Tendo em vista que esta análise é pertinente para compreender, sobretudo, os agentes da Leal Santos, me detive em informações das pessoas ligadas a fábrica mais diretamente. Além disso, não encontrei informações biográficas sobre todos os membros da família e seus descendentes, tanto pelo lado de Francisco Pancada, quanto por Hyppólito Alves de Araújo.



Figura 13: Descendentes de Francisco Marques Leal Pancada
Fonte: Elaborado pela autora no site My Heritage.com

Figura 13: Descendentes de Francisco Marques Leal Pancada
 Fonte: Elaborado pela autora no site My Heritage.com

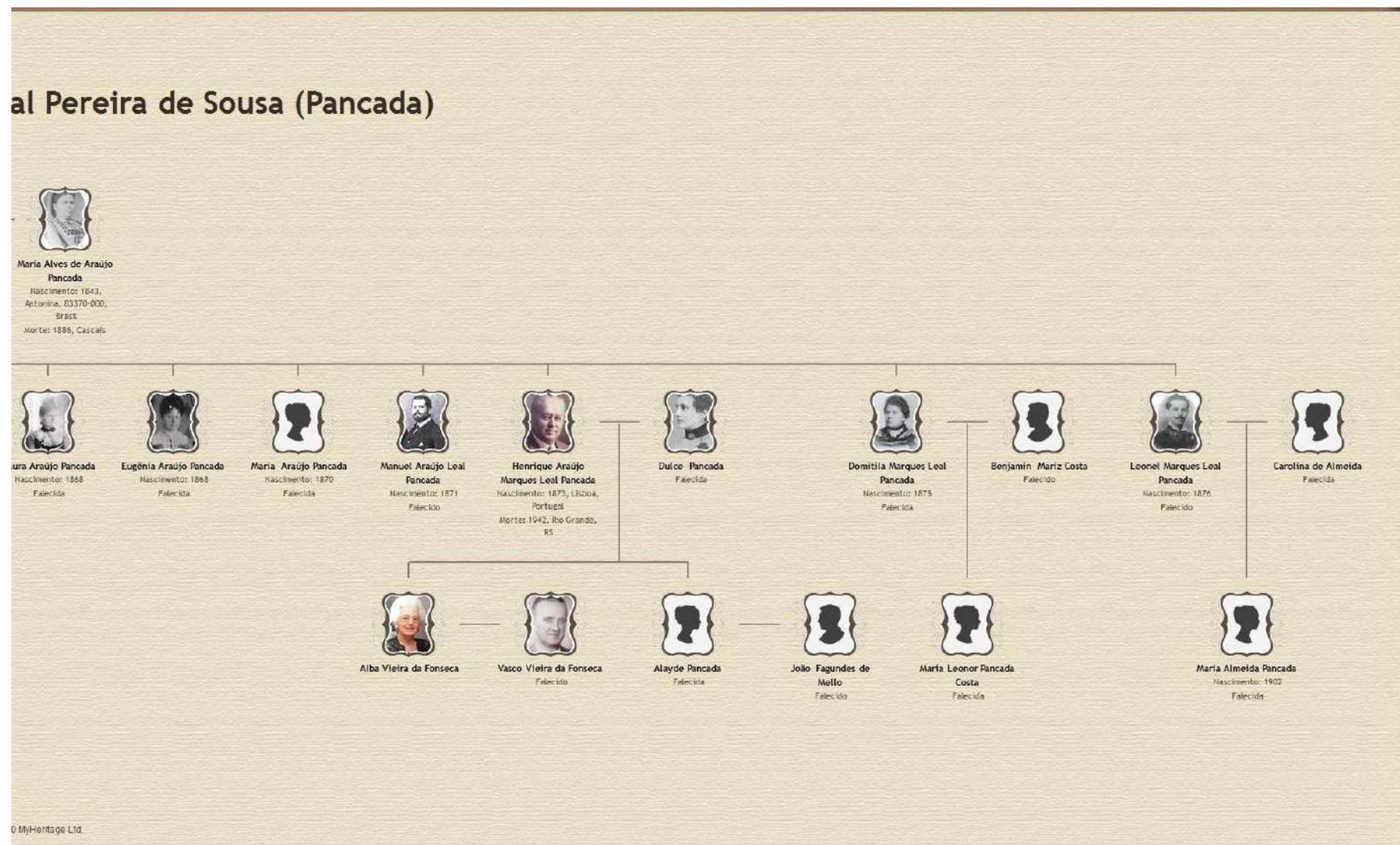




Figura 14: Descendentes Hyppólito Alves de Araújo
Fonte: Elaborado pela autora no site My Heritage.com



Figura 14: Descendentes Hippólito Alves de Araújo
Fonte: Elaborado pela autora no site My Heritage.com

Cabe nesse caso, pela ausência de fontes que comprovem as hipóteses aqui levantadas, refletir sobre qual o interesse de Hyppólito em casar sua filha com Francisco Pancada. Se nos casamentos dos outros filhos a atuação política e o capital de prestígio parecem ser o principal objetivo, no caso de Pancada parece ser diferente. É possível que essa aliança matrimonial tenha sido pensada, e aprovada, considerando a capacidade de gestão do português, principalmente pelas experiências anteriores de sociedade entre os dois, tal como defendido anteriormente.

Tratando-se de um Brasil imperial e provincial na primeira metade do século XIX, e o papel que a mulher tinha nesse período, vale ressaltar que muitas delas ainda eram submetidas ao casamento por interesses da família. Ao pai cabia, na maioria das vezes, escolher e autorizar - ou reprovar - um casamento de suas filhas. “Nas famílias mais abastadas, esses fatores eram relevantes e os casamentos, muitas vezes, deixaram de acontecer por falta de cônjuges elegíveis” (SCHNEID, 2015, p. 79). Nesse caso, dificilmente o enlace matrimonial aconteceria sem algum tipo de interesse entre as partes.

Muitas estratégias estavam, provavelmente, em jogo com o casamento de Francisco e Maria para ambas as partes - pensando Maria como uma mediadora dos interesses de seu pai e irmãos (família). Cabe ressaltar que essa análise não exclui a possibilidade da existência de uma relação amorosa e romântica do casamento, que ganhou força no Brasil no final do século XIX e início do XX (SCHNEID, 2015), mas relativiza e destaca outros aspectos que não podem ser desconsiderados em casos como esse, principalmente levando-se em conta o contexto social, político e cultural onde esses agentes estavam inseridos. Nessa linha, as autoras Yanna Albuquerque e Elizabeth Arantes (2011) argumentam que “no século XIX, os novos casamentos apresentam a noiva não só como a possibilidade de estabelecer riquezas, mas de constituírem um amor idealizado” (ALBUQUERQUE, ABRANTES, 2011, p. 11), e ainda afirmam que:

No Brasil, grande parte das alianças matrimoniais entre as famílias proprietárias tratava-se de um negócio. Isso não significa dizer que as famílias ou as partes envolvidas nos enlaces matrimoniais visassem meramente o lucro econômico, mas constituía-se em uma troca com vários interesses envolvidos. Alguns desses interesses eram a endogamia social, a formação de alianças familiares, a preservação do patrimônio no âmbito da família de origem da noiva (ABRANTES, 2010, p. 27).

Na visão econômica, após o casamento, a fortuna de Francisco cresceu de forma significativa e, ao ficar encarregado da fazenda Alves de Araújo, teve condições de expandir seus negócios. Com o nascimento e o crescimento dos filhos com Maria, era esperado que os

interesses dos enlances matrimoniais continuassem na família através dos casamentos dessa geração. A autora Marieta Ferreira (2013), ao pesquisar as histórias da família de Vicente Ferreira de Moraes e Adelaide das Neves Marques Braga, na primeira metade do século XIX em Nova Friburgo (Rio de Janeiro), identificou aspectos semelhantes ao caso aqui abordado, e pode servir como mais uma exemplificação na compreensão das elites provinciais locais e suas alianças.

No caso, os casamentos eram planejados pela matriarca da família que elogiava os cônjuges levando em consideração a posse de terras e os nomes de família (FERREIRA, 2013). “Sua expectativa era que essa prática não só garantisse a permanência da fortuna no seio da família, mas também estruturasse uma grande rede de relações que lhe assegurasse recursos sociais e políticos e desse sustentação à sua autoridade e poder” (FERREIRA, 2013, p. 11). Os casamentos eram, portanto, formas de preservar o patrimônio familiar e, assim, seu poder na esfera - ou campo - onde estava inserida. Assim como no caso da autora, e nesses aqui em análise, os casamentos endógamos são estratégias para que esse círculo familiar fosse, de fato, o mais fechado e homogêneo possível.

A opção pela endogamia fez com que as sucessivas gerações, ao se casarem entre si, produzissem um grupo portador de características identitárias baseadas na existência de antepassados comuns e dotado de recursos para conquistar posições políticas. Essa prática, além de sustentar a coesão do grupo familiar, estimulou ainda a cumplicidade com outros estratos sociais, garantindo a fidelidade dos segmentos subalternos, lavradores e escravos (FERREIRA, 2013, p. 11).

O casamento enquanto tática de preservação patrimonial é um dos aspectos ressaltados por Pierre Bourdieu (1996) ao demonstrar o papel desempenhado pela família enquanto instituição e categoria social, com interesses próprios de acumulação e preservação de capital. A família, segundo ele, deve ser entendida enquanto corpo coletivo que também atua como campo. A perpetuação da família como corpo depende de ações que fortaleçam esse sentimento de unidade e afinidade, com a execução de encontros e outros tipos de atividades que desenvolvam o “espírito familiar” (BOURDIEU, 1996). Além disso, para o sociólogo, a família

[...] é produto de um verdadeiro trabalho de instituição, ritual e técnico ao mesmo tempo, que visa instituir de maneira duradoura, em cada um dos membros da unidade instituída, sentimentos adequados a assegurar a integração que é a condição de existência e de persistência dessa unidade (BOURDIEU, 1996, p. 129).

Entretanto, o papel da família transcende a questão afetiva de grupo e funciona enquanto um lugar de acumulação dos diferentes tipos de capital e de sua transmissão

(BOURDIEU, 1996, p. 131). Essa transmissão ocorre com a transferência do próprio nome de família “elemento primordial do capital simbólico” (BOURDIEU, 1996, p. 131), que delega uma espécie de “etiqueta” ou “carimbo” de origem muitas vezes servindo como passaporte ou espécie de carta de recomendação para exercer atividades dos mais variados tipos. Essas marcações servem como aspectos de distinção social, mas, sobretudo, de identificação e transferência de capital de simbólico.

O repasse do nome de família vem aliado à transferência do patrimônio material. Portanto, somado à identificação nominal, e se há ou não capital simbólico atrelado a ele, as transferências familiares carregam consigo patrimônios familiares (imóveis, empresas, fortunas, etc.). Sendo assim, o que acontece nos cenários familiares com significativo patrimônio é uma seleção minuciosa dos membros com os quais se vai repartir a herança (material e imaterial). A escolha cautelosa resulta no cenário onde famílias dominantes possuem famílias extensas e, de certa forma, “unidas”, “os grandes têm famílias grandes” (BOURDIEU, 1996, p. 133). Essa afinidade, para Bourdieu, não é resultado apenas da proximidade dos *habitus*,

mas também pela solidariedade dos interesses, isto é, tanto pelo capital quanto para o capital, o capital econômico, evidentemente, mas também o capital simbólico (o nome) e sobretudo, talvez, o capital social (que sabemos ser a condição e o efeito de uma gestão bem-sucedida do capital coletivo dos membros da unidade doméstica) (BOURDIEU, 1996, p. 133).

Essa extensa família vista como uma grande unidade de interesses, acaba agregando a esse corpo, ou estendendo o corpo, para fora do espaço doméstico através de empresas e demais negócios. Compartilhando nomes e patrimônios dentro e fora de casa, formam um círculo fechado e seletivo de interesses, fazendo com que as ligações de negócios sejam, “com frequência, ligações familiares” (BOURDIEU, 1996, p. 133). As famílias “são lugares de acumulação e de gestão de um capital que é igual à soma dos capitais de cada um de seus membros e que as relações entre os diferentes detentores permitem mobilizar, ainda que parcialmente, em favor de cada um deles” (BOURDIEU, 1996, p. 133).

Ao verificar a *família Leal, Santos & C.* essas relações e interesses ficam evidentes, pois, ao caracterizá-la enquanto *família*, não faço apenas como uma alusão nominal romântica, ou por entender a fábrica e seus sócios enquanto uma sociedade próxima, quase que familiar, mas, de fato, uma família - no sentido que Bourdieu apresenta: pois todos esses sócios possuem laços familiares. No caso específico da fábrica, ela é fundada por quatro

sócios: Francisco Marques Leal Pancada, Moysés Marcondes, José Antônio Juca Santos e Antônio Marques Leal Pancada – um pai, seu filho e genros.

A conjuntura da fábrica é apresentada tal qual Bourdieu (1996) define as ramificações familiares que se estendem para os negócios e corporações, pois, antes de sócios são todos interligados por laços familiares (sanguíneos ou não). Portanto, pressupõe-se que os interesses são mais homogêneos em casos como esses, pois são os interesses do corpo familiar que estão “em jogo”, e não interesses unicamente individuais e desconectados.

É preciso também considerar os nomes de família e heranças de capital simbólico que cada um desses agentes carrega consigo. Conforme abordado no início do capítulo, todos eles possuem conexões com famílias de prestígio da região litorânea do Paraná, carregando capital de prestígio e econômico. Moysés Marcondes era neto do Capitão Hyppólito Alves de Araújo e filho de Jesuíno Marcondes com Domitila de Araújo. José Antônio Santos também era herdeiro de nomes com grande cabedal e prestígio (ALVES, 2014), neto de Antônio Ricardo dos Santos e filho de José Antônio dos Santos, personagens políticos e capitalistas da mesma região do Paraná.

A família Alves de Araújo, que tinha uma parceria antiga com a família Marcondes de Oliveira e Sá no âmbito da política, havia confirmado essas alianças com alguns matrimônios (ALVES, 2014). As duas são fortemente ativas na vida política da província, conforme é possível ver nos quadros individuais em anexo, atuando como representantes do lado liberal no Paraná. Por outro lado, a família Santos, apesar de ter participação significativa no cenário político da região, principalmente na figura do tio de José Antônio Juca Santos Antônio (Ricardo dos Santos filho, Comendador Dodoca), são representantes, principalmente, do pensamento e partido conservador³³ do período.

Através dos casamentos das filhas Pancada (Maria Rosa, Zulmira e Francisca³⁴) essas duas famílias (Alves de Araújo e Santos) acabam por firmar alianças matrimoniais e nos negócios, como é o caso da fábrica Leal, Santos & C., que podem estar relacionadas também com questões políticas. Seriam esses casamentos estratégias de pacificação ou alianças entre

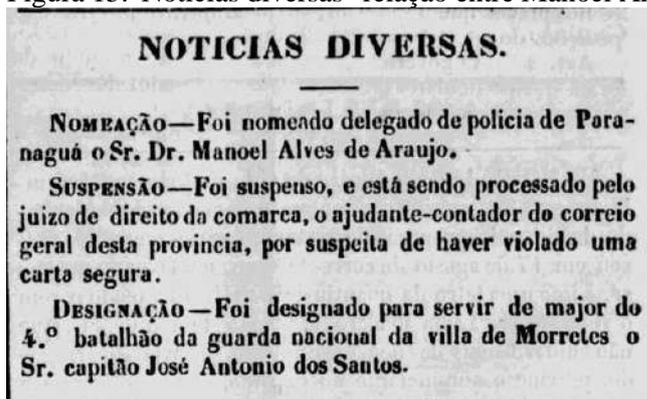
³³ O jornal “*O dezenove de dezembro*” de 11/01/1860 de Curitiba apresenta o nome de José Antônio dos Santos (pai) como representante do partido liberal. Entretanto, também participou como vereador do partido conservador. Seu cunhado, Comendador Dodoca, atuou fortemente no partido conservador, assim como seu sogro Antônio Ricardo dos Santos (pai). (ALVES, 2014).

³⁴ Maria Rosa casou em 1877 com José Antônio dos Santos, Zulmira casou em 1884 com seu primo Moysés Marcondes e em 1881 Francisca casou com Horácio Ricardo dos Santos (filho do Comendador Dodoca e primo de José Antônio dos Santos).

liberais e conservadores do Paraná? Em decorrência da escassez de informações e documentos particulares que pudessem indicar uma resposta para tal questão, lanço aqui as possibilidades que podem ter causado o encontro entre essas duas linhagens. Levando em consideração a vida política e o fato de que ambas as famílias também trabalhavam há algumas gerações com a erva-mate no Paraná, é possível afirmar que elas frequentavam os mesmos espaços e campos.

Alessandro Alves (2014), em seu trabalho sobre a formação da política de parentela da província do Paraná no século XIX apresenta os nomes das duas famílias, que por vezes chegaram a disputar alguns cargos importantes. No jornal “*O dezanove de dezembro*” (Figura 15), de Curitiba (Paraná), localizei uma notícia onde os nomes das duas famílias (Alves de Araújo e Santos) aparecem em um mesmo anúncio, demonstrando o compartilhamento dos campos e espaços.

Figura 15: “Notícias diversas” relação entre Manoel Alves de Araújo e José Antônio dos Santos



Fonte: “*O Dezanove de Dezembro*”, 1860, p. 3.

Considerando as semelhanças na vida econômica e política desses dois grupos, é possível considerar que não só se conheciam, como provavelmente suas alianças matrimoniais levaram em consideração seus nomes e patrimônios (capital simbólico e econômico). Essas hipóteses aqui levantadas, apesar de não serem o objetivo principal do trabalho e de não terem respostas conclusivas, contribuem para refletir sobre a formação dessa família e os interesses que podem estar por trás dela e, conseqüentemente, da própria fábrica. Além disso, como defende Bourdieu (1996), não é possível acompanhar apenas um agente social sem observar os campos onde ele atua, os espaços que ele circula e demais agentes que ele se relaciona.

A partir da análise da rede de sociabilidade, dos campos e agentes circulantes foi possível identificar o contexto no qual os sócios da fábrica estavam envolvidos e de que forma essa família articulou artifícios para criar, expandir e proteger seus patrimônios. Assim, sendo

sócios de Francisco, dois genros e o filho mais velho³⁵, é possível concluir que era uma fábrica de “pais e filhos”. O papel desempenhado pelas mulheres no período, em uma sociedade patriarcal, desconsiderava a possibilidade das filhas assumirem os negócios da família, cabendo a essa função apenas aos seus maridos e, quando houvesse, filhos homens (MACEDO, 2009). Nesse caso, através de seus maridos José Antônio e Moysés Araújo, as filhas mais velhas de Francisco e Maria também estavam asseguradas com a fundação da Leal, Santos & C., juntamente com seu irmão mais velho Antônio.

A característica familiar e de responsabilidade masculina da fábrica perdurou durante várias gerações. Passaram a fazer parte do quadro de sócios e responsáveis da Leal Santos os irmãos Henrique Pancada (1873-1942, filho de Francisco) e Leonel Pancada (1876, filho de Francisco), principalmente em decorrência do falecimento do irmão deles e sócio original Antônio Pancada em 1890, pouco tempo depois da inauguração da fábrica. Conforme Nuno Fonseca (2000), Francisco reconheceu nos filhos a capacidade e responsabilidade suficientes para tomar conta dos negócios da família. No início do século XX, dois outros novos nomes familiares passaram a fazer parte da Leal, Santos & C.: José Amaro de Carvalho (neto de Francisco) e Hyppólito Pancada dos Santos (neto de Francisco).

José Amaro de Carvalho³⁶, português, é genro de José Antônio Juca Santos e Maria Rosa Pancada, casado em 1899 com a filha mais velha do casal: Zulmira. Hyppólito, por sua vez, é o filho mais velho de Juca Santos e Maria Rosa, neto de Francisco Pancada e cunhado de José Amaro de Carvalho. Os dois nomes, que aparecem nos Livros Diários³⁷ da fábrica, são também representantes de uma fábrica com característica familiar e gerenciada exclusivamente por seus homens.

A somatória desses eventos, e o repasse de cargos e inclusão de novos sócios dentro da família, caracteriza, segundo o conceito de Robert Donnelley (1967), a Leal, Santos & C. como uma fábrica familiar. Para ele “consideramos familiar a empresa que tenha estado ligada a uma família pelo menos durante duas gerações e com ligações familiares que exerçam influência sobre as diretrizes empresariais, os interesses e objetivos da família” (DONNELEY, 1967, p. 161). A fábrica também é vista como familiar na perspectiva de

³⁵ Antes de Antônio o casal Francisco e Maria teve Hipólito, nascido em 1861, mas que faleceu ainda novo em 1874.

³⁶ Por vezes também nominado como José Antônio de Carvalho

³⁷ Livros Diários de 1910 e 1912 da Leal, Santos & C. hoje pertencentes ao acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.

Maciel *et al* ao utilizarem o conceito de Bernhoeft (1989) pois esta “tem sua origem e sua história vinculada a uma família, ou ainda aquela que mantém membros da família na administração dos negócios” (MACIEL *et al* 2010, p. 105).

Figura 16: Parte da Família Pancada na casa de veraneio em Cascais, Portugal (1887).



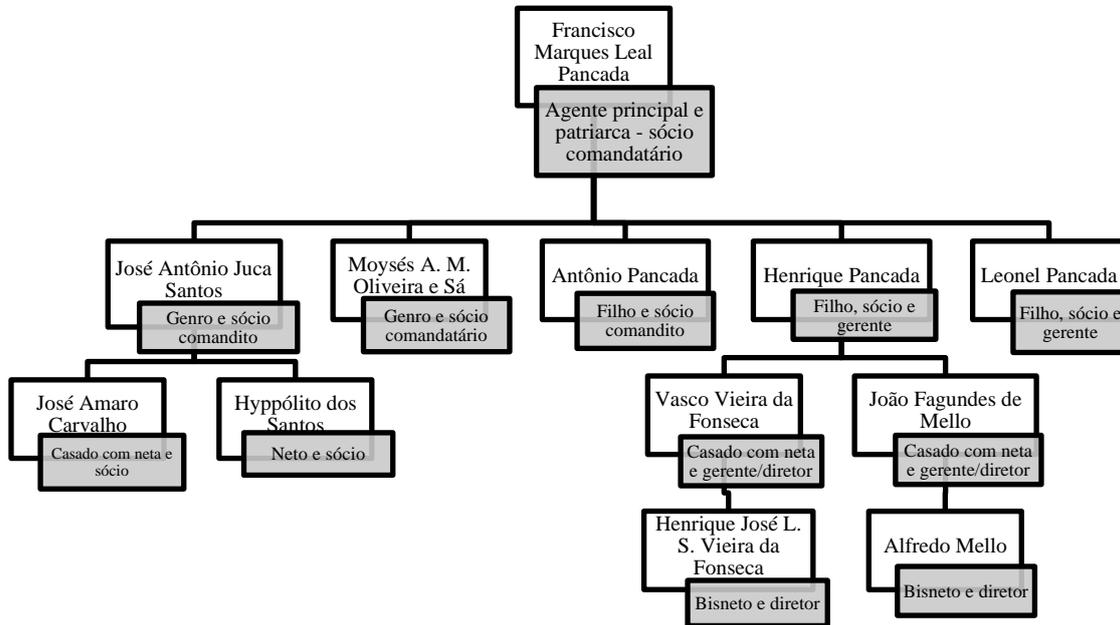
Em pé da esquerda para direita: Henrique, Eugênia, José Antônio Juca Santos, Francisca, Manuel, Moysés e Laura. Sentados: Domitila, Maria Rosa, Francisco, Zulmira e Leonel. Embaixo: Homero, Zulmira, Hyppólito.

Fonte: FONSECA, 2000, p. 384.

A família formada por Francisco Pancada e Maria Alves de Araújo (Figura 16) é a fundadora da Leal, Santos & C e é nela que a gestão, direção e sociedade da fábrica se encontram durante a maior parte da sua existência, conforme apresenta a Figura 17³⁸.

³⁸ Informações obtidas através da obra de Nuno Fonseca (2000) e, através das entrevistas realizadas com os familiares de Henrique Pancada.

Figura 17: Gráfico das gerações da família na sociedade e/ou gerência da Leal Santos & C. – relações de parentesco a partir de Francisco Marques Leal Pancada.³⁹



Fonte: Elaborado pela autora

Esse esquema de relações entre as gerações demonstra a construção de uma empresa familiar, conforme o conceito de Robert Donnelley (1967) e Bernhoeft (1989), da mesma forma que apresenta a exclusividade masculina frente aos assuntos da empresa. Passando para os genros e filhos, netos e bisnetos, a fábrica se constituiu como uma extensão da própria família formada inicialmente por Francisco e Maria. Essa característica não é exclusiva da Leal, Santos & C., tendo em vista que muitas fábricas e demais negócios do período eram também familiares, conforme apresenta Souza (2001) Maciel *et al* (2010) e Cevendo; Ferraz (2003). José Ferreira Macedo (2009), a partir de leituras de diversos teóricos sobre empresas familiares, identifica quatro características que devem ser consideradas e que representam a constituição de uma empresa familiar: “origem na família, controle acionário familiar, gestão familiar e sucessão para um herdeiro” (MACEDO, 2009, p. 30). Sendo assim, a Leal, Santos & C. pode ser nomeada enquanto empresa familiar, pois, como defende Bernhoeft (1989), nas empresas familiares a história dela e da família são extremamente vinculadas.

³⁹ No gráfico utilizei as nomenclaturas “diretor” e “gerente”, mas pela variação da forma administrativa da fábrica, é possível que tais nomes e cargos fossem outros como super intendente.

Por fim, o estudo sobre a constituição da fábrica através dos seus sócios, tomando-os como agentes sociais, possibilita compreender, de forma mais aprofundada, de que forma eles (individualmente) e a característica familiar (corpo) contribuíram para a longa duração da empresa. O que percebo é que, atrelado a outros fatores econômicos e políticos – bem como a capacidade de gerência e de visão de empresa –, a fundação, durabilidade, a expansão e sucesso da fábrica e seus produtos não pode ser dissociada dos nomes que fundaram essa empresa. Mesmo que o olhar da tese seja primordialmente social e cultural, indicando apenas uma parcela dos elementos que resultam o sucesso e longevidade de uma fábrica, é possível perceber que a bagagem social de cada agente tem um papel significativo para esse sucesso.

Nesse caso, trabalho com a hipótese de que a rede social e familiar criada anteriormente à fábrica, e posteriormente a ela, é um dos fatores que contribuiu para ser centenária. Antônio Carlos Vidigal (1999), ao analisar a trajetória de algumas empresas familiares no Brasil, identifica o caso da família Prado como um caso de sucesso entre os séculos XVIII e XIX, em São Paulo. O caso apresentado pelo autor retrata algumas semelhanças com a Leal Santos: ambas tinham uma forte relação com o Império, onde membros familiares ocupavam lugares de destaque na política e, com a República, acabaram perdendo a relevância política, apesar do patrimônio familiar continuar volumoso. Somado a isso, para Vidigal,

Uma das receitas de sucesso dos Prado, além de ética de trabalho e de união familiar, era a prática de casamentos dentro da família, para evitar a dispersão do patrimônio. Tios se casavam com sobrinhas, primos se casavam com primas que já eram comprometidas a eles desde a infância, viúvas se casavam com o irmão do falecido marido – tudo era válido para manter unidas as terras da família (VIDIGAL, 1999, p. 20).

Novamente, a ideia de preservação patrimonial através do casamento aparece como contribuinte para o sucesso de uma empresa. Por outro lado, Macedo (2009) aponta que um dos principais elementos para consolidação e sucesso de uma empresa familiar é uma boa sucessão. Isto posto, a questão familiar enquanto corpo unido torna a ser um aspecto relevante. Nesse caso, assim como Macedo (2009), Gallo e Ribeiro (1995) identificam que a boa escolha dos sucessores de uma empresa é essencial para que o negócio perdure. Corroborando essa visão, Vidigal (1999) defende que

[...] a questão da sucessão é o ponto-chave do sucesso da empresa familiar. O fundador que consegue dar uma boa formação aos filhos, e tem a lucidez necessária para perceber que não é imortal, e que é melhor resolver sua sucessão enquanto está no comando da situação [...] pode contar com a

quase certeza de perpetuar a sua grande obra: a empresa que criou e fez crescer (VIDIGAL, 1991, p. 25).

Portanto, na Figura 17 (página 70) onde é possível identificar os sócios e sucessores da Leal, Santos & C., é notável a exclusividade de familiares frente à empresa, por várias gerações. Levando-se em consideração o relato de Nuno Fonseca (2000) sobre os motivos pelos quais Francisco Pancada escolheu os filhos que tomariam conta da fábrica, percebe-se a avaliação do patriarca das características que cada um portava e se estas eram suficientes para assumirem tal responsabilidade. Pressuponho que tal avaliação também aconteceu no momento de firmar a sociedade com seus genros e seu filho mais velho. Por outro lado, o fato de que todos os filhos homens de Francisco e Maria foram incentivados a estudar, como o caso de Henrique Pancada que foi concluir seus estudos na Inglaterra, pode igualmente ser visto como uma preocupação no investimento dos sucessores, tal como apresenta Vidigal (1991).

Outro aspecto que merece ser destacado é a variedade dos espaços percorridos por seus agentes e sócios, fazendo com que a rede de sociabilidade, juntamente com a atuação dos negócios, seja ampla em extensão. Sem a análise da vida dos agentes, das redes e dos campos, não seria possível inseri-los e localizá-los nos quatro principais locais que são cenários (Figura 18) na maior parte da narrativa: Lisboa e Cascais (Portugal), Paraná (principalmente nas cidades Antonina, Morretes e Paranaguá), Rio de Janeiro enquanto capital do Império e Rio Grande do Sul (Rio Grande). Esses locais contribuíram de formas distintas para que Francisco Pancada, e os demais agentes, obtivessem o necessário em termos sociais, econômicos e políticos para formar uma estrutura sólida de negócios.

Figura 18: Espaços de circulação de Francisco Pancada que influenciaram na criação da Fábrica Leal, Santos & C



Fonte: Elaborado pela autora

O mapeamento dos locais (Figura 18) aponta para a importância em compreender de que forma essas cidades, estados e países viabilizaram a fundação da fábrica. A Leal Santos & C., está inserida no contexto de industrialização do século XIX, momento importante para o desenvolvimento não só do setor industrial, mas de dilemas entre economia agrária e indústria, conceitos de progresso e nacionalismo. Enquanto agentes que viveram e foram influenciados pelos espaços que percorriam, os sócios da fábrica também foram diretamente relacionados aos ideais e visões de mundo do lugar onde estavam.

Ao fim e ao cabo, este capítulo apresentou a família Leal Santos dentro de uma perspectiva *bourdiana*, para melhor esclarecer a influência da trajetória e deslocamento desses agentes na história da fábrica. Ainda que permaneçam algumas lacunas e questionamentos, a partir dessa análise consegui perceber as tessituras sociais nem sempre facilmente visíveis de uma empresa. Cabe também salientar que mesmo não dando continuidade ao acompanhamento biográfico dos nomes frente à Leal Santos ao longo dos anos da fábrica, e do próprio recorte temporal, defendo que a rede aqui estudada teve reflexos em toda a trajetória da empresa. Além disso, outros contatos foram feitos e outros espaços frequentados.

Com esse capítulo, reitero que não é possível desvincular a história da empresa da trajetória dos seus agentes. Da mesma forma, não é possível desconsiderar os contextos históricos, sociais e culturais dos espaços, dos meios, e do tempo em que eles circulavam. Nesse caso, após a análise das redes e trajetórias dos agentes, inicio agora a investigação dos contextos desses espaços com o intuito de compreender o cenário que se montava para

permitir a fundação e o avanço da Leal, Santos & C. São os outros “ingredientes” essenciais para a criação da fábrica aqui estudada.

Capítulo 2. Uma receita luso-brasileira: industrialização em Portugal

Conforme visto no capítulo anterior, um dos locais transitados pela família Leal Santos e essencial para a constituição da fábrica, foi Portugal. A relação da fábrica Leal, Santos & C. com o país luso não se restringe ao fato de esta ser a terra natal de Francisco Pancada e de outros sócios. A empresa iniciou na capital da coroa portuguesa em 1889: Lisboa. Nesse caso, a fábrica possui uma característica marcante que merece ser analisada de forma mais aprofundada: ser uma empresa luso-brasileira no final do século XIX.

Nesse sentido, irei aprofundar questões que indiquem como essa relação aconteceu e, ainda, quais os fatores que levaram os sócios optarem por abrir, em um curto intervalo de tempo, duas fábricas em dois continentes. A inclusão desta abordagem está justificada no argumento de que restringir a análise contextual da Leal, Santos & C. ao território brasileiro e à família, seria desconsiderar um aspecto relevante da história da fábrica. No decorrer do trabalho, serão demonstrados momentos cuja relação luso-brasileira será importante, ora vista pela imprensa brasileira do período, de maneira positiva, ora negativamente. Trata-se, portanto, de considerar todos os elementos da trajetória da Leal Santos. Por outro lado, como apontado no capítulo anterior, a circulação dos agentes nos seus campos e nos seus espaços é circunstancial para a formação do *habitus* de cada agente, influenciando nas suas escolhas, ideias e decisões. Sendo assim, também se faz relevante compreender a conjuntura de origem de Francisco Pancada.

Somado a isso, esse subcapítulo também tem por intuito entender o papel ocupado pela Leal Santos no cenário industrial português. Convém lembrar que tanto as problemáticas iniciais da tese, quanto a sua estrutura e objetivos, consideravam compreender e analisar qual o papel ocupado pela fábrica no cenário industrial brasileiro e português e, ainda, como ocorreu a relação entre a matriz lusitana e a filial brasileira. Motivada por tais indagações esse trecho da tese também é resultado da pesquisa realizada durante o Doutorado Sanduíche⁴⁰ em Portugal que buscava responder as seguintes questões: qual a importância da Leal, Santos & C. para a industrialização portuguesa? Onde ela funcionava e qual era sua estrutura? Ela

⁴⁰ Doutorado Sanduíche realizado entre novembro de 2018 e maio de 2019 na Universidade Autónoma de Lisboa, sob supervisão do Prof. Doutor José M. Amado Mendes. Bolsa concedida pela CAPES, processo nº 88881.189962/2018-01.

também fabricava biscoitos? Qual era a relação mantida entre filial e matriz e como foi desfeita tal relação? Como e por que a fábrica de Portugal encerrou suas atividades? Mesmo que nem todas as questões tenham sido conclusivas, através da pesquisa em fontes primárias consegui delinear algumas possíveis respostas e hipóteses, de dados inéditos sobre a Leal Santos & C.

Para isso, parto de uma análise geral do cenário industrial português, especialmente em Lisboa. Através de uma leitura historiográfica sobre a industrialização portuguesa do século XIX é possível identificar uma série de interpretações sobre esse contexto, diferentes visões sobre as causas do progresso lento e tardio da industrialização, mas que em conjunto contribuem para compreensão da complexidade que o país vivia no tocante à industrialização. Nesse caso, me apoio nos resultados apresentados por nomes clássicos do tema em Portugal, mas também trabalhos mais recentes sobre o assunto. Todavia, o objetivo deste trabalho não é fazer uma discussão historiográfica sobre a temática, tão pouco aprofundar quais razões são mais ou menos pertinentes para a formação do cenário industrial português do século XIX, mas sim compreender como esse panorama afetou a fundação da Leal, Santos & C.

As conclusões e análises apresentadas são resultados de uma pesquisa bibliográfica e também de investigações em fontes primárias: Inquéritos Industriais de Portugal (1881 e 1890), censos, catálogo de exposição, estatísticas e dois jornais que circulavam em Lisboa: *O Século* e o *Diário de Notícias*. As informações coletadas auxiliaram o delineamento da Lisboa industrial do século XIX, a apontar os principais fatores que motivaram a instalação de uma matriz lusitana e, ainda, como essa característica pode ter influenciado na história da Leal, Santos & C. - mesmo depois do desligamento da matriz.

Apesar de ter atingido o seu auge em meados do XIX, no século XVIII já era possível encontrar algumas indústrias que eram incentivadas, conforme apresentam Folgado e Custódio (1999), pelo protecionismo da coroa portuguesa e pelo impulso dado no período pombalino através do fomento nacional. As perdas sofridas com o terremoto em 1755 e o peso da Grã-Bretanha no cenário industrial europeu e mundial motivou Marquês de Pombal a elaborar estratégias estatais, principalmente com a redução de taxas de importação, para incentivar as indústrias (SILVA, 2015). Segundo Silva (2015), esse foi um dos motivos que permitiu que Portugal não ficasse demasiadamente atrasado no desenvolvimento industrial europeu. Outro fator decisivo para estimular a indústria lusitana nesse período foram as políticas de exportação para o Brasil, pois “a indústria portuguesa encontrou no Brasil a

oportunidade de escoar a produção, aumentar as exportações e estimular a indústria” (SILVA, 2015, p. 38).

Entretanto, é no século XIX que o crescimento industrial é mais significativo em Portugal, mesmo que esse crescimento seja lento e tardio (REIS, 1987), sendo esse atraso calcado em questões do âmbito interno e externo (REIS, 1987 e MENDES, 1980). Se, por um lado, as políticas de exportação para o Brasil transformaram a colônia em um forte consumidor dos produtos portugueses, por outro, José Amado Mendes aponta que a abertura dos portos brasileiros para as nações amigas em 1808 e a independência do Brasil em 1822 atingiram negativamente as indústrias e a economia portuguesa de forma geral (MENDES, 1980). Nesse mesmo ano, membros do comércio, capitalistas e industriais almejavam incentivar o setor industrial: “a dita sociedade procurou, por vários meios ao seu alcance, chamar a atenção para a realidade industrial, o que não estaria na primeira linha de prioridades dos vintistas” (MENDES, 1993, p. 377). Apesar do conceito de indústria compartilhado por esse grupo não ser o mesmo do final do XIX (MENDES, 1993), essa movimentação foi importante para atrair a atenção ao setor.

Entre 1813 e 1822, o número de fábricas duplicara em Portugal, continuando a crescer nas décadas seguintes. A introdução no país da máquina a vapor para utilização industrial, em 1835, terá dado um impulso adicional para o desenvolvimento de alguns setores, apesar de a sua utilização não se ter difundido para a maioria das fábricas (SILVA, 2015, p. 40).

O período destacado por Silva abrange o que Amado Mendes (1993) chama de tentativa de industrialização (1822-1851), realizada principalmente com a implantação do liberalismo em Portugal (1821-1824). É nessa fase que há uma série de melhorias que acabam afetando a indústria:

Em primeiro lugar, começou por ser utilizada a máquina a vapor (1820-1821), não só nos transportes fluviais e marítimos como na própria indústria. Tratou-se de um marco importante - visto aquele invento ser um dos fatores primordiais da primeira “vaga” da industrialização -, ainda que não deve ser sobrevalorizado, por causa do significativo papel que outras fontes energéticas - em particular a hidráulica e a animal - continuariam a desempenhar ainda por muito tempo (MENDES, 1993, p. 356).

Por mais que haja uma divergência no que tange ao início do uso da máquina a vapor em Portugal, esse momento é permeado por transformações tecnológicas que influenciaram diretamente a industrialização do país. O setor primário da economia portuguesa também obteve crescimento nesse período e foi beneficiada pela introdução das tecnologias e aperfeiçoamento das técnicas de cultivo (VAQUINHAS; NETO, 1993). Todavia, o aumento do número de indústrias e as melhorias tecnológicas, não podem ser analisadas isoladamente,

desconsiderando os embates econômicos e ideológicos que permeavam a nascente fase industrial. Uma das características mais marcantes nessa disputa para construção de um progresso relacionado às indústrias é a que Amado Mendes (1996), utilizando a expressão de João Lúcio de Azevedo, chama de “monarquia agrária”. Portugal tem como característica marcante a agricultura, e é ela que vai sustentar o setor econômico do país em grande parte de sua história (REIS, 1987).

José Amado Mendes (1996), ao mapear os discursos pró e contra a industrialização na historiografia portuguesa, identificou uma clara associação entre o discurso nacionalista do século XIX e a defesa dos interesses da agricultura. Há certa recorrência no enaltecimento não apenas das vantagens econômicas da tradição agrária de Portugal, como também da questão moral e virtudes da vida campestre - sendo essa vista como mais digna do que a relacionada com as indústrias (MENDES, 1996).

Mesmo que essa visão perca a força com o passar do tempo pois, segundo Herculano⁴¹, a industrialização era inevitável (MENDES, 1996), as marcas do discurso agrário vão perdurar o avanço das indústrias. Entretanto, apesar da produção industrial conseguir atingir um crescimento maior do que a agricultura, ela não conseguiu conduzir o desenvolvimento econômico do país (REIS, 1987).

Por conseguinte, a ideia de que a agricultura era o setor “dinâmico” da economia não tem qualquer fundamento no que respeita ao período após 1870. Não seria, porém, justo afirmar-se que a atividade econômica em geral tenha sido “conduzida” de qualquer modo pela indústria. Pelo contrário, há que acentuar que, embora a atividade fabril se tenha desenvolvido a um ritmo razoável durante várias décadas, este desenvolvimento continuava a ser demasiado reduzido, quer para assegurar uma melhoria significativa da taxa de crescimento da economia como um todo, atendendo ao progresso lento dos outros setores, quer para modificar a estrutura da economia numa forma significativa. A indústria desempenhou um papel positivo, mas não suficientemente positivo (REIS, 1987, p. 213).

A característica agrícola é também apresentada por Reis (1987) como um dos principais fatores para o atraso industrial lusitano, pois ela indica uma falta de tradição industrial (REIS, 1987) que limitou os avanços da indústria portuguesa. É entre 1870 e 1913 que Jaime Reis (1987) identifica a “penetração do capitalismo” (REIS, 1987, p. 13), período no qual houve, simultaneamente, o aumento do número de estabelecimentos industriais e um maior impacto delas no desenvolvimento econômico do país. Mas esse crescimento foi permeado por outros indicativos que não só possibilitaram a expansão industrial como

⁴¹ Alexandre Herculano (1810-1877) foi um político liberal, historiador e jornalista português.

também marcaram uma mudança no estilo de vida dos portugueses e do país como um todo. Nesse estágio houve um aumento da rede de transportes e sua modernização, alargamento do mercado consumidor e crescimento do número de bancos (REIS, 1987). Comparado a outros países do continente, essas modernidades tardaram a chegar a Portugal (MENDES, 1993), “devido aos bloqueios provocados pela instabilidade política, econômica e social da primeira metade do século XIX e à permanência de um conjunto de estruturas arcaizantes, características das sociedades de Antigo Regime” (SALGUEIRO, 2008, p. 14).

O investimento na expansão e melhoria da rede de transportes terrestres e fluviais foi essencial para o desenvolvimento do setor industrial português. Conforme apresenta Deolinda Folgado e Jorge Custódio (1999), através dos caminhos de ferro e das embarcações, os produtos alcançavam com mais facilidade outros consumidores, bem como os proprietários de estabelecimentos industriais e comerciais tinham mais acesso às mercadorias através da importação. Para Ângela Salgueiro “o caminho-de-ferro aparecia [...] como o grande símbolo do desenvolvimento e do progresso. Não obstante, a sua introdução em Portugal foi bastante demorada [...]” (SALGUEIRO, 2008, p. 8), que se concretizou em na década de 1850.

Nesse momento havia uma maior organização fabril, uma produção que começou a ser mecanizada através do uso da máquina a vapor e outras tecnologias, bem como uma concentração mais numerosa de estabelecimentos fabris dentro de espaços urbanos (REIS, 1987). Com uma atenção mais voltada para o desenvolvimento industrial e tecnológico, outros investimentos passaram a fazer parte da pauta do governo objetivando a capacitação de mão-de-obra e o incentivo industrial. Dentro desse contexto é possível citar a instalação do Ministério das Obras Públicas, Comércio e Indústria em 1852, dentro do âmbito da Regeneração⁴². Segundo Mendes “a regeneração traz uma nova fase à economia nacional, tornando a dinâmica capitalista mais atuante” (MENDES, 1999, p. 359). Nas primeiras três décadas do período da Regeneração foram realizados três Inquéritos Industriais, mas “são extraordinariamente incompletos, o que dificulta o estudo do evoluir da industrialização” (MENDES, 1999, p. 360).

⁴² Período político principiado em 1851 com a queda de Costa Cabral, e iniciando a Monarquia Constitucional. Os principais nomes desse período são o Marechal Saldanha e Fontes Pereira de Melo, elencado como o personagem de maior relevância e poder no período. Durou aproximadamente duas décadas, estendendo até o início do século XX. A característica desse governo é de uma instalação das políticas liberais, e a preocupação em retirar o atraso do país frente ao restante da Europa, principalmente em termos industriais, tecnológicos e de comunicação.

O que salienta José Amado Mendes ao analisar o desenvolvimento industrial nesse período é que, apesar das melhorias no setor de comunicação e transporte, e da criação do Ministério, as indústrias só surgem de forma indireta, a partir da criação de escolas industriais (MENDES, 1999).

[...] E, todavia, nas incumbências da Repartição de Manufaturas, do Ministério das Obras Públicas, Comércio e Indústria, constatavam iniciativas diversas, mediadoras de um programa concebido para o fomento industrial (1853). Consideremos algumas “1ª Preparação de leis, decretos e regulamentos relativos a artes e ofícios; 2º Conservatória de artes e ofícios, 3º Escolas industriais; 4º Sociedades promotoras da indústria nacional; 5º Polícia [isto é, política] industrial; 6º Privilégios por novos inventos; 7º Exposições públicas de produtos de novas indústrias; 8 Estatística industrial” (MENDES, 1999, p. 361).

Essas foram algumas das medidas governamentais do período que, pode-se dizer, “prepararam o terreno” para a industrialização portuguesa, tal como apresenta Carvalho (2013):

A Regeneração é, sem dúvida, um período-chave para a história do capitalismo industrial e do proletariado nacional, pois é nessa fase que se verifica a germinação da indústria moderna, havendo o recurso ao trabalho mecanizado em substituição do tradicional trabalho manual (CARVALHO, 2013, p. 17).

Esse período foi importante para a industrialização portuguesa, que atingiu um ritmo mais acelerado e significativo nas últimas décadas do século XIX (MENDES, 1999). Período também identificado por Reis (1987) como de penetração do capitalismo, foi palco das mudanças mais palpáveis e visíveis no âmbito industrial e tecnológico em Portugal. E, assim como nas décadas anteriores, também foram realizados Inquéritos Industriais com o objetivo de conhecer o real cenário industrial e manufatureiro do país, bem como o perfil de cada estabelecimento. Conforme aponta Manuel Rodrigues (2013), a preocupação em mapear, de forma mais aprofundada, os estabelecimentos industriais pode ser entendida como um reflexo do crescimento industrial do período e uma tentativa de organização. Um deles foi o inquérito de 1881, mas este é apontado por Folgado e Custódio (1999) como problemático e impreciso.

Os problemas do levantamento de 1881 e as disputas entre a defesa de um país que valorizasse a natureza agrícola, ou o desenvolvimento e progresso através da indústria, são ainda abordados nesse período. Com os mesmos objetivos de conhecer a expansão e perfil industrial, em 1889 o governo português anunciou a elaboração de um novo inquérito, a ser

concluído em 1890. O jornal *O Século*⁴³ estampou em algumas de suas páginas notícias e textos sobre a questão industrial em Portugal e, sobretudo, da sua posição quanto a necessidade de um novo inquérito. Quando o *Diário do Governo* divulga a proposta do novo inquérito, ainda em 1889, *O Século* publicou:

No intuito de defender o trabalho nacional e de proteger as indústrias portuguesas, de modo que possam concorrer os seus produtos com os similares estrangeiros, vai-se mandar proceder a um inquérito relativo às condições e necessidades de todas as indústrias do país e a situação moral e material dos seus operários (*O Século*, 26/04/1889, p. 1).

Entretanto, o editorial de *O Século*, não se mostrou convencido e satisfeito com o investimento de tempo e dinheiro para a confecção de um novo inquérito e rebateu as palavras do governo:

Mas, ó senhores, para quem são essas cantigas?! Qual proteção às indústrias e qual defesa do trabalho industrial! Os senhores sabem lá, ou querem porventura saber o que isso é? Pois não se fez já um inquérito? E o que resultou dele? Nada de prático e útil. Somente muito tempo, muito papel e sobretudo muito dinheiro gasto. É também o ensejo para alguns truões políticos se arvoram em defensores pintados do comércio, da indústria, do trabalho e do operariado português. Por igual que já todos estão calados, não porque se realizasse o que eles apregoavam, mas porque já têm um bom arranjo para hoje e farto pão para a velhice. [...] Se há, digam-no e façam-no, mas por qualquer outro modo que não seja este de estar a burlar e incomodar industriais e operários com esses inquéritos inúteis, porque são improfícuos. (*O Século*, 26/04/1889, p. 1).

A questão da aplicabilidade e praticidade do inquérito foi questionada pelo jornal, provavelmente levando em consideração o que Deolinda Folgado e Jorge Custódio (1999) apontaram como duvidoso e problemático inquérito de 1881. Todavia, os questionamentos dos editores não eram compartilhados por toda a imprensa do período. No dia seguinte da referida nota *O Século* divulga uma resposta ao jornal *O Correio*:

A indústria portuguesa

O Correio doeu-se com as justas considerações que fizemos a propósito do projetado e, segundo consta, já resolvido inquérito industrial, e a propósito larga novas larachas sobre os desejos do governo de fomentar o desenvolvimento da indústria. E a propósito do inquérito industrial, o jornal do sr. José Luciano começa por dizer que as nações exclusivamente agrícolas são sempre nações pobres, como se alguém se tivesse referido a isso ou coisa semelhante. E depois, em largo estendal, vem por ali abaixo dissertando sobre generalidades, para acabar por dizer que a indústria portuguesa deve ao progressismo tudo e mais ainda! E tanta cantata e tão

⁴³ O jornal *O Século* foi fundado em 1880 que circulou até 1979 e teve um papel importante na defesa do projeto republicano português. Pesquisei o periódico em acervo microfilmado na Torre do Tombo, em Lisboa (Portugal). Para saber mais: <https://www.aatt.org/site/index.php?op=Nucleo&id=1643>. Acessado em 06 de maio de 2020.

largo artigo é apenas para quê? Para justificar a necessidade e a vantagem do 2º inquérito industrial? Mas o que o *Correio* se esqueceu de dizer, é que por certo não queria dizer é quais foram os resultados do 1º inquérito e porque razão se procede a este? Isto é que nós queremos saber (*O Século*, 27/04/1889, p. 1).

Nesse trecho *O Século* aponta o argumento do *O Correio* em defesa do inquérito tomando a necessidade de incentivar a indústria, pois “as nações exclusivamente agrícolas são sempre nações pobres”. O embate entre agricultura e indústria frente à necessidade do progresso fica claro nesse momento. Entretanto, esse discurso não foi algo exclusivo do cenário português. A industrialização brasileira, conforme será desenvolvido posteriormente, teve situação semelhante ao ter o discurso a favor da industrialização relacionado ao progresso, vendo a agricultura como algo ultrapassado e não condizente com a virada do século. Apesar das desconfianças instaladas por parte do *O Século* com relação ao novo inquérito industrial, e as desavenças do investimento industrial, o novo inquérito foi aprovado e o jornal acompanhou e divulgou o processo de planejamento do projeto que visava mapear e conhecer o cenário industrial português:

O inquérito abrangerá as grandes e pequenas indústrias fabris, manufatureiras e extrativas do continente e ilhas adjacentes, será extensivo a todos os estabelecimentos fabris, quer civis, quer militares, do estado e aos estabelecimentos industriais explorados pelas municipalidades ou por outras corporações públicas. O conselho superior de comércio e indústria terá a direção e superintendência de todo o serviço de inquérito, auxiliado com o número de vogais que o governo determinar. [...] O inquérito dividir-se-há em duas partes: Inquérito de gabinete, que se realizará por meio de um questionário e que será o primeiro a verificar-se; e o Inquérito direto, que se realizará por meio de depoimentos escritos dos chefes dos diversos estabelecimentos e de visita aos mesmos estabelecimentos e centros de produção. As visitas aos estabelecimentos terão lugar com prévia autorização dos respectivos proprietários, gerentes ou diretores. (*O Século*, 20/05/1890, p. 1).

Com o planejamento da recolha de informações sobre as indústrias em Portugal, ficou definido o prazo de final de julho para a conclusão das duas partes do trabalho, para, posteriormente, sua divulgação. Publicada em 1891, o Inquérito Industrial de 1890 é uma fonte importante de informações sobre o contexto industrial português, pois através dele é possível “remontar” uma Lisboa, além de outros distritos, industrial e o perfil de cada estabelecimento ali descrito. Parece ter superado as versões antecessoras e é, atualmente, uma das fontes mais referenciadas e pesquisadas nos trabalhos científicos sobre as indústrias em Portugal.

Tendo apresentado as fases de incentivo à indústria em Portugal, mesmo que de maneira resumida, me detenho nas informações apresentadas no próprio inquérito, como em

outras fontes pesquisadas, para vislumbrar as características industriais especificamente da cidade de Lisboa e, ainda, da zona onde a Leal, Santos & C. estava inserida. A pesquisadora Ana Alcântara (2016), ao propor uma análise espacial e demográfica dos dados apresentados no inquérito, identificou a grande dispersão industrial vivida em Lisboa paralelamente a variedade de ramos industriais. Os setores com maior número de operários e de tecnologia identificados por ela são os têxteis e tabaco, estes também eram responsáveis no impacto econômico da indústria e abrigavam grande parte do operariado português. Por outro lado, João Silva (2013) apresenta um paralelo entre esses dois setores no que diz respeito ao número de empregados e salário:

Em 1896, apesar de o setor dos tabacos ser aquele que mais pessoas tinham a laborar por unidade industrial em Portugal (uma média de 1194 em cada uma), eram as fábricas de algodões e de lanifícios que empregavam mais operários no país. Apesar de a indústria têxtil dar emprego a muitas pessoas em Lisboa, estas auferiram, regra geral, um salário muito modesto desde a introdução das máquinas, que substituíram o labor especializado dos tecelões manuais, mantendo centenas de trabalhadores em condições bastante precárias. (SILVA, 2013, p. 42).

Somando à análise de João Silva (2013), José Amado Mendes argumenta que “a indústria têxtil (algodão e lã), dos tabacos, das conservas e da cortiça eram as que mais se destacavam relativamente ao número de operários empregados, englobando 65,4% do total” (MENDES, 1980, p. 38). Com relação à localização das indústrias lisboenses do período, Alcântara (2016) identificou uma grande dispersão delas, sendo possível encontrar em quase toda a Lisboa algum estabelecimento industrial. Entretanto, alguns setores tinham concentrações mais específicas, perto dos seus consumidores e clientes, “como é o caso, por exemplo, das carpintarias e das padarias” (ALCÂNTARA, 2016, p. 10).

Apesar da dispersão dos setores industriais na Lisboa do final do século XIX, é possível identificar dois polos de maior concentração e importância para a industrialização lisboense: um no lado ocidental (Alcântara) e outro na zona oriental. Os dois polos apresentam características específicas, pois “as diversas zonas da cidade obedeceram a cronologias de desenvolvimento populacional e industrial distintas entre si” (PISTOLA, 2009, p. 22). Para Folgado e Custódio, na zona oriental “encontravam-se os indicadores mais específicos da industrialização da capital” (FOLGADO e CUSTÓDIO, 1999, p. 19). Essas duas zonas podiam ser vistas enquanto “rivais” (PISTOLA, 2009), pois os dois extremos periféricos da cidade apresentavam terrenos ou construções propícias para a instalação de novas indústrias, bem como para o transporte. Entretanto, para Deolinda Folgado e Jorge Custódio, o processo de industrialização que passou a zona oriental foi “fenômeno semelhante

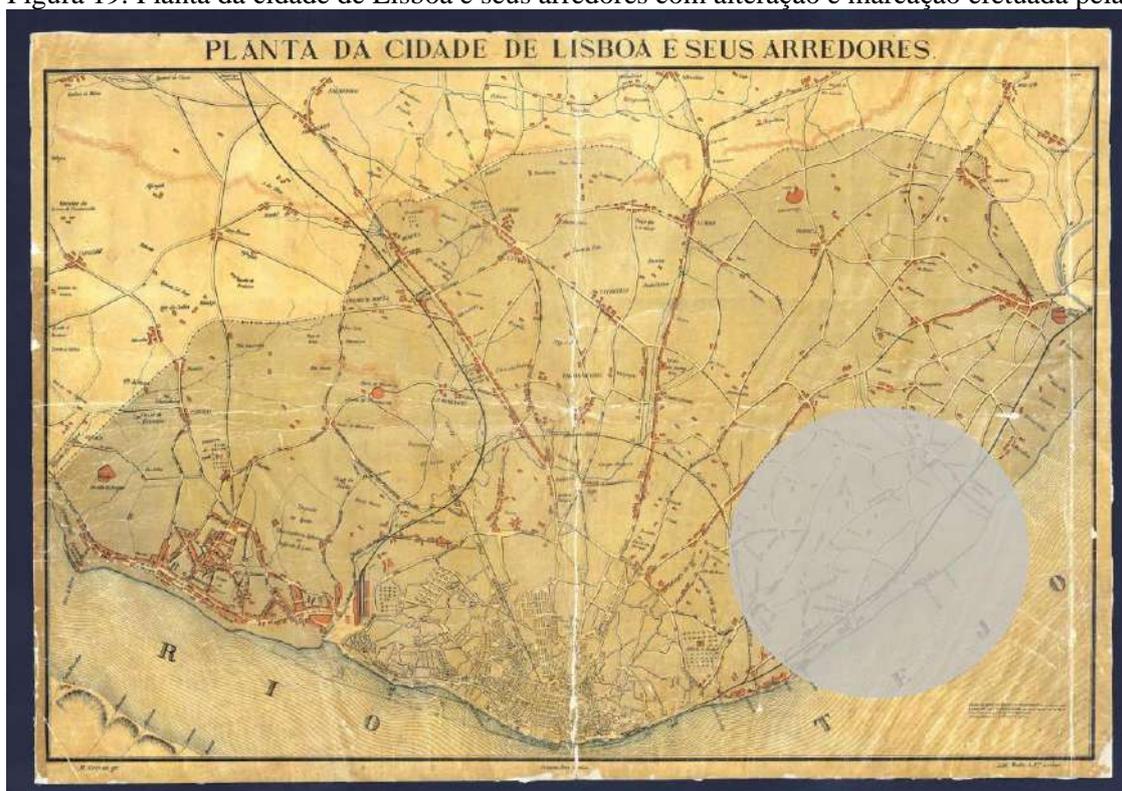
ao de Alcântara, é claro, mas talvez aqui com menor intensidade e menor duração” (FOLGADO e CUSTÓDIO, 1999, p. 19).

De acordo com o Inquérito Industrial e a escritura de abertura da fábrica, A Leal Santos & C. estava localizada na zona oriental da cidade - um dos polos industriais de maior importância em termos de dimensão e número de operários (ALCÂNTARA, 2016). A formação industrial dessa região está diretamente associada à proximidade do cais ribeirinho e dos caminhos de ferro, mas sua transformação é bem anterior ao seu auge (1890) (FOLGADO e CUSTÓDIO, 1999).

Na obra dedicada a divulgar e preservar o patrimônio industrial de Lisboa situado na Zona Oriental, intitulada “*Caminhos do Oriente: guia do patrimônio industrial*”, os historiadores Deolinda Folgado e Jorge Custódio apresentam de forma detalhada os aspectos históricos e arquitetônicos que permeiam a formação da zona oriental industrial de Lisboa, através das fábricas que compunham esse cenário. A partir dessa obra é possível compreender os fatores que contribuíram para a instalação de diversas fábricas, dentre eles a proximidade com pequenos cais fluviais: “[...] situavam-se na Lisboa Oriental os mais importantes cais acostáveis dos barcos fluviais, com seus pequenos portos de chegada, de carga e descarga, sob os olhos dos responsáveis alfandegários” (FOLGADO, CUSTÓDIO, 1999).

A delimitação da zona oriental passou por uma série de transformações ao longo dos séculos, alterações decorrentes da administração local alternavam na criação de bairros e mudança das freguesias (FOLGADO, CUSTÓDIO, 1999). Levando em consideração as alterações administrativas do concelho de Lisboa, a marcação circular da Figura 19 apresenta o que compreendia, de maneira geral, a zona oriental de Lisboa nos séculos XIX e XX.

Figura 19: Planta da cidade de Lisboa e seus arredores com alteração e marcação efetuada pela autora.



Fonte: Caldeira Pires ampliou; M. Grim, grav.. - Escala [ca 1:27000]. - Lisboa: Lithografia Malta C^a, [1885?]. - 1 planta: litografia, color. ; 39,80x59, 70 cm, em folha de 43,00x61, 50 cm. Acervo da Biblioteca Nacional de Portugal

Palácios, quintas e prédios religiosos dos séculos anteriores que estavam na zona oriental, passaram a ser ocupados por indústrias diversas (FOLGADO e CUSTÓDIO, 1999). Esses locais tinham, em sua maioria, cais particulares que cumpriam o propósito também das indústrias (FOLGADO e CUSTÓDIO, 1999), e sua ocupação e novas finalidades também marcavam a transição política e o fim do Antigo Regime (SILVA, 2013). Além dos transportes fluviais, os caminhos de ferro também eram um ponto forte da zona oriental, inclusive o Vale de Chelas, “pela confluência de estradas, ferrovias e fábricas que apresenta desde o século XVIII, é considerado ‘a origem da industrialização da zona oriental da capital’” (SILVA, 2013, p. 42). Os novos usos atribuídos aos conventos na zona oriental podem ser exemplificado pelo caso da Companhia de Fiação e Tecidos Lisbonense (Figura 20) “[...] que se instalara no Convento de São Francisco de Xábregas logo após a extinção da ordem religiosa que o detinha, em 1834 (em 1844, após um incêndio nas instalações, sairá do local para dar lugar à Fábrica da Companhia de Tabacos de Xábregas)” (SILVA, 2013, p. 42).

Figura 20: PEDROZO, J. A antiga fábrica de tabacos de Xábregas, 1859, óleo sobre tela, 127 cm mm X 83,5 cm. Acervo do Museu de Lisboa - Palácio Pimenta



Fonte: <http://www.museudelisboa.pt/pecas/detalhe/news/a-antiga-fabrica-de-tabacos-de-xabregas.html>

No Inquérito Industrial de 1890 é possível localizar 156 ramos industriais na zona oriental (FOLGADO; CUSTÓDIO, 1999). Localizada na Calçada Dom Gastão, a Leal, Santos & C., era uma das fábricas que compunha a vida industrial nessa região, ficava nas redondezas de fábricas de grande impacto, no que tange ao número de operários e economia industrial: tabaco e têxtil. Mas o setor alimentício também estava presente: a Manutenção Militar e A Nacional, nomes que marcaram a indústria alimentar de Portugal, ambas com foco na moagem e produção de pão, e biscoitos, além de outros produtos também eram vizinhas da Leal Santos.

A Manutenção Militar é um dos maiores complexos industriais da zona oriental (FOLGADO; CUSTÓDIO, 1999) e era destinado para o fornecimento alimentar do exército português. Esse grande empreendimento industrial tem origem na Padaria Militar, cujo resultado positivo fez com que o projeto expandisse e em 1886 fosse criada uma primeira comissão para o seu alargamento (JOSÉ, 2017). Passando por diversos impasses econômicos e políticos, a Manutenção Militar foi fundada em 1897 por decreto do Rei D. Carlos (FOLGADO; CUSTÓDIO, 1999, p. 109).

Com fábrica de moagem, massas, pão, conservas, biscoitos, açúcar, e outros setores a Manutenção Militar foi uma das mais significativas do setor alimentar português e funcionou até o final do século XX. Nesse caso, monta-se o cenário industrial da região onde estava localizada a fábrica Leal Santos em Lisboa: uma zona industrial, com diversos setores,

abrigando estabelecimentos fabris importantes para a história industrial de Lisboa e Portugal. Ou seja, sua localização condizia com o cenário do período e era também, estratégico. Para fins ilustrativos, apresento o mapa (Figura 21) criado por Deolinda Folgado e Jorge Custódio (1999) que aponta os principais estabelecimentos industriais que ficavam ao redor da Leal Santos.

Figura 21: Parte dos estabelecimentos industriais na zona oriental de Lisboa.



Fonte: FOLGADO, Deolinda, CUSTÓDIO, Jorge. Caminhos do oriente: guia do patrimônio industrial. Lisboa: Livros Horizonte, 1999.

Nos números 12, 13 e 14 estavam localizadas as fábricas mais próximas à Leal Santos & C. Sendo os números 12 e 13 referências a Fábrica da Companhia de Fiação e Tecidos Lisbonense e a Fábrica de Tabacos de Xábregas, e o número 14 a Fábrica de Fiação e Tecidos Oriental (Fábrica das Varandas). A Leal Santos não aparece no mapa industrial dos autores, mas ficava localizada na Calçada Dom Gastão (marcação n. 14 na imagem), e foi fundada em nove de fevereiro de 1889.

Produzindo conserva de vários tipos a Leal, Santos & C. surgiu no período identificado por Reis (1987) como sendo o auge das indústrias de conservas: década de 1880. Esse setor industrial (conservas) foi, juntamente com a indústria da cortiça, um dos que teve um rápido crescimento (REIS, 1987). Entretanto, ambos tinham pouco impacto na economia, principalmente por terem uma baixa intensidade de capital, ao serem comparadas com os setores de maior impacto e alta produção, e uma falta de dinamismo que limitava o fator de impacto no cenário industrial português do XIX (REIS, 1987).

Por outro lado, as indústrias de conservas e cortiça, segundo Jaime Reis (1987), tinham a peculiaridade de utilizar matérias-primas locais e de mais fácil acesso, bem como os equipamentos necessários para a produção serem em grande maioria produzidos ou facilmente encontrados em Portugal. O uso de equipamentos nacionais não era recorrente em outros setores da indústria, e esse é um dos fatores, também elencados pelo autor, como prejudiciais para o desenvolvimento da indústria (REIS, 1987).

Analisando a arquitetura da indústria conserveira em Matosinhos, Portugal, Hugo Fernandes (2013) aponta algumas características tanto do surgimento do setor, como do seu desenvolvimento vinculado à arquitetura em Portugal. Fernandes (2013) salienta, a partir das leituras de Hernâni de Barros Bernardo (1952), algumas fases da indústria conserveira portuguesa e estas divergem, principalmente, nas formas de conservação (uso de sal, fumagem e molhos) e no uso de tecnologias. No caso, a Leal, Santos & C. está enquadrada na quarta fase (das seis identificadas por Bernardo) que inicia no XIX e perdura até o XX, utilizando para a confecção das conservas: azeite, óleos ou molhos (FERNANDES, 2013, p. 3).

Como também aponta Fernandes (2013), muitas fábricas de conservas de peixe no século XIX não ficavam restritas ao pescado. Produziam também conservas de vários tipos: carnes, legumes e frutas cristalizadas (FERNANDES, 2013). Esse era o caso da Leal, Santos & C. que, apesar de desconhecer o número e variedade específica de produtos fabricados por ela, no Inquérito Industrial de 1890 é apresentada como fábrica de conservas alimentícias de vários tipos. Essa característica perdurou na história da fábrica, inclusive na filial brasileira.

Além da Leal, Santos & C., outras três fábricas de conservas foram encontradas em Lisboa no Inquérito Industrial de 1890, todas localizadas no 4º bairro (zona ocidental - Alcântara): Emílio Luiz Rollet (4º bairro), Companhia Nacional de Conservas (4º bairro) e Companhia de Conservas Lisbonense (4º bairro). Segundo Renato Pistola, em seu trabalho sobre a industrialização de Alcântara:

[...] as conservas, outra vertente da indústria alimentar, não terão em Alcântara a importância que vieram a ter noutros pontos do País. Existiam, ainda assim, algumas unidades. A mais importante era a Companhia Nacional de Conservas, [...] transformavam a matéria-prima que adquiria no mercado nacional, como frutas de todas as qualidades, peixe, carne de porco, vaca, vitela e carneiro, tomates, caça e aves, azeitonas, legumes e hortaliças, azeite e vinagre. Produzia peixe enlatado, frutas em compotas e marmelada, carnes de porco, vaca, vitela e carneiro, tomates em massa e puré, caça e aves, azeitonas, legumes e hortaliças que exportava, essencialmente, para o

Brasil, para França, para Inglaterra, para África, e para Espanha (PISTOLA, 2009, p. 61).

Ao analisar as indústrias conserveiras relacionadas no Inquérito Industrial de 1890 é possível compreender uma parcela da conjuntura desse setor. Nesse caso, a partir de agora irei me debruçar em uma comparação sumária entre elas, objetivando identificar, principalmente, o perfil da Leal Santos e o papel ocupado por ela no cenário industrial português. O inquérito pesquisado está organizado por tabelas temáticas que apresentam informações sobre capital, número de operários, maquinário, matérias-primas e mercados consumidores. Entretanto, a obra está organizada por bairros, e posteriormente em setores. Nesse caso, sendo a Leal Santos a única fábrica de conservas apresentada no 1º bairro e as outras existentes em Lisboa, segundo o inquérito, estarem no 4º bairro, adaptei e incluí todas na mesma tabela, respeitando a temática e informações do Inquérito original.

A 1ª tabela (Tabela 1) apresenta os dados referentes ao “Capital fixo e circulante, duração do trabalho e número médio de operários e aprendizes empregados por dia”.

Tabela 1: Capital fixo e circulante, duração do trabalho e número médio de operários e aprendizes empregados por dia.

Estabelecimentos, oficinas ou casas de trabalho de cada indústria	Capital			Duração do trabalho						Número médio por dia	
	Nº	Fixo	Circulante	Meses que dura	Número médio de dias de trabalho por ano	Duração do dia normal de trabalho (número de horas)		Número médio		De operários de todos os ofícios	De aprendizes de todos os ofícios
						De verão	De inverno	De serões	horas por		
Conservas alimentícias... Fábrica de conservas alimentícias de Leal, Santos & Cª. – Beato, calçada de D. Gastão	1	50:000\$000	50:000\$000	12	-	11	9	-	-	30	6
Conservas alimentícias Emilio Luiz Rollet – Lisboa – Travessa da Guarda, à Junqueira, 1 Companhia nacional de conservas – Lisboa – Rua Cascais, 8 Companhia de conservas lisbonense – Lisboa – Rua do Conselheiro Pedro Franco	1	20:000\$000	12:000\$000	12	-	11	10	50	2	160	-
	1	350:000\$000	300:000\$000	12	-	10	8	-	-	40	10
	1	- \$ -	- \$ -	12	220	10 ½	10	100	2	-	-

Fonte: Inquérito Industrial de 1890, Portugal. Adaptado pela autora.

As linhas correspondem a cada fábrica de conservas localizada no inquérito, sendo a primeira do 1º bairro e as demais do 4º bairro. A inclusão de cores serviu para facilitar a identificação de cada uma dessas fábricas, sendo a azul correspondente a Leal, Santos & C, rosa a Emilio Luiz Rollet, verde a Companhia Nacional de Conservas e lilás a Companhia de Conservas Lisbonense. Convém lembrar que as informações descritas no inquérito foram

coletadas tanto pela equipe do Ministério de Obras Públicas, Comércio e Indústria através de visitas aos estabelecimentos e reuniões, como pelos responsáveis por esses estabelecimentos com o preenchimento de formulários. Nesse caso, essa primeira tabela é a única onde a Companhia de Conservas Lisbonense aparece, em todas as outras 6 tabelas temáticas ela não é mais referida.

Em uma primeira análise verifica-se que no que corresponde ao capital (fixo e circulante) a Companhia Nacional de Conservas é significativamente maior, com capital fixo de 350:000\$000 (trezentos e cinquenta contos de réis) frente à Leal Santos & C. com 50:000\$000 (cinquenta contos de réis) e a Emílio Rollet com 20:000\$00 (vinte contos de réis). Segundo a escritura de abertura da fábrica e da sociedade Leal, Santos & C, o capital inicialmente investido pelos quatro sócios foi de 200:000\$000, dividido nas seguintes frações: José António Juca Santos cem contos de reis, António Marques Leal Pancada cinquenta contos de reis e Francisco Marques Leal Pancada e Moysés Marcondes de Sá cada um com 25 contos de réis⁴⁴.

No que tange aos operários das respectivas fábricas, percebe-se que o total de funcionários (ambos os sexos) é significativamente menor no caso da Leal Santos, com um total de 36. A Companhia Nacional de Conservas que possui o capital mais elevado, apresenta 62 operários e a fábrica de Emílio Rollet com o número mais relevante de 160 operários. Entretanto, apesar da grande diferença entre a Leal Santos e a empresa de Emílio Rollet em número de operários, é preciso destacar que os 160 desta última equivalem a apenas 7,7% (aproximadamente) do que possuía a Fábrica Lisbonense de Tabacos, em Santa Apolónia, com 2067 operários, sendo esta a fábrica com maior número no Inquérito Industrial (ALCÂNTARA, 2016).

O quadro da Leal Santos é relativamente equilibrado no que tange à distribuição de sexos, correspondendo o sexo feminino a 52,7% e o masculino 47,2% - incluindo operários de 12 a 16 anos e maiores do que 16. Certo equilíbrio também ocorre na Companhia Nacional de conservas, dos 62 operários 59,6% são do sexo masculino e 40,4% do feminino. Esse já não é o cenário encontrado no caso da empresa de Rollet, onde as operárias correspondem a 87,5% do quadro total, frente aos 12, 5% do sexo masculino. Outro caso interessante é que se na Leal Santos & C e na Companhia Nacional o cargo de mestre e contramestre era exclusivo no sexo

⁴⁴ Escritura da abertura da Leal, Santos & C. pesquisada na Torre do Tombo (Lisboa, Portugal). Transcrita em anexo neste trabalho (Anexo C).

masculino, na firma Rollet o número é igual nos dois sexos, tendo um homem (setor de solda) e uma mulher (preparação de sardinha) ocupando o cargo de mestre e contramestre.

Ainda sobre os operários do setor de conservas, a Leal Santos & C. não apresenta divisão de função no quadro do Inquérito Industrial, aparecendo apenas o operário identificado apenas como “trabalhador”. Nas outras duas empresas há uma setorização maior do trabalho, a Emílio Rollet conta com soldador, preparador de sardinha e recortador de folha, e a Companhia Nacional de Conservas com o trabalho de funileiro e trabalhador. Em face dessa diferença, suponho que, tendo a Emílio Rollet um maior número de operários (160), a empresa consiga ter funcionários mais distribuídos dentro de suas funções, exercendo atividades mais específicas dentro da empresa. Já a Companhia Nacional com os 62 funcionários, os divide em dois: funileiro e trabalhador. O caso da Leal, Santos & C. com 36 operários no total, possuía, provavelmente, trabalhadores que exerciam diversas funções dentro da fábrica, sem uma distribuição oficial de setor ou função como as demais.

Dos trinta e seis operários da Leal Santos, apenas três eram estrangeiros, sendo quase todos os trabalhadores portugueses. E dos 17 operários masculinos (todos maiores de 16 anos), 10 foram identificados como “sabem ler”, e das 19 operárias (sendo duas com idade de 12 a 16 anos) apenas 5 sabiam ler, e todas eram maiores de 16 anos. Sobre a nacionalidade dos operários das outras fábricas, os dados não estão completos, dificultando uma comparação mais completa sobre esse aspecto. O levantamento do Inquérito Industrial ainda apresenta outros dados, relativos à presença da tecnologia das indústrias portuguesas, demonstrando a quantidade e tipo de maquinário existente em cada uma das fábricas abordadas. Entretanto, a Leal, Santos & C. não é citada em nenhuma dessas tabelas, já a Emílio Rollet e a Companhia Nacional de Conservas aparecem contendo alguns exemplares de máquinas a vapor e a gás, tendo a Rollet uma máquina a gás, e a Companhia Nacional, duas máquinas a vapor. Pressuponho que a ausência da Leal Santos nessa tabela ocorra em decorrência de um dos casos: formulário não preenchido nesse quesito, ou, a mais provável, a ausência de maquinário na fábrica.

Essa última hipótese também pode ser considerada ao pensar que o tamanho da Leal, Santos & C. nesse período era relativamente pequeno em termos de importância fabril e de produção. Esse fato pode ser constatado no quesito 7 do Inquérito Industrial, tabela nomeada “Produção no ano de 1889 e mercados de consumo”, dados presentes na Tabela 2:

Tabela 2: Produção no ano de 1889 e mercados de consumo.

Estabelecimentos, oficinas ou casas de trabalho de cada indústria	Produção no ano de 1889			Mercados de consumo dos produtos
	Espécies	Quantidade	Valor Réis	
Conservas alimentícias... Fábrica de conservas alimentícias de Leal Santos & C.	Latas de diferentes conservas	25:000	39:000\$000	África, Brasil, Inglaterra e República Argentina
	Latas de sardinhas	850:000 lat	45:000\$000	
Companhia Nacional de conservas	Frutas em compotas e marmeladas	400:000 lat	40:000\$000	Brasil, França, Inglaterra, África Occidental e oriental (Angola e Lourenço Marques), Hong- Kong, Espanha, Goa, etc.
	Peixe em escabeche	150:000 lat.	15:000\$000	
	Carnes de porco, vaca, vitela e carneiro	120:000 lat	24:000\$000	
	Tomates em passa e purê	200:000 lat	20:000\$000	
	Caça e aves	20:000 lat	2:000\$000	
	Azeitonas	130:000 lat	9:000\$000	
	Legumes e hortaliça	80:000	4:000\$000	

Fonte: Inquérito Industrial de 1890, Portugal. Adaptado pela autora.

A quantidade de latas de conservas produzidas em 1889 pela Leal Santos é bem menor do que as outras duas fábricas, apenas a produção de Caça e aves da Companhia Nacional de Conservas tem um número menor de produção do que o geral da Leal, Santos & C.. Entretanto, cabe salientar que apesar do número de 25 mil conservas em 1889, levando em consideração que a fábrica é fundada em fevereiro do mesmo ano, o valor arrecadado em réis

é bem similar ao das demais empresas, e exportando para Brasil, África, Inglaterra e Argentina. Tais dados levam a crer que, primeiramente, é possível que o valor das conservas seja bem superior do que as das outras empresas ou, ainda, que esse valor total de lucro pode ter incluído a fábrica brasileira, que já estava funcionando a essa altura.

A escassez de informações relativas aos dados coletados e dispostos no Inquérito Industrial, bem como a ausência de outros dados sobre a Leal Santos & C. em Portugal, dificulta a conclusão de algumas “pontas soltas” da pesquisa. O que percebo, a partir das fontes pesquisadas e dados encontrados – ou a ausência deles –, é que o espaço ocupado pela fábrica nesse período era relativamente de baixa relevância em Portugal. Para essa hipótese penso em algumas questões que me deparei no decorrer da investigação em diversos arquivos históricos portugueses e nas bibliografias sobre o tema. É possível que o grande foco da Leal, Santos & C. nesse período fosse a instalação e prosperidade da sua filial no Brasil, pois tanto em termos documentais quanto de referência na própria imprensa local (mesmo em âmbito nacional), a fábrica brasileira é constantemente referenciada nos jornais, conforme será abordado no próximo capítulo, em como há uma maior quantidade de propaganda dos seus produtos.

No caso da imprensa portuguesa, não encontrei nos jornais pesquisados nenhuma referência à abertura da fábrica em Lisboa ou no Rio Grande do Sul, há também uma ausência de propagandas e anúncios dos seus produtos, incluindo o momento em que a Leal, Santos & C. começa a produzir biscoitos em 1898. As únicas referências encontradas no jornal *O Século*, mencionam a família Pancada: primeiramente com a proclamação da República brasileira em novembro de 1889, um grupo de portugueses que possuíam negócios no Brasil assinaram uma declaração demonstrando o apoio e benefícios que haviam recebido da Monarquia. Na declaração há um discurso de gratidão pela forma que sempre foram recebidos e tratados pela família real, bem como demonstram o quão benéfico foi, na visão dos declarantes, a monarquia para a prosperidade de seus negócios e dessa parceria entre as duas pátrias. Francisco Marques Leal Pancada é um dos portugueses que assina e apoia tal declaração⁴⁵.

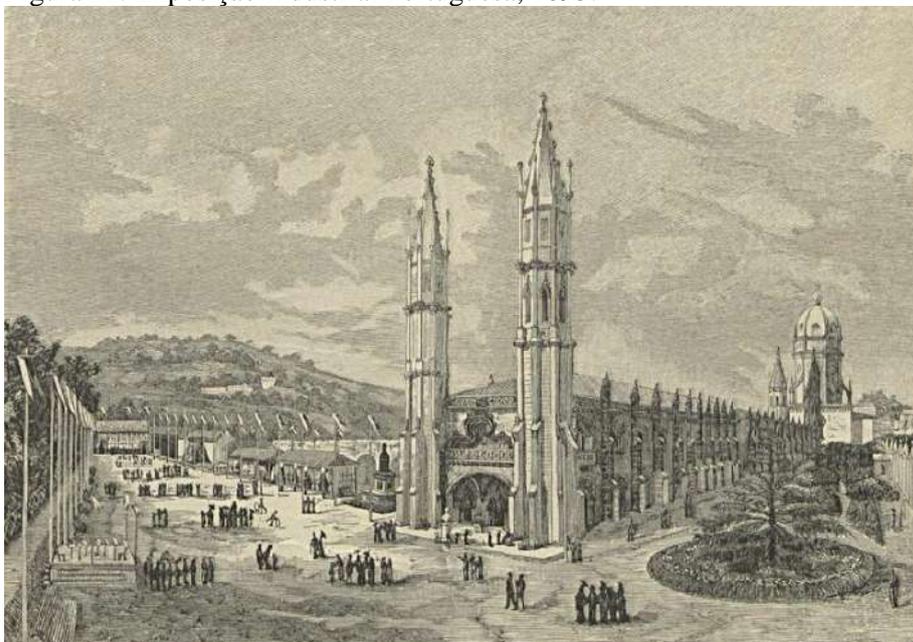
A outra referência é, na realidade, uma nota de falecimento de Antônio Marques Leal Pancada, o filho mais velho de Francisco e Maria e um dos sócios da Leal Santos & C. Entretanto, diferentemente da nota encontrada no Brasil, a publicada no *O Século* não faz

⁴⁵ *O Século*, 08/01/1890 - p. 2 “Declaração”.

qualquer menção a profissão e atividade industrial desempenhada pelo falecido ou sua família. Essa exiguidade de informações tanto no *O Século* quanto no *Diário de Notícias* é notadamente interessante pelo fato das duas folhas e, principalmente, *O Século*, noticiarem quase que diariamente assuntos relacionados a outras fábricas locais e nacionais. Não raro encontrei notas e textos divulgando a abertura de fábricas, de reuniões de industriais ou mesmo de organizações operárias em Lisboa, principalmente das indústrias têxteis, tabaco e metalurgia, mas também de indústrias alimentícias como a Companhia de Conservas Lisbonense, Fábrica Luziânia de Biscoitos e a Pampulha, de bolachas. *O Século* também dedicou algumas edições para promover a indústria nacional e a sua proteção⁴⁶, além de estampar nas últimas folhas anúncios e propagandas de fábricas nacionais.

Outro aspecto passível de interpretação é que se por um lado a Leal, Santos & C. participou de inúmeras exposições industriais no Brasil e no exterior, representando a indústria brasileira, sua prosperidade e progresso, sendo premiada em várias das suas participações; nas exposições industriais do final do XIX em Portugal, não há nenhum registro de sua participação, como é o caso da Exposição Industrial Portuguesa de 1893 (Figura 22).

Figura 22: Exposição Industrial Portuguesa, 1893.



Fonte: *O Occidente*, 1893, nº 531. Disponível em: Página Gabinete de estudos lisboenses, <https://www.facebook.com/gabinetedestudosolisiponenses/photos/a.404730273030402/448867778616651/?type=1&theater>

⁴⁶ Exemplos de matéria e editoriais sobre indústria no jornal *O Século*: 20/10/1890: “Proteção à Indústria”; 02/01/1891: “Indústria Nacional”; 08/01/1891 “A indústria no Brasil”; 08/08/1898: Contribuição industrial no 1º Bairro.

A exposição pode ser compreendida, dentro do que já foi aqui apresentado pela fala de Amado Mendes (1999), como uma das políticas de incentivo ao setor industrial do período da Regeneração portuguesa. A exposição aconteceu no Mosteiro dos Jerônimos e era também parte do projeto do Museu Industrial e Comercial de Lisboa, iniciativa de Joaquim Tello. O evento foi marcante para o período industrial de Lisboa, e seu catálogo está disponível para pesquisa no arquivo do Ministério das Obras Públicas, Comércio e Indústria. A Leal, Santos & C. não aparece na lista de participantes, mas também não encontrei a Companhia Nacional de Conservas e nem a Emílio Rollet. O setor conserveiro estava, naquele momento, representado na exposição pela Companhia de Conservas Lisbonense, referenciado na primeira tabela do Inquérito Industrial de 1890, por Costa & Carvalho de Setúbal, Manuel Pereira Gomes de Lisboa, Gonçalves e Carvalho de Elvas e Lino & C. de Lisboa.

Nesse caso, apesar de algumas questões ainda estarem em aberto e não ter sido possível concluir o processo de instalação e fechamento da matriz lusitana da Leal, Santos & C., ou a relação entre matriz e filial durante esse período, o confronto dos cenários português e brasileiro com relação a Leal, Santos & C., aponta para novas indagações que, espero, incentivem outras pesquisas no âmbito industrial ou da trajetória da Leal Santos. A própria ausência de bibliografia sobre a presença da fábrica, e a ausência da Leal Santos em outros inquéritos e documentos do período que abordem a indústria, serve também como indicativo para a sua pequena influência no cenário industrial português do período.

Levando-se em consideração o primeiro capítulo, onde apresentei as relações e vínculos do forte núcleo familiar permeado pela Leal, Santos & C. no Brasil, é possível que em decorrência dessa rede, e de questões econômicas e políticas direta ou indiretamente envolvidas, a Leal, Santos & C. não teve o mesmo apoio ou não tinha por objetivo desenvolver a sua fábrica e produtos em Portugal, mas sim no Brasil. Nesse caso, cabe refletir sobre a declaração clara e aberta feita por Francisco Pancada à monarquia brasileira, além das influências políticas da família Alves de Araújo e sua relação com o governo imperial. A declaração assinada por ele e por outros portugueses salienta o amparo para os seus negócios, o que acaba reforçando a hipótese defendida no capítulo anterior, sobre a importância dos contatos e vínculos políticos para os negócios de Francisco Pancada.

Relembro também que, conforme a escritura de abertura da Leal Santos em Lisboa, a fábrica em Portugal era de responsabilidade de José Antonio Juca Santos, genro de Francisco, e casado com a filha mais velha Maria Rosa. Assim, é possível que tanto José Santos quanto o

Francisco, não tivessem os mesmos vínculos ou apoios com a fábrica em Portugal, dificultando sua prosperidade.

Cabe ponderar que o cenário industrial brasileiro, mesmo com as crises, barreiras de um país de passado colonial e característica agrária, vivia um forte impulso de sua indústria no final do século XIX. Como Amado Mendes (1999) apresenta, e o próprio jornal *O Século* em matéria⁴⁷ de 1891 sobre a indústria brasileira, o Brasil acabou se mostrando um país mais propício em questões industriais, de transporte e comunicação do que Portugal, principalmente considerando a sua vida colonial e os limites impostos pela coroa portuguesa.

Entretanto, ainda que fiquem algumas questões inconclusas, destaco que a Leal Santos em Portugal faz parte de um conjunto de empresas familiares, que aposta na conserva - setor característico de Portugal -, para iniciar sua trajetória. Ao lado de grandes fábricas do período, conforme destacado anteriormente, enquanto fábrica de conservas ela está isolada das demais “irmãs de setor” na zona oriental, visto que as outras empresas estavam situadas na zona de Alcântara.

Nesse caso, cabe, a partir desse momento, pensar no contexto industrial brasileiro do século XIX e de que forma esse cenário, não só no Brasil, mas também no Rio Grande do Sul e na cidade do Rio Grande, incentivaram e influenciaram na prosperidade e duração da Leal, Santos & C. como uma representante do progresso industrial brasileiro e qual o papel da fábrica nesse cenário.

⁴⁷ *O Século* 08/01/1891, p. 1 “A indústria no Brasil” - matéria fala sobre as transformações econômicas e industriais sofridas em decorrência a mudança do regime no Brasil, apontando a monarquia como estacionária e a república como moderna e de importância industrial.

Capítulo 3. Industrialização em solo brasileiro

Tendo em vista as tensões e circunstâncias características da industrialização em Portugal, e o papel desempenhado pela Leal Santos no respectivo cenário, cabe compreender, a partir deste momento, a industrialização em solo brasileiro. Apresentada durante o século XX como exemplo de indústria nacional, a Leal Santos não pode ser dissociada do contexto político, econômico e cultural vivido no Brasil, no estado do Rio Grande do Sul e cidade do Rio Grande. As três localidades, do macro ao micro, apresentam peculiaridades que são essenciais para a compreensão da história da fábrica e do seu papel no cenário industrial brasileiro. Além disso, através da análise da conjuntura da industrialização no país, me aproximo da tradução do papel que ocupava a referida fábrica naquela altura no nível nacional, regional e local.

É preciso salientar que os trabalhos desenvolvidos por historiadores e economistas no decorrer do século XX e XXI não possuem, de maneira geral, um discurso homogêneo sobre os fatores que impulsionaram e marcaram a industrialização brasileira. Conforme apresenta Felipe Hees (2011), as divergências são conceituais e teóricas, o que pode dificultar uma compreensão mais “completa” da industrialização no Brasil. Nesse caso, pretendo elencar, para além de uma leitura estritamente historiográfica sobre a industrialização, quais são os principais fatores destacados pelos autores como primordiais para o surgimento, expansão e consolidação da indústria no Brasil, mesmo que a relevância dos acontecimentos possa variar de acordo com a linha teórica seguida.

Segundo Nícia Luz (1978), desde que o Brasil foi nomeado Reino Unido de Portugal, existem grupos que divergem sobre as vias de desenvolvimento e crescimento do país. De um lado estavam aqueles que acreditavam na raiz agrícola e de matérias-primas fornecidas naturalmente pelo terreno brasileiro, e, de outro, aqueles que almejavam um país desenvolvido através da sua industrialização. Esse embate adentrou o século XX, envolvendo também as políticas governamentais que impulsionaram ou não o setor da indústria no Brasil. Convém destacar, entretanto, que a ideia do que era indústria foi alterando com o passar do tempo, e aquilo que muitas vezes era chamado de indústria no início do século XIX, não será aplicado no final do período, momento de ascensão e expansão da industrialização no Brasil. Segundo Priore (2017), fábrica, que antes designava ‘usina de açúcar’ ou ‘conjunto de escravos de um engenho’, passou a definir “parque industrial onde se processa a transformação da matéria prima” (PRIORE, 2017, p. 198). Não era uma mudança apenas de

vocabulário, a população brasileira sentia o movimento lento e gradual da instalação de suas primeiras fábricas.

Sobre as primeiras ações a favor das indústrias no Brasil, Nícia Luz aponta que essas vieram através da instalação da família real portuguesa para o Rio de Janeiro em 1808 (LUZ, 1978). Pressionado por Napoleão, Dom João, sua família e corte, vem para o Brasil e a transferência da coroa para a colônia causa uma série de mudanças para ambos os países. Com a abertura dos portos para as nações amigas, ainda em 1808, o governo português concedeu também a liberdade da indústria. Anteriormente o Brasil era proibido de possuir estabelecimentos fabris e manufatureiros (HEES, 2001), e, a partir das decisões tomadas pela coroa portuguesa em solo brasileiro, é que iniciam um processo, mesmo que lento e com dificuldades, de industrialização. Nessa altura, a exportação, principalmente do açúcar, era o grande gerador de capital do país, um dos fatores para a caracterização de um país agrário e de exportação de matérias-primas, que posteriormente será substituído pelo café.

Conforme apresenta Luz (1978) as decisões do governo sobre a industrialização na colônia eram pautadas pela filosofia liberal, encabeçadas pela figura de José da Silva Lisboa o qual acreditava que a inserção da indústria no Brasil deveria ser feita de forma lenta e gradual, priorizando as indústrias que valorizassem o setor agrícola, o comércio e a navegação (LUZ, 1978). Ainda durante o período colonial, foram tomadas várias medidas alfandegárias, de fomento à indústria e com a “liberação da produção de manufaturas, houve uma série de alvarás posteriores, concedendo isenções e privilégios destinados a fomentar a produção manufatureira no Brasil e nos domínios ultramarinos portugueses” (HEES, 2001, p. 104). Mesmo com a independência, em 1822, as políticas de incentivo à indústria com o cunho protecionista continuaram (HEES, 2001).

Entretanto, é apenas com a crise do setor agrícola (açúcar e café), e com chegada de grande número de imigrantes, devido a política imigratória do governo, que o cenário para o crescimento da indústria se constituiu. A crise do setor, e a constante instabilidade financeira vivida pelo país, serviu de argumento para aqueles que apostavam na indústria como caminho da estabilidade e do desenvolvimento. Contudo, se foi a crise do café que permitiu um maior investimento na indústria, o setor cafeeiro, antes da crise, instalou, mesmo que lentamente, as primeiras relações capitalistas de produção e trabalho no país (VOGT, 2003, p. 57).

O café possibilitou o acúmulo de capital e a formação de uma burguesia econômica atrelada ao setor, ganhando lucros com a produção e exportação do produto (VOGT, 2003, p. 69). São Paulo, como o estado com maior importância cafeeira do país, terá, portanto, uma grande concentração industrial, assim como o Rio de Janeiro. O capital acumulado pela

política e economia do café proporcionou e incentivou o investimento dessa elite cafeicultora nas indústrias:

A expansão do café colocou capitais nas mãos de uma burguesia rural, que os investiu praticamente na indústria como forma de diversificar as atividades de comerciantes, importadores e exportadores. Assim, surgiram inúmeras empresas industriais, bancos, seguradoras, além da ampliação dos meios de transporte, no período entre 1850 e 1860. Assim, mesmo que a estrutura básica do país apresentava-se como agroexportadora, já começava um crescimento da produção industrial (VOGT, 2003, p. 69).

No contexto internacional o capitalismo crescia e se expandia, e o Brasil ficava atrasado com a manutenção de um regime escravocrata e com traços de um país “ultrapassado”. A pressão desses países, principalmente da Inglaterra, resultou na abolição da escravatura em 1888. A mão-de-obra escrava era essencial para a manutenção de muitos setores agrícolas, e já vinha sendo paulatinamente substituída ou mesclada com a mão-de-obra livre do imigrante (HERRLEIN JR), mas com o fim do trabalho escravo a monarquia também perdeu sua força.

O fim da escravidão era um pré-requisito necessário para a expansão do sistema capitalista. Como aponta Caio Prado Júnior, desde o fim do tráfico em 1850 já era possível perceber um aumento do número de estabelecimentos comerciais, bancários, de transporte e comunicação (PRADO JR., 1990, p. 192).

Boa parte destes empreendimentos e outros semelhantes que aparecem pela mesma época não representa mais que especulação estimulada pela súbita libertação dos capitais antes investidos no tráfico africano, bem como pela inflação de crédito e emissões de papel-moeda que então se verificam (PRADO JR, 1990, p. 192).

A conjuntura brasileira da última metade do século XIX era permeada por alterações sociais, econômicas e culturais que passam pelos aspectos aqui já abordados, e direta ou indiretamente contribuem para o surgimento de um movimento industrial. Nesse momento, o número de imigrantes que aportavam no Brasil facilitava a constituição de uma mão-de-obra capacitada para trabalhar no setor. Foram eles que constituíram a grande maioria dos operários das fábricas brasileiras. Mas a constituição de mão-de-obra imigrante, e o papel da imigração na industrialização, não foi homogênea em todo o país, no caso do Rio Grande do Sul a instalação e trabalho dos imigrantes foi voltada para o setor agrícola e de propriedades rurais, como será explorado posteriormente.

Nesse caso, o país que vivia um aumento demográfico e de deslocamento populacional da zona rural para os centros urbanos, possuía um grande número de indivíduos que não se enquadravam e ficavam sem trabalho fixo (LUZ, 1978). Estes, juntamente com os imigrantes,

formaram os primeiros grupos operários. A constituição de um grupo, apto para relação de empregador-empregado, foi um dos fatores essenciais para o incentivo da indústria no Brasil.

O processo de industrialização brasileiro foi permeado por um discurso nacionalista (LUZ, 1978), tangenciado por fatores internos e externos indispensáveis para a formação das indústrias, dos industriais, dos operários e dos consumidores brasileiros. Do ponto de vista externo, a autora Nícia Luz (1978) ainda aponta a influência das guerras da década de 1860: Guerra do Paraguai e Guerra Civil dos Estados Unidos da América. Tais circunstâncias corroboram a ideia de Vogt (2003) ao defender que o fomento da indústria aconteceu pela soma de diversos aspectos, sendo os principais: capital originado pelo café e mão-de-obra livre com fim da escravidão (VOGT, 2003). “Preencheram-se dois pré-requisitos indispensáveis à industrialização: capital e mercado interno. Assim, o período da República Velha caracteriza-se por ser um período de expansão industrial” (VOGT, 2003, p. 70).

O caminho gradual percorrido pelas indústrias na segunda metade do XIX ganhou força total em 1870, período do despertar da industrialização no território nacional (LUZ, 1978). Tal crescimento continuou durante toda República Velha, modificando seu perfil apenas a partir de 1930, principalmente com o papel de Getúlio Vargas (MARTINS, 2016). O período republicano exigia novos ares, novas formas de viver e de investir, o que também possibilitou uma abertura para o setor industrial no país. Entretanto, convém lembrar que mesmo com o fim da monarquia, os interesses políticos ainda estavam diretamente ligados ao setor agrícola no país (VOGT, 2003, p. 69). O processo de industrialização foi permeado por embates entre os discursos agrários *versus* industriais, e a implantação dessas indústrias no país foi permeada por certas dificuldades (LUZ, 1978). Instaladas em locais estratégicos elas precisavam de uma infraestrutura mínima para seu desenvolvimento, ao mesmo tempo em que modificavam o espaço urbano onde se fixavam.

Segundo Solismar Martins (2016), o princípio da industrialização a nível nacional “se constitui por empresas fabris de bens não duráveis, principalmente a indústria têxtil. Esse segmento representou para o Brasil as primeiras grandes empresas industriais nacionais” (MARTINS, 2016, p. 105). São as fábricas têxteis que compuseram a principal frente industrial no país. Como defendem os autores Vogt (2003) e Vaitkunas (2017), as indústrias têxteis têm papel primordial na industrialização do Brasil, o que também pode ser constatado em outros países (VAITKUNAS, 2017), como é o caso de Portugal - apresentado no capítulo anterior. Além desse setor, o perfil industrial brasileiro também era composto por estabelecimentos do setor de alimentos, fumos e moagem, sob orientação de substituição de importações (COSTA, 2010, p. 269).

Assim, aos poucos a “agricultura não era mais o único empreendimento possível (COSTA, 2010, p. 466), nem o único o meio de sustentação e investimento econômico no país, e as indústrias cresciam à medida que o país vivenciava outras mudanças culturais e sociais, condizentes com o sistema capitalista que se instaurava. Os principais centros industriais brasileiros ficavam concentrados, até 1930, em São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul (PRADO JR, 1990; COSTA, 2010). Todos esses locais possuíam os elementos necessários para a instalação dos estabelecimentos, principalmente a mão-de-obra, transporte e comunicação.

Portanto, o cenário da industrialização brasileira durante o final do século XIX e início do XX pode ser resumido da seguinte maneira (Figura 23):

Figura 23: Principais aspectos da industrialização no Brasil (século XIX e XX).



Fonte: Elaborado pela autora a partir de LUZ (1978), PRADO JR (1990), COSTA (2010), VOGT (2003), HERRLEIN JR. (2004), HEES (2001).

Fonte: elaborado pela autora (2019) a partir de Luz (1978), Prado Jr. (1990), Costa (2010), Vogt (2003), Herrlein Jr (2004) e Hees (2001).

Nesse sentido, a história da industrialização brasileira e da Leal, Santos & C. apresentam pontos em comum que merecem ser destacados. Conforme apresentado nos capítulos anteriores, o acúmulo de capital que permitiu a criação da fábrica, por parte da família de Francisco Pancada, veio através da plantação do café, da erva-mate e de sua casa de comércio e exportação. São os negócios familiares ligados à característica de agro-

exportador e ao comércio que geraram as primeiras rendas, lucros e sustentos da família. Além disso, é preciso lembrar que, embora já consolidado no Brasil há muito tempo, ele era imigrante e a fábrica também tinha capital português. A fábrica aparece apenas no final da vida de Francisco Pancada, no contexto do despertar e do auge da industrialização no Brasil (1889), buscando substituir as importações de conservas e biscoitos, fatores condizentes com o processo de industrialização nacional.

Entretanto, para compreender e contextualizar de fato a Leal Santos em um panorama industrial nacional é preciso utilizar outros dados e informações. Sendo assim, utilizei o Recenseamento Geral do Brasil⁴⁸ realizado em 1920 pelo Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio nos estados e Distrito Federal (Rio de Janeiro), o qual apresenta dados coletados em setembro do mesmo ano, em todo o país. O documento possui vários volumes, sendo o quinto dedicado às indústrias brasileiras. Para esse inquérito, foram excluídos da categoria de indústria os estabelecimentos que funcionam em domicílios, algumas oficinas de caráter comercial e sob encomenda, de beneficiamento de grãos que funcionem em dependências rurais, e outros casos⁴⁹.

Salvo as exceções indicadas, abrange o inquérito de 1920 a totalidade das fábricas e oficinas em funcionamento, quer durante todo o ano de 1919, quer em parte desse período, ainda mesmo quando em inatividade por ocasião do recenseamento; tendo sido excluídos apenas os estabelecimentos inteiramente inativos, desmontados ou abandonados (CENSO, 1920, p. 4).

Nesse inquérito, também são apresentados os dados do outro único recenseamento realizado no Brasil de caráter análogo, em 1907. Segundo o próprio inquérito de 1920, o levantamento anterior não é tão completo, mas os dados recolhidos pelo Centro Industrial do Brasil no período serviram de base para comparação com os recolhidos treze anos depois.

Portanto, me aproprio de tais dados (de 1907 e 1920) para compreender de forma mais clara e tangível qual o papel desempenhado no cenário industrial pela Leal, Santos & C. e, além disso, pensar e apresentar em números tal cenário e sua respectiva organização. Entretanto, não foi possível realizar uma análise minuciosa sobre a fábrica, tendo em vista que o inquérito brasileiro, diferentemente do pesquisado em Portugal e analisado anteriormente, apresenta dados gerais das indústrias, e não individuais. Organizado em tabelas, as informações do censo são dispostas em grupo e de acordo com a designação dos

⁴⁸ Recenseamento Geral do Brasil, 1920. IBGE. Disponível para pesquisa em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv6478.pdf>. Acessado em 16 de julho de 2019.

⁴⁹ Ver descrição completas das exceções na página 3 do Recenseamento Geral do Brasil de 1920.

estabelecimentos industriais, capital, produção, nacionalidade dos fundadores. Assim, é possível apenas desenhar um panorama geral da indústria no período, através da comparação dos dados recolhidos pelo recenseamento, por fontes bibliográficas e a imprensa do período.

Essa investigação também tem por intuito não fazer um capítulo exclusivamente teórico e historiográfico, mas contribuir com o cruzamento de dados gerais das industriais e a Leal, Santos & C., buscando uma pesquisa mais completa e, de certa forma, mais “palpável” sobre o desempenho da fábrica em um panorama nacional.

Nesse sentido, segundo o censo industrial, em 1907 o país possuía 2.988 estabelecimentos industriais e 13.336 em 1920. O crescimento significativo em treze anos é notável em quase todos os 22 locais analisados no recenseamento, exceto em Goiás e no Amazonas, que têm um número menor em 1920 do que em 1907. Em 1907 os estados com maior número de indústrias eram: Distrito Federal (Rio de Janeiro): 652, Minas Gerais: 528, Rio Grande do Sul e São Paulo: ambos com 314. Já em 1920 São Paulo lidera com 4.145, Rio Grande do Sul: 1.773, Distrito Federal com 1.541 e Minas Gerais: 1.243.

Restringindo o foco de análise para o caso da Leal Santos, em 1907 o Brasil possuía 13 estabelecimentos industriais produzindo biscoitos, com uma média de 36 operários por estabelecimento. Número similar ao de produção de conservas de carne e peixe: 14 estabelecimentos e média de 36 operários em cada um⁵⁰. Esses eram os principais produtos da Leal, Santos & C., mas nesse período também se dedicava a outros (chocolate, conserva de frutas) que entram em outra categoria. De chocolate haviam 15 estabelecimentos, e de doces 40. Esses são números relativamente baixos ao serem comparados com as indústrias com maior número de estabelecimentos⁵¹: cerveja: 189, produtos cerâmicos: 179, fundição e obras sobre metais: 169, fiação e tecelagem com 161⁵² e fumos: 109.

Já em 1920 existiam 41 fábricas de biscoito, 104 de conservas (somando as descritas conservas de carnes, peixes, frutas e legumes)⁵³. O censo apresenta os estabelecimentos industriais divididos por designação, tendo uma variedade de produtos e subprodutos bem

⁵⁰ Tabela 10 (p. 13) do Recenseamento de 1920.

⁵¹ Alagoas, Amazonas, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Sergipe e Território do Acre.

⁵² Excluindo duas fábricas de linho arroladas em 1907, mas não incluídas na primeira tabela do Recenseamento. Entretanto, na tabela 14 (p. 28) das Indústrias Têxteis de 1907 e 1920, as duas fábricas de linho são incluídas, totalizando 163 estabelecimentos têxteis em 1907.

⁵³ Tabela 11 (p. 28) do Recenseamento de 1920.

específicos⁵⁴. Entretanto, ao analisar em grupos, segundo o recenseamento de 1920, a indústria de alimentação é a mais relevante:

Pelos dados censitários apurados em 1920, o valor da produção fabril dos artigos alimentícios representa pouco mais de 2/5 do valor da produção industrial do país, na mesma época, excedendo em cerca de 46% o valor da produção das manufaturas têxteis e em mais de 400% o valor dos artigos do vestuário e dos produtos químicos, conforme indicam as seguintes porcentagens (CENSO, 1927, p. 26):

Nesse caso, sendo a Leal, Santos & C. uma fábrica alimentícia, é possível incluí-la nesta tabela e na contribuição para o valor total de produção industrial brasileira. O inquérito ainda apresenta, de forma mais descritiva e dividida por produtos, as indústrias alimentícias com números de estabelecimentos, capital, operários e produção nos dois anos:

Figura 24: Tabela 12 “Indústrias alimentícias arroladas nos inquéritos censitários de 1907 e 1920” do Recenseamento Geral do Brasil de 1920.

12 — Industrias alimenticias arroladas nos inqueritos censitarios de 1907 e 1920

INDUSTRIAS	Numero de estabelecimentos		Capital		Numero de operarios		Valor da produçao	
	1907	1920	1907	1920	1907	1920	1907	1920
Beneficiamento do matte	44	43	14.250:000\$	10.385:826\$	4.975	871	22.573:000\$	56.494:690\$
Moagem de cereaes....	100	478	16.416:300\$	58.621:577\$	1.499	4.598	39.359:500\$	221.078:191\$
Massas alimenticias....	87	188	2.602:290\$	8.572:547\$	683	1.258	3.897:483\$	24.437:149\$
Biscoitos.....	13	41	1.995:000\$	2.934:017\$	467	568	3.282:000\$	7.537:102\$
Chocolate.....	15	11	2.435:000\$	4.387:761\$	484	593	3.680:000\$	11.343:804\$
Refinaçao de assucar....	22	88	10.437:786\$	22.289:177\$	454	1.112	15.413:760\$	102.038:852\$
Doces.....	40	115	1.938:000\$	10.239:796\$	1.203	2.874	4.208:000\$	35.923:281\$
Conservas de peixe e de carne.....	20	91	1.768:000\$	7.766:204\$	543	1.096	2.614:500\$	16.333:899\$
Xarque.....	26	49	6.277:000\$	65.995:492\$	3.782	3.796	38.769:300\$	113.567:471\$
Banha.....	34	126	4.350:000\$	13.426:575\$	587	1.215	13.485:000\$	62.032:258\$
Manteiga e queijo.....	138	303	2.996:700\$	7.163:774\$	981	1.219	6.998:749\$	26.597:313\$
Cerveja.....	186	214	27.555:800\$	80.791:371\$	2.942	4.939	22.686:290\$	95.785:747\$
Vinagre, massa de tomates, etc.....	9	63	594:000\$	435:882\$	119	143	714:000\$	1.410:997\$
Bebidas alcoolicas, xaropes, vinhos e licores	257	417	9.758:471\$	13.534:221\$	3.056	1.823	14.556:998\$	30.409:650\$
Preparados de fumo.....	104	296	12.950:919\$	49.857:407\$	7.407	14.510	20.318:785\$	106.747:210\$
TOTAL.....	1.095	2.523	116.375:266\$	356.401:630\$	29.182	40.615	212.557:367\$	911.787:614\$

Fonte: Recenseamento Geral do Brasil de 1920, volume V, p. 24.

Analisando a tabela (Figura 24) e considerando apenas os dois principais produtos da fábrica (conservas e biscoitos – linhas 4 e 8), a Leal Santos & C. fazia parte de um grupo menor de estabelecimentos alimentícios, principalmente ao ser comparada com os de maior número (>100 em 1907 e >298 em 1920).

⁵⁴Por vezes, as tabelas comparativas apresentam números distintos aos apresentados anteriormente em outras tabelas, nesse caso, é preciso considerar possíveis discordâncias numéricas.

Para entender a Leal Santos em números, e na ausência de fontes empresariais que forneçam tais dados, utilizo a obra “O Estado do Rio Grande do Sul”⁵⁵ por Monte Domecq’ & C., impressa em Barcelona em 1916. Ao apresentar o histórico, vida social e econômica das principais cidades do estado, descreve a Leal, Santos & C. como exemplo de fortuna e perfeição, possuindo em suas fábricas cerca de 600 operários (DOMECCQ’ & C, 1916, p. 345). Parto da hipótese que tal número corresponda a totalidade de trabalhadores em todas as filiais⁵⁶ e setores, provavelmente entre 1914-1916.

Segundo o recenseamento, em 1907 a maior média de operários por estabelecimento pertencia a fiação e tecelagem de juta, com 349 operários⁵⁷. Em 1920 essa média (fiação e tecelagem) passa para 559 por estabelecimento. Já de uma fábrica de biscoitos, em 1920, é de 14 operários por estabelecimento⁵⁸ e de conservas de carnes é de 11 operários, percebendo-se assim, a diferença entre os setores. A falta de dados precisos sobre o recenseamento, e sobre a fábrica estudada, dificulta a conclusão de números mais concretos sobre o tamanho da Leal, Santos & C. em sua escala nacional. Por outro lado, mesmo que superficiais, os números pontuam uma fábrica alimentícia maior do que as similares, considerando os números do censo. Através das notícias divulgadas na imprensa brasileira sobre a Leal, Santos & C., com informações sobre capital e operários da fábrica, foi possível coletar dados referentes a quantidade total de operários e de cada setor. Em 1904 a fábrica - que naquele momento existia apenas em Rio Grande - contava com um total de 400 trabalhadores, segundo o *Echo do Sul*.

Número considerável para o período, fazendo-a ser identificada pelo jornal riograndino como “sendo esta a mais importante fábrica neste gênero na América do Sul, tanto em extensão, número de operários e capital” (*Echo do Sul*, 02/02/1904, p. 2). Para melhor visualizar o tamanho e relevância fabril da Leal, Santos & C. no seu ramo, organizei a seguinte tabela (Tabela 3), comparando os dados do recenseamento de 1907 sobre o setor de biscoitos e conservas no Brasil, com os números de operários da Leal Santos, também em ambos setores, três anos antes e três anos depois do recenseamento - recolhidos pelas matéria nos jornais *Echo do Sul* e *A Imprensa*.

⁵⁵ Esta obra foi consultada no Museu da Cidade do Rio Grande.

⁵⁶ Matriz em Rio Grande, filiais: Pelotas, São Lourenço do Sul e Rio de Janeiro.

⁵⁷ Tabela 10, p. 14.

⁵⁸ Tabela 11, p. 16 e 17.

Tabela 3 – Comparação do número de trabalhadores da Leal Santos com a indústria nacional. Os valores das indústrias nacionais foram obtidos no Recenseamento Geral do Brasil de 1920 e os valores da Leal Santos obtidos dos jornais. Os valores em parênteses são os percentuais de participação da Leal Santos em relação aos valores totais das indústrias nacionais.

	1904		1907		1910	
	Nº Estabelecimentos	Nº de operários	Nº Estabelecimentos	Nº de operários	Nº Estabelecimentos	Nº de operários
Indústrias nacionais - Biscoito	-	-	13	467	-	-
Indústrias nacionais - Conservas	-	-	20	543	-	-
Leal Santos - Biscoito	-	150 (32%)	-	-	-	180 (38%)
Leal Santos - Conserva	-	250 (46%)	-	-	-	150 (27,6%)

Fonte: Elaborado pela autora

Pela tabela percebe-se que ao comparar os números disponíveis no senso, pelo setor de biscoitos e conservas em 1907, com os dados da Leal Santos três anos antes, e três anos depois de 1907, a empresa correspondia a uma parcela significativa do setor nacional. No ramo das conservas, em 1904, chegando a quase metade do valor nacional, muito embora haja uma queda significativa em 1910 e um crescimento dos biscoitos. O cenário da produção de biscoitos no Brasil em 1907, era relativamente pequeno, contando apenas com treze estabelecimentos. Do total de fábricas ativas no período, encontrei, além da Leal, Santos & C., apenas a Duchen⁵⁹ (São Paulo, SP), Palmeira⁶⁰ (Belém, PA) e Pilar⁶¹ (Recife, PE). Desconhecendo, portanto, quais são os outros nove estabelecimentos que compunham a produção de biscoitos no país, me ative em coletar dados que fornecessem uma comparação possível entre elas.

A inexistência de pesquisas sobre essas empresas levou-me à investigação de dados na imprensa do período. Em notícia publicada no jornal do Rio de Janeiro *A Imprensa* em 1908, durante a Exposição Nacional, a folha apresenta o histórico e produtos da fábrica paulista Duchen (Figura 25). Segundo o jornal, o francês Pierre Duchen, começou a produzir biscoitos em 1896 em São Paulo, com uma biscuitaria. Iniciando com uma pequena produção e no início do século passou para uma escala maior, dando origem em 1907 a Sociedade Anônima dos Antigos Estabelecimentos Duchen. “Na fábrica trabalham atualmente 200 operários de ambos os sexos, sendo que 40 vieram de Paris” (*A Imprensa*, 28/09/1908, p. 8).

⁵⁹ http://duchen.com.br/?page_id=16. Acessado em 20 maio 2020.

⁶⁰ <http://paramazonia.com.br/tur/?p=232>. Acessado em 20 maio 2020.

⁶¹ <http://www.pilar.ind.br/nossa-historia>. Acessado em 20 maio 2020.

Figura 25: Fábrica de biscoitos Duchen, s/ data. 18x24cm



Fonte: Acervo do Museu da Imigração.

Considerando a informação sobre a fábrica no jornal, nota-se que a fábrica de biscoitos Leal, Santos & C. e a Duchen obtinham número aproximado de operários: em 1910 a Leal Santos com 180 e em 1908 a Duchen com 200. Entretanto, cabe lembrar que tais números não foram coletados em fontes oficiais da empresa, mas em notícias da imprensa do período, podendo estes, serem uma aproximação, uma estimativa, visto que os números podiam ser alterados em decorrência da demanda. Por outro lado, com a informação do recenseamento de que em 1907 a média de operários nos estabelecimentos de biscoito era de 36, nota-se a grande diferença, tanto da Leal, Santos, quanto da Duchen. Juntas as duas empresas correspondiam a mais de 80% dos operários nacionais do ramo dos biscoitos (dos 467 do ramo contabilizados pelo censo em 1907), sendo, provavelmente, as duas maiores do ramo a nível nacional. Ainda na matéria sobre a Duchen, o jornal *A Imprensa* continua:

Tendo os produtos da fábrica, pelo seu bom gosto e perfeição, tido uma admirável aceitação em todos os mercados em que têm sido postos à venda e não havendo em todo o país senão uma outra grande fábrica de biscoitos, que é a do sr. Leal Santos, no Rio Grande do Sul, a sociedade tem o direito de esperar não ter sido empregado improficuamente aquele capital, que, certo ela recuperará novamente despende-lo em benefício de sua indústria (*A Imprensa*, 28/09/1908, p. 8).

Nesse caso, a imprensa trata a Leal Santos e Duchen como as principais rivais do setor. Sobre a fábrica Palmeira, de Belém (PA), também não encontrei dados e fontes precisos

sobre operários, nem na imprensa do período. Entretanto, em 04/10/1893 o jornal *O Democrata* noticia a abertura da fábrica com a seguinte nota:

Fábrica Palmeira

Correspondendo ao amável convite dos srs. Jorge, Silva, C^a, dignos diretores da Fábrica Palmeira, tivemos domingo último, o prazer de assistir à instalação daquele estabelecimento. Pode considerar-se de primeira ordem a fábrica, tal qual se acha montada, dotada dos mais aperfeiçoados aparelhos mecânicos destinados aos produtos de padaria, confeitaria, refinação de açúcar e café e fabrico de chocolate, todos eles propulsionados por elegante motor horizontal de grande força distribuída em todos os sentidos. [...] A concorrência à Fábrica Palmeira não tem diminuído depois da instalação. Fazendo votos pela sua prosperidade, agradecemos a gentileza do convite com que nos distinguiu (*O Democrata*, 04/10/1893, p.2).

Segundo sites dedicados às histórias da região, a fábrica funcionou até a década de 1970, passando por um incêndio em 1924. “A produção da empresa era diferenciada, pois o grau de modernidade era enorme para a época. 46 tipos de chocolate eram produzidos diariamente, além dos 67 tipos de biscoitos [...]”⁶².

Já sobre a fábrica Pilar, de Recife, não consegui localizar informações sobre número de operários, encontrando em seu *site*⁶³ apenas dados sobre seu histórico. Iniciou suas atividades também como uma padaria e biscoitaria em 1875 e ainda no século XIX passou a aumentar sua produção, expandindo as instalações em 1906. Assim, tanto a Duchen quanto a Pilar iniciaram suas atividades de forma artesanal, através de padarias e biscoitarias, crescendo a nível industrial no século XX quase no mesmo ano. As fábricas Leal, Santos & C., Pilar e Duchen participaram da Exposição Nacional de 1908, sendo que a Pilar também participou da Exposição de São Luís nos Estados Unidos, em 1904, assim como a Leal Santos. Através desse panorama, é possível compreender, ainda que superficialmente, o papel ocupado pela Leal, Santos & C. a nível nacional, dentro da indústria alimentícia e, principalmente, no ramo de biscoitos que é o foco desta pesquisa. Os dados indicam uma empresa de grandes dimensões, de abrangência nacional, e que mesmo localizada no sul do estado do Rio Grande do Sul, não pode ser vista como de importância somente local e desconectada do cenário industrial nacional e regional.

Todavia, a fábrica Leal, Santos & C. atingiu tais dimensões também por estar localizada em uma região que, naquele momento, tinha uma importância industrial. Nesse

⁶² <http://paramazonia.com.br/tur/?p=232> <http://portalparamazonia.blogspot.com/2018/04/a-fabrica-palmeira-belempa.html>. Acessado em 20 maio 2020.

⁶³ Disponível em: <http://www.pilar.ind.br/nossa-historia> Acessado em 19 de jul 2019.

caso, após analisar as características do processo de industrialização do Brasil, me debruçarei nas peculiaridades encontradas no Rio Grande do Sul e, mais especificamente, na cidade do Rio Grande, cidade onde até hoje a fábrica encontra-se em funcionamento.

A industrialização no Rio Grande do Sul

O processo de industrialização do Rio Grande do Sul guarda semelhanças com o cenário nacional e de outros estados, mas também possui singularidades que o diferencia dos demais (HERRLEIN JR, 2004). As características de um estado agrícola e pecuário marcaram a história da região e sua economia, e estas foram superadas, em certa parte, e por certo período, em algumas regiões do estado. A extensão do território e a diversidade cultural e populacional do Rio Grande do Sul contribuíram para que, mesmo no que tange à industrialização, o cenário não fosse homogêneo.

Convém apontar, ainda que brevemente, a história do estado do Rio Grande do Sul (Figura 26) para entender a sua industrialização. Sua fundação, durante o período colonial remonta o século XVII e o desejo de expansão do território português. Pela questão fronteiriça da província com o império espanhol, o local sofreu diversos embates que buscavam delimitar fronteiras e a força de cada império. Nomeada por Luzivotto como “‘fronteira quente’, isto é, local de disputa militar, de guerras e de arranjos diplomáticos, era área conflituosa que se estendeu dos finais do século XVII até o XIX, quer dizer, por quase dois séculos” (LUVIZOTTO, 2009, p. 15). A atividade econômica durante esse período estava, principalmente, ligada à pecuária, e “a agricultura, nesses primeiros tempos, confinava-se ao plantio da erva-mate, herança dos hábitos dos índios guaranis” (LUVIZOTTO, 2009, p. 21).

Figura 26: Mapa atual do Rio Grande do Sul - Marcações dos municípios de Pelotas e Rio Grande (2020)



Fonte: Google Maps.

No final do século XVIII, com a implantação das charqueadas⁶⁴ no sul do estado, na cidade de Pelotas, o estado sofreu uma transformação no seu cenário econômico, social e cultural. A economia do charque foi essencial para o desenvolvimento industrial no século seguinte, e também foi responsável pela ascensão da zona sul do estado e da importância portuária da cidade do Rio Grande. As charqueadas necessitavam de um número expressivo de mão-de-obra escrava, representando “a instalação do setor essencialmente escravista da economia gaúcha” (HERRLEIN JR, 2004, p.178). A economia do charque perdurou até o século XIX, quando começou a entrar em declínio. Foi também no XIX que chegaram ao Rio Grande do Sul diversos imigrantes alemães, italianos e de outras localidades da Europa. Era preciso povoar a região e, para isso, as campanhas de imigração foram fortalecidas, fator que alterou a economia do estado através da formação das colônias.

No século XIX, as necessidades de ocupação e povoamento do território continuaram determinando a imigração para o Rio Grande do Sul, redundando no estabelecimento de um segundo sistema econômico, a agropecuária das colônias de imigrantes europeus, baseada na pequena propriedade e no trabalho familiar. Esse segundo sistema econômico regional experimentou um intenso processo de diferenciação, desdobrando-se nas atividades comerciais e na formação da maior parte da indústria regional, produzindo para atender os mercados locais e posteriormente incrementando as exportações regionais (HERRLEIN JR., 2004, p. 179).

A imigração não acontecia nesse momento, apenas no Rio Grande do Sul, mas ela foi diferente comparada com outros estados, como São Paulo e Rio de Janeiro, pois os imigrantes estavam direcionados para formação de colônias rurais com a distribuição de pequenas

⁶⁴ “As charqueadas eram estabelecimentos onde se preparava a carne salgada e seus subprodutos” (GUTIERREZ, 2017, p. 65).

propriedades. Imigrantes italianos, alemães e de outras nacionalidades, não se instalaram como trabalhadores livres, mas sim como donos de terra que contribuíram para o acúmulo de capital e início da industrialização gaúcha. Assim, “à medida que estes capitais acumulados eram aplicados, dava-se andamento às transformações capitalistas na região o que permitiu ao Rio Grande do Sul romper com o exclusivismo pecuário e enfrentar com êxito alternativas à crise desse setor” (VOGT, 2003, p. 87).

Esses imigrantes, instalados principalmente na serra gaúcha e na região de Porto Alegre, trouxeram consigo práticas capitalistas que passaram a ser aplicadas ao setor agrícola, transformando a economia e deixando-o mais dinâmico. Segundo Vogt (2003), essas práticas foram essenciais para a acumulação de capital no estado, para a transição capitalista e o surgimento de indústrias e outras modernizações. A imigração também influenciou a industrialização através da atividade artesanal, que em alguns casos originou fábricas maiores (HERRLEIN JR, p. 199), e também através do comércio. A autora Marli Mertz (1991) aponta para a existência de dois modelos distintos de industrialização no Rio Grande do Sul:

O primeiro teve como pólo as cidades de Rio Grande e Pelotas. A indústria que lá se origina nasceu com o objetivo de exportar sua produção para o mercado nacional e aproveitou-se das ligações com esse mercado já criadas pelas exportações de produtos vindos da pecuária. Devido ao caráter exportador desses estabelecimentos industriais, tenderam os mesmos a localizar-se junto do único porto de mar do Estado (MERTZ, 1991, p. 424).

Segundo a autora, no caso de Rio Grande e Pelotas, os estabelecimentos tinham seu foco de mercado voltado para o nacional, “e não ao regional, especializaram-se em poucos ramos, concentrando-se principalmente nos segmentos têxtil, de conservas alimentícias, fumos e curtumes” (MERTZ, 1991, p. 424). Nessa região também buscaram a substituição de importação e a competição com Rio de Janeiro e São Paulo. Já o segundo modelo, localizado na região metropolitana de Porto Alegre, era voltado para o mercado regional, tendo o capital de origem colonial e comercial, e “diversificação de sua produção em diversos ramos e pela proliferação de pequenas empresas. O fato de essas indústrias nascerem pequenas não impediu que muitas se desenvolvessem” (MERTZ, 1991, p. 425). A mesma ideia é defendida por Vogt (2001), ao salientar que os focos iniciais das indústrias da região da capital do estado eram para as colônias de imigrantes e para o mercado interno do estado. Sobre a região de Porto Alegre, Herrlein Júnior aponta que havia uma diversidade de produção e uma “expressiva participação de muitos pequenos proprietários” (HERRLEIN JR., 2004, p. 183)

A industrialização no Rio Grande do Sul é marcada, assim como a nível nacional, pela importância do setor têxtil, destacando o papel da Fábrica Rheingantz (1873), localizada em

Rio Grande como a pioneira no Estado. Essas e as demais indústrias ficavam localizadas em regiões com acesso ao transporte portuário, fluvial ou marítimo, e ainda, pela rede ferroviária. No Rio Grande do Sul havia duas linhas férreas, o primeiro pólo em Porto Alegre e outro em Rio Grande. “A primeira, [...] se dirigia até Uruguaiana, [...] atravessando o estado no sentido leste-oeste. Ao sul [...] a partir de 1861 a linha férrea que interligava as cidades de Rio Grande, Pelotas e Bagé” (MARTINS, 2016, p. 71). O transporte e a comunicação eram imprescindíveis para a instalação e expansão das indústrias, e os dois pólos tinham a estrutura capacitada para atrair os investidores e capitalistas, mesmo apresentando suas singularidades.

Mas, além do setor têxtil, o alimentício também foi presente e importante na industrialização do estado, tal como aponta Nilton Araújo (2002). Segundo o autor, a produção alimentar pode ser encontrada na região desde o início da colonização, ganhando forças com a economia charqueadora e a formação das colônias de imigrantes italianos e alemães (ARAÚJO, 2002). No Rio Grande do Sul, as indústrias de alimentos eram voltadas, em sua maioria, para abate, conservas, banha, vinho, cervejas, massas e biscoitos (ARAÚJO, 2002). Nesse caso, tendo em vista as características do princípio da industrialização do Rio Grande do Sul apresentadas até o momento, é possível resumir o quadro gaúcho da seguinte forma (Figura 27):

Figura 27: Principais aspectos da industrialização no Rio Grande do Sul.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de VOGT (2003), HERRLEIN JR. (2004), MERTZ (1991)

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Vogt (2003), Herrlein Jr. (2004) e Mertz (1991).

Reitero, portanto, que mesmo no Rio Grande do Sul, a instalação das primeiras indústrias apresentou peculiaridades que diferenciam as regiões do estado. A questão de imigração, acúmulo de capital e mercado são os principais aspectos divergentes entre o polo industrial de Porto Alegre, de Rio Grande e de Pelotas. Estas particularidades foram essenciais para a formação da cidade do Rio Grande como industrial, digna de ser conhecida como “cidade das chaminés” (TORRES, 2008), principalmente no período caracterizado por Solismar Martins (2016) como industrialização dispersa (1889-1930). Cabe lembrar que todos esses fatores descritos, sobretudo as condições econômicas, comunicacionais e de transporte, podem ter sido avaliadas por Francisco Pancada para instalar a Leal Santos no Rio Grande do Sul e, mais especificamente, na cidade do Rio Grande.

Conforme abordarei a partir de agora, a posição geográfica e o seu porto marítimo foram “o cartão de visitas” de Rio Grande para a instalação das indústrias nos séculos XIX e XX. Nesse contexto, e atraído por esse porto, Francisco Pancada e seus sócios decidiram instalar na cidade uma fábrica alimentícia. Portanto, após uma tomada geral sobre a industrialização no Rio Grande do Sul, convém compreender a cidade que abrigou, e ainda abriga, a Leal, Santos & C.

Rio Grande: o nascer de uma cidade industrial

Rio Grande é a cidade mais antiga do Rio Grande do Sul e, para compreender a constituição da cidade do Rio Grande como uma cidade industrial, é preciso remontar o século XVIII, no contexto de sua fundação, e compreender a formação colonial da região. Os fatores que motivaram a sua fundação são, de certa forma, semelhantes àqueles que chamaram a atenção dos industrialistas ascendentes um século mais tarde: posição estratégica e acesso marítimo.

Figura 28: Vista aérea da cidade do Rio Grande. Fotografia de SALINAS, João. 2017.



Fonte: Prefeitura do Rio Grande. Disponível em: http://www.riogrande.rs.gov.br/gmedia/foto_a_rea.jpg/. Acessado em 27/06/2019.

A cidade do Rio Grande fica localizada ao sul do Rio Grande do Sul, uma região peninsular (Figura 28) rodeada pela Lagoa dos Patos e pelo Oceano Atlântico. Perto da fronteira com o Uruguai, era estrategicamente importante para a coroa portuguesa no século XVIII que buscava proteger o seu território até a região que hoje compreende a Colônia do Sacramento. Assim, em 1737 o português Brigadeiro José da Silva Paes funda a atual cidade do Rio Grande. A esquadra de Silva Paes, segundo Torres (2008), foi recebida no local pelo português Cristóvão Pereira de Abreu que havia chegado anteriormente para preparar o terreno para a respectiva chegada da esquadra oficial.

O forte Jesus-Maria-José, iniciado ainda em 1737, é a grande construção do período colonial e de fundação da região, sendo a cidade “o primeiro marco lusitano deixado nas terras riograndenses” (MARTINS, 2016, p. 67). A fortificação foi a mais importante das várias construções protetivas do local, objetivava, principalmente, proteger o território português da invasão espanhola. Em 1747 foi oficialmente reconhecida como Vila do Rio Grande de São Pedro (TORRES, 2008, p. 10), sendo que alguns anos depois, em 1751, a vila abrigou a primeira Câmara dos Vereadores do Rio Grande do Sul.

Desde a chegada dos primeiros portugueses na região, nomeadamente depois da chegada de Silva Paes, a coroa portuguesa investiu no processo de colonização do local. Era preciso ocupar o lugar, que contava com dificuldades naturais: forte presença de ventos e uma região extremamente arenosa, com dunas de areia que dificultavam a vida dos colonizadores. Segundo Luiz Henrique Torres (2008), nesse momento houve uma significativa vinda de açorianos, que chegaram a compor 75% da população (TORRES, 2008, p. 10). A colonização

era importante para a concretização da ocupação do território, mas também para proteger da invasão espanhola.

Entretanto, a presença dos espanhóis foi evitada apenas até 1763, ano em que Portugal perdeu o território para o outro país ibérico. O domínio espanhol durou até 1776, quando os portugueses conseguiram retomar a cidade através de uma batalha naval. Se até 1763 Rio Grande de São Pedro era a capital da província, com a chegada dos espanhóis o título de capital foi transferido para Viamão, e mesmo com a retomada dos portugueses “a Vila do Rio Grande não retomou seu caráter de capital” (MARTINS, 2017, p. 67).

Com o final do século XVIII e início do XIX, a região vivenciava a economia do charque em Pelotas, cidade vizinha de Rio Grande. A economia do charque necessitava de mão-de-obra escrava, os cativos destinados ao trabalho chegavam pelo porto de Rio Grande, transformando a vila “um importante centro econômico da capitania” (TORRES, 2008, p. 11). Foi assim, portanto, que ocorreu um significativo aumento da importância portuária de Rio Grande, fator que permanecerá nos séculos seguintes. Devido a alta movimentação do porto local, em 1804 é construída a primeira Alfândega de Rio Grande, localizada no centro da cidade (TORRES, 2008, p. 11). Ainda sobre a importância da economia charqueadora para região, Solismar Martins (2016) aponta que

o desenvolvimento econômico propiciado pelo charque e pelo comércio de exportação e importação levou Rio Grande a um crescimento comercial considerável no século XIX, [...] que desembocaria no investimento do setor industrial (MARTINS, 2016, p. 73)

Com as charqueadas em Pelotas e uma ascendente burguesia charqueadora, o único porto marítimo também passou a ser ponto de interesse para comerciantes. O historiador Luiz Henrique Torres aponta para a primeira década do século XIX como importante do ponto de vista do crescimento comercial local, inclusive com instalação de “filiais de casas comerciais existentes no Rio de Janeiro e outras localidades” (TORRES, 2008, p. 11). Outro indício da importância do porto e da própria cidade, conforme destacado anteriormente, é a instalação da linha ferroviária no Rio Grande do Sul, em 1861, ligando Rio Grande a Bagé, na região da campanha e fronteira com o Uruguai, e passando antes por Pelotas (MARTINS, 2016, p. 71).

Em passagem pela cidade, em 1865, Conde d’Eu⁶⁵ relata em seu diário de viagem as suas observações locais, fornecendo o contexto de crescimento comercial do século XIX:

⁶⁵ Conde D’eu, Luis Felipe Maria Fernando Gastão (1842-1922), nobre francês casado com a Princesa Isabel, filha do imperador Dom Pedro II.

Conta hoje, ao que me dizem, 14.000 habitantes e tem muitas casas de comércio europeias, na maior parte alemãs. Os principais objetos de comércio são os couros e a carne-seca. As ruas principais, em que se vêem lojas elegantes, são três, todas paralelas à praia. Há muitas casas de azulejo, o que dá impressão de asseio e elegância. A rua mais importante apresenta hoje muitas bandeiras de consulados [...] as ruas são calçadas; mas antes de se passarem as últimas casas da cidade, já se está num mar de areia, em que se torna muito custoso andar (D'EU, 1936, p. 26)

Conforme defende Martins (2016) “o capital comercial representou a base para o acúmulo de capital e o consequente desenvolvimento industrial da cidade do Rio Grande” (MARTINS, 2016, p. 82). Nesse caso, assim como na outra região industrial do Rio Grande do Sul, o capital ligado ao comércio é o que dará origem, posteriormente, aos primeiros investimentos e estabelecimentos industriais em Rio Grande, somado à questão imigrante (MARTINS, 2016). Por outro lado, apesar da semelhança com o contexto estadual, Rio Grande apresentava um quadro diferente do restante da região com relação a ocupação dos imigrantes. Se na região metropolitana as colônias de imigrantes se formavam com base em propriedades rurais e agricultura, em Rio Grande essa distribuição de terras não era possível. Nesse caso, os que se deslocavam para o sul do estado, vinculavam-se a atividades comerciais e serviços urbanos, muito embora um número significativo de açorianos, portugueses e espanhóis ocupavam a zona rural da cidade, na Ilha dos Marinheiros (MARTINS, 2016, p. 84).

A atividade comercial dos estrangeiros marcou o contexto econômico, social e cultural local. Nessa altura Rio Grande já havia sido elevada à cidade há aproximadamente trinta anos, e continuava em crescimento. Na década de 1870 houve várias melhorias urbanas, como a instalação de iluminação à gás (1871) e em 1872 a inauguração das obras do Cais do Porto (TORRES, 2008) e a circulação dos primeiros bondes (LIMA, 2018). Ézio Bittencourt destaca que a década de 1870 “vivenciou a ampliação do mercado interno brasileiro decorrente da expansão cafeeira no Sudeste e do aumento do contingente de trabalhadores assalariados” (BITTENCOURT, 1999, p. 34). É nesse contexto que, em 1873, é instalada a Fábrica Rheingantz, marco do início da industrialização da cidade do Rio Grande e também do Rio Grande do Sul.

A Fábrica Rheingantz foi fundada pelo imigrante Carlo Guilherme Rheingantz, Miguel Tito de Sá e Herman Vater em 1873 “sob o nome de Fábrica Nacional de Tecidos e Panos de Rheingantz & Vater, em forma de sociedade comanditária (FERREIRA, 2013, p. 72). “Pioneira no setor têxtil no sul do Brasil” (FERREIRA, 2013, p. 73), em 1891 passou a ser Sociedade Anônima União Fabril, com Rheingantz no comando acionário. Após a sua

instalação, a cidade abrigou outras dezenas de estabelecimentos industriais, com uma diversidade de produtos: Fábrica Leal, Santos & C. (1889), Fábrica de Charutos Pooch (1891), Companhia de Tecelagem Ítalo-Brasileira (1894). Essas indústrias, todas de imigrantes, juntamente com as demais que compunham o cenário industrial do final do século XIX e início do XX, transformaram uma cidade portuária e comercial, em uma cidade também industrial. “Ao fim do dezenove, a cidade constituía-se no maior parque industrial do Rio Grande do Sul. Em algumas décadas transformou-se de centro comercial em significativo pólo industrial” (BITTENCOURT, 1999, p. 34).

Segundo Maria Leticia Ferreira (2013), a instalação da Rheingantz na cidade do Rio Grande sucedeu “principalmente por já possuir um porto capaz de receber embarcações comerciais, o que facilitava a importação de equipamentos necessários à produção têxtil” (FERREIRA, 2013, p. 73). Conforme apresenta Solismar Martins (2016), essa motivação não foi exclusiva da fábrica têxtil, mas de todas as demais. O pólo fabril formado a partir da Rheingantz teve um papel fundamental na industrialização estadual e nacional, e tinha como característica ser “voltado não somente para o mercado regional, mas principalmente para o mercado nacional, [...], e para o exterior. Esse parque tinha localização estratégica, ou seja, junto a um porto marítimo” (MARTINS, 2016. p. 106). Em consonância com a industrialização brasileira, a industrialização riograndina “inicia-se pelos bens de consumo não-duráveis” (MARTINS, 2016. p. 106).

Ressalve-se que o incremento fabril desenvolvido na primeira fase industrial brasileira, o que inclui Rio Grande, compreendia as técnicas mais atualizadas dos parques produtivos dos países centrais. No entanto, caracterizava-se por mercados estanques e, em relação à cidade em estudo, não correspondia a um mercado consumidor regional para estes produtos, já que significativa mão-de-obra operária das indústrias estava excluída do processo de consumo (MARTINS, 2016. p. 106).

Considerando o surgimento das primeiras indústrias em Rio Grande e a formação de uma cidade industrial, é possível resumir a industrialização local com base nos seguintes aspectos (Figura 29):

Figura 29: Principais aspectos da industrialização da cidade do Rio Grande.



Fonte: Elaborado pela autora a partir de MARTINS (2016), COPSTEIN (1975)

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Martins (2016) e Copstein (1975).

Na obra “*O Rio Grande do Sul: completo estudo sobre o estado*” publicado por Alfredo da Costa em 1922, ao falar sobre a característica industrial da cidade o autor aponta:

O número de fábricas existentes na cidade excede de 30 e dentre elas se destacam: 1º, Frigorífico Swift do Brasil, com capital de 20 mil contos e com importante produção de carnes frigorificadas, conservas, etc; 2º Companhia União Fabril, com o capital integralizado de 2.500 contos. Produção: tecidos de lã, algodão e juta; 3º, Companhia Ítalo-Brasileira, sede na Itália, capital de 1.000.00 de libras. Produção: riscados, brins, cassinetas, tecidos lavrados, chalés e brins de linho para fornecimentos militares; 4º, Fábrica de biscoitos e conservas alimentícias de Leal, Santos & Cia; 5º Fábrica de charutos, de Pooch & Cia; 6ª Fábrica de cerveja e gasosa, de Anselmi & Schmitt; 7º, Fábrica de fósforos de Pedro Pérez; 8º, Fábrica de calçados de Llopart, Matta & Cia; 9º Fábrica de fumos, cigarros e charutos de Miguel José de Araújo. O número total de casas comerciais é de 900, com o capital invertido de 30 mil contos de réis (COSTA, 1922, p.13).

Com a instalação destas diversas fábricas, a cidade sofreu profundas transformações urbanas, sociais e culturais, “aumentou-se o número de teatros, salas de espetáculos, bares, bilhares, cabarets, bibliotecas, escolas, clubes, sociedades dramáticas, sociedades musicais, jornais, etc.” (BITTENCOURT, 1999, p. 34). Engendrada por um contexto maior, nacional e internacional, a cidade do Rio Grande após a proclamação da República (1889) também buscou modernizar-se, tendo como referência as tendências europeias.

As indústrias faziam parte diretamente desse contexto, pela composição de uma burguesia industrial, pelas alterações urbanas oriundas dos complexos fabris (instalação de

casas de operários, escolas, creches etc.), e pela sua produção. Além disso, a demanda de mão-de-obra especializada atraía trabalhadores de várias regiões que, pela primeira vez, se instalavam fixamente na cidade, diferentemente do que acontecia durante o período comercial (MARTINS, 2016). Nesse caso, muitos desses novos moradores da cidade eram estrangeiros, como apresenta Raphael Copstein (1975) em seu trabalho sobre a presença estrangeira na cidade. Portugueses, alemães, italianos, franceses, ingleses e outras nacionalidades passaram povoar a cidade, trazendo suas culturas e tradições para a região.

Se Paris era o modelo de cidade moderna no período da *Belle Époque*, com a *Compagnie Française du Port du Rio Grande do Sul*⁶⁶ - responsável pela construção dos molhes da barra – e a respectiva chegada de franceses para a cidade, a interferência francesa em Rio Grande ganhou ainda mais força. Conforme apresenta Ortigara (2016), a influência da cultura francesa na cidade não foi restrita, modificando hábitos, costumes, incluindo novas palavras no vocabulário e também influenciando a arquitetura e espaços urbanos; muito embora, como destaca Solismar Martins (2016) “a aquisição de hábitos mais europeizados, afrancesados, principalmente pelas elites locais [...] tem como base muito mais um estilo de civilização a ser copiado do que a influência direta dos imigrantes franceses instalados” (MARTINS, 2016, p. 95).

Desse modo, é possível delinear uma nova cidade: com expansão urbana e demográfica, instalação de diversas indústrias, melhorias urbanas, aumento da vida cultural e social. Operários e industriais, comerciantes, prestadores de serviços, pescadores e trabalhadores da zona rural, ocupavam Rio Grande. O livro de Solismar Fraga Martins “*Cidade do Rio Grande: industrialização e urbanidade (1873-1990)*”, amplamente utilizado nesta tese, aponta de forma exaustiva para as alterações urbanas ocorridas em Rio Grande em decorrência dos períodos industriais. A criação de novos bairros, expansão da cidade através de aterros, melhorias de infraestrutura, transporte e comunicação, são algumas das transformações feitas na região. O papel das indústrias em Rio Grande também é apontado por Christiano de Lima (2018) em seu trabalho sobre a instalação dos bondes na cidade. Através da análise das linhas do transporte, o autor aponta que tais percursos incluíam os principais estabelecimentos industriais locais, ligando a zona central, portuária e industrial.

O investimento no transporte (Figura 30) servia para atender o grande número de operários que se deslocavam para entrar e sair de cada turno. A Leal, Santos & C., Rheingantz e Ítalo-Brasileira, eram atendidas pela linha Circular do bonde (LIMA, 2018, 61).

⁶⁶ Empresa francesa responsável pela construção dos Molhes da Barra da cidade do Rio Grande.

Figura 30: Rua Aquidaban (século XX) - Rio Grande, RS.



Ao lado direito da imagem encontra-se a Fábrica Leal, Santos & C., com movimentação de operários. Ao centro da foto é possível ver os trilhos dos bondes.

Fonte: Site Papareia. Fotografia do Acervo da Biblioteca Riograndense.

A Fábrica Rheingantz instalou em Rio Grande um modelo europeu de atividade industrial, e “empregava uma parcela significativa da população ativa que residia na cidade do Rio Grande nas primeiras décadas do século XX” (MARTINS, 2016, p. 111), sendo este número, “no final da segunda década do século XX, de um total de 1.020 operários, 370 eram homens adultos e 71 menores de idade. [...] 440 mulheres adultas e 139 menores” (MARTINS, 2016, p. 111). O pioneirismo da fábrica na cidade também incluiu a criação de vilas operárias em 1885 e todo um conjunto de construções que buscavam atender os trabalhadores. “As moradias tinham estilo e valor diferenciado, de acordo com o cargo que o respectivo morador exercia na fábrica” (MARTINS, 2016, p. 112). Além das casas operárias, também possuía uma escola, creche e o Cassino dos Mestres “espécie de hotel de luxo reservado para cerimônias sociais, como também para hospedagem dos funcionários do alto escalão. Esse prédio, décadas mais tarde, abrigaria a Sociedade de Mutualidade” (MARTINS, 2016, p. 113).

Esse conjunto de medidas buscava também afastar o operário dos movimentos ligados aos sindicatos de caráter socialista e anarquista. [...] Outra explicação para a construção dessas estruturas consiste no fato de

facilitar o controle sobre o funcionário, assim como na diminuição do gasto com o transporte, que na época era precário e lento, já que os principais meios de locomoção eram os bondes ou outros veículos de tração animal (MARTINS, 2016, p. 114-115).

Mary del Priore (2017) através de memória de entrevistados também corrobora com a visão sobre o controle dos operários apresentada por Martins (2016)

Segundo Decca, quando as fábricas ou empresas dispunham de vilas operárias ou casas para moradia os trabalhadores em suas imediações, os regulamentos de controle da vida das pessoas se expandiam para além dos muros: vigoravam normas para a circulação, com horários fixos de entrada e saída, horário de silêncio, horário para dormir, etc. Ou seja, em troca de habitações melhores, o operariado dessas vilas via-se obrigado a se submeter mais amplamente ao controle dos industriais, inclusive no seu tempo livre. Era um prolongamento da disciplina rigorosa do interior das fábricas (PRIORE, 2017, p. 199).

Percebe-se, portanto, que face ao crescimento industrial da cidade e as alterações que tais estabelecimentos causavam na paisagem urbana, em paralelo ao significativo número de operários circulando, Rio Grande era uma legítima cidade industrial. Fazendo parte da primeira fase industrial de Rio Grande, A Leal Santos & C. foi fundada em outubro de 1889, inicialmente funcionando na Rua Riachuelo (em frente ao cais do porto), e, posteriormente, com a construção de um edifício maior, na Rua Aquidaban (Figura 31), funcionando nesse endereço até a década de 1980.

Figura 31: Fábrica Leal Santos & C., s/d.



Fonte: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.

Além dos principais setores de conservas e biscoitos, a fábrica também detinha seções de pregos e caixotes e de latoaria, conseguindo atender grande parte de sua demanda. Um pouco da estrutura da Leal Santos é aqui apresentada por Monte & Domecq, em 1916:

As fábricas ocupam habitualmente um pessoal de 600 operários e operárias. A firma tem se empenhado em assegurar aos seus operários as melhores condições de vida material e, para esse fim, já tem feito construir 20 casas confortáveis e higiênicas, a eles destinados, e organizado um armazém de comestíveis onde podem abastecer-se em excelentes condições, benefício que tem sido estendido ao público em geral (MONTE & DOMEQ, 1916, p. 44).

Nesse caso, a Leal Santos também edificou casas e estabelecimentos que atendiam os seus operários, muito embora eu não tenha encontrado informações sobre a construção destas casas em outras fontes, nem sua localização exata. De qualquer forma, frente ao tamanho da fábrica e sua produção, é possível afirmar que a fábrica pertencia ao principal grupo industrial de Rio Grande, sendo, provavelmente, a única do ramo dos biscoitos, durante o período estudado, no Rio Grande do Sul, e de relevância nacional, como foi abordado anteriormente.

Por fim, o objetivo deste capítulo foi apresentar o contexto industrial brasileiro, do Rio Grande do Sul e da cidade do Rio Grande, que permearam a criação e o desenvolvimento da Leal Santos. Estes dados dialogam direta e indiretamente com a história da fábrica, e com os demais capítulos desta primeira parte da tese. Nesse sentido, a partir do que foi aqui apresentado, faz sentido a afirmação de Ferreira (2013) e Martins (2016), sobre os principais motivos que atraíram esse significativo número de indústrias para a cidade: seu porto marítimo. Relembrando a trajetória da família Leal Santos, do primeiro capítulo, percebe-se que a maioria dos interesses e dos contatos dos agentes da fábrica estava localizada no Paraná que, embora vizinho do Rio Grande do Sul, possui características diferentes.

Na obra de Nuno Fonseca (2000) sobre a vida de Francisco Pancada não há nenhuma menção a negócios no Rio Grande do Sul, ou familiares, antes da criação da Leal Santos. Assim, é plausível que em decorrência a toda movimentação econômica que Rio Grande presenciava a partir de 1870, a cidade tenha, de fato, chamado a atenção da família pela sua potencialidade. É a partir da instalação da Leal Santos na cidade, em outubro de 1889, que a família Leal Pancada passa a habitar e pertencer à cidade, o que continuará com as demais gerações.

Além disso, os dados aqui apresentados buscaram situar a fábrica em um cenário maior do que o local (cidade do Rio Grande), demonstrando o caráter nacional e também internacional que permeia a história da Leal, Santos & C.. Percebendo, portanto, que ela era

uma das principais indústrias do setor no Brasil nesse período, rivalizando diretamente com as empresas localizadas mais ao centro e norte do estado, sobretudo com a paulista Duchên. Comparando os números apresentados nos censos e jornais, nota-se que no cenário brasileiro não se trata de uma fábrica de pequeno porte e alcance, diferente do caso em Portugal.

Por outro lado, há semelhanças no processo de industrialização de Portugal e Brasil, não só pela relação colonial entre os dois países, mas pela característica agrária e existência de um discurso nacionalista atrelado a industrialização, como será desenvolvido posteriormente. A Leal Santos foi criada, em um momento de forte movimentação industrial, nos vários espaços aqui estudados. Estes capítulos demonstraram como a fábrica tem a sua criação fortemente influenciada e contextualizada por questões culturais, sociais e econômicas. As relações comerciais e de negócio, os contatos feitos por Francisco Pancada, o capital agrícola (erva-mate e café) possibilitaram a idealização da fábrica, bem como as condições nacionais, estadual e municipal também permitiram a sua fundação. Foram esses ingredientes que, escolhidos corretamente e acrescentados no momento correto, auxiliaram na receita de longevidade da Leal Santos.

A industrialização ditará novas formas de produzir, vender e consumir, com marcas vivenciadas até os dias de hoje. A construção desse mercado e a atuação específica da Leal Santos serão abordadas na segunda parte da tese, entendidas aqui como a descrição da receita e o modo de preparo.

*Foto: Interior da Fábrica de Biscoitos Leal Santos & C. (1910)
Colocando a massa nas formas
Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande*

PARTE II

A RECEITA & O MODO DE PREPARO





*“Assim, o biscoito “tornou-se um dos carros-chefes dos produtos industrializados”
(TENSER; ARAÚJO; COLLAÇO, 2016, p. 37).*

PARTE II - A RECEITA E O MODO DE PREPARO

Ao perceber que o contexto industrial e familiar foram ingredientes essenciais para o desenvolvimento da fábrica, nota-se também que a Leal, Santos & C. era uma fábrica atenta às questões culturais e econômicas em voga. Ao propor esta segunda parte da tese, “a receita o modo de preparo”, analisarei quais foram as ações tomadas pela empresa, influenciadas pelo seu meio, que contribuíram para sua trajetória. Nessa receita, está incluída a transformação do biscoito, enquanto alimento, em um bem digno das mesas de luxo, das recepções chiques, dos paladares refinados. Antes, uma comida de navegação, sem gosto, duro e destinado principalmente para os paladares “famintos” e pouco exigentes dos homens em guerra. Essa transformação simbólica e funcional foi fator primordial para o desenvolvimento da fábrica, não só da Leal, Santos & C., mas de todas as fábricas do setor nesse período.

Além disso, nesta parte analisarei o papel desempenhado pela imprensa brasileira, sobretudo a local (Rio Grande), em desenhar a Leal, Santos & C. como uma empresa exemplar da industrialização brasileira, como ícone do progresso e de produtos de qualidade, e ótima opção para substituir o estrangeiro. Aqui, me baseio na hipótese inicial de que tanto as construções do setor industrial de biscoitos, como a história da Leal Santos retratada pela imprensa, interferiram no desenvolvimento da fábrica e, de alguma forma, contribuíram para a sua longevidade. Assim, será possível perceber como esse biscoito foi preparado, também em termos de concepção e idealização para depois, ser vendido e consumido.

Capítulo 4. Biscoitos: das navegações até as mesas de luxo

Sendo a Leal, Santos & C. uma fábrica alimentícia, é indispensável compreendê-la como tal: produtora de alimento. O biscoito é o fio condutor desta tese, e para que uma investigação sobre a sua fabricação e consumo seja completa e coerente, faz-se necessário também investiga-lo a partir de uma história da alimentação. O historiador Massimo Montanari (2013) aponta que a comida é cultura quando produzida, preparada e consumida, e a ação das pessoas em todas essas etapas demonstra características, hábitos, gostos, costumes, classes, hierarquias etc. O processo de seleção, principalmente no ato de comer, é tangenciado por questões culturais e simbólicas, fazendo com que comer seja um “fator social” (PEREIRA, 2013), ou como “ato social” (MACIEL; CASTRO, 2013). Portanto, não é possível dissociar os biscoitos Leal, Santos & C. e a história da própria fábrica, de questões culturais alimentares.

Ao analisar o biscoito dentro de uma perspectiva da história e antropologia da alimentação, esclareço questões que contribuem diretamente para o sucesso e expansão da fábrica. Se o biscoito será visto como um produto de paladar fino e elegante no final do século XIX e início do XX, no Brasil e nos outros países, seu passado nem sempre foi de glamour e luxo. A ideia deste capítulo é investigar tais mudanças, bem como compreender o surgimento de uma indústria especializada no ramo de biscoitos. O cenário nacional e internacional dessas indústrias foi essencial para a constituição do mercado da Leal Santos, de sua trajetória e longevidade.

Pautado em leituras sobre a história da alimentação, mas também na análise de fontes visuais (fotografias e propagandas), este trecho apresenta um panorama inicial sobre as influências internas e externas na produção e consumo de tal produto. Não tenho por intuito, entretanto, fazer uma história do biscoito, ou uma linha do tempo desse produto, mas sim entender os aspectos culturais e históricos alimentares que estão associados a ele, e que deram origem ao biscoito da Leal Santos & C..

É difícil precisar o surgimento do que conhecemos hoje como biscoito. A busca por essa resposta em *sites* de pesquisa resulta em diversas páginas não-oficiais e sem caráter científico com várias versões sobre história do biscoito. Alguns⁶⁷ apontam para a “Idade das

⁶⁷ https://www.pucsp.br/maturidades/sabor_saber/biscoito_bolacha.html
<https://www.marilan.com/faq-itens/7-qual-origem-biscoito/> Acessado em 20 maio 2020.

Cavernas”, através do tritramento de grãos, mistura de água e cocção; ou também para Grécia antiga, feito por escravos, o biscoito levava mel e canela. Tratando de estudos historiográficos e antropológicos, Edda Bresciani (1998) ao estudar a alimentação dos egípcios a partir de cardápios fúnebres, e de comidas para viagem, aponta que no tempo de Ramsés estavam previstos “10 mil biscoitos (*ibiscet*)” para os soldados em combate (BRESCIANI, 1998, p. 70). O biscoito, portanto, juntamente com outros alimentos do cardápio egípcio, serviam para alimentar os combatentes em situações de guerra, onde a escassez de comida é uma intempérie constante.

Rosenberger (1998) avaliando a contribuição da culinária árabe para a cultura ocidental, nomeadamente a europeia, destaca os doces árabes que encantavam os europeus. Dentre a variedade de bebidas e doces com açúcar nos ingredientes, havia o biscoito “levado nas provisões de viagem e um bolo açucarado, parecido com uma rosca, chamados pelo mesmo nome, *ka’k*, mas suas receitas apresentam diferenças na composição e na fabricação” (ROSENBERGER, 1998, p. 352). Nesse caso, assim como o descrito por Bresciani (1998) no caso do Egito Antigo, o biscoito servia para alimentação durante viagens também na cultura árabe.

Ainda que a origem do biscoito remonte séculos antes do presente, e que exista uma variedade de receitas e preparações, a maior parte das referências bibliográficas sobre esse alimento o identificam como “um pão duro e pouco perecível (o biscoito) alterou o rumo das rotas marítimas” (TENSER; ARAÚJO; COLLAÇO, 2016, p. 37). A característica de “comida de viagem e de guerra” é, como já apresentado, associada ao biscoito desde o Egito Antigo, permanecerá com esse caráter durante toda sua trajetória, muito embora com algumas mudanças. Descrito como uma mistura de farinha e água, seco, duro, e sem (ou pouco) gosto, o biscoito era uma das comidas básicas das embarcações. Segundo Carson Ritchie (1995), em seu livro *Comida e Civilização*, “a palavra deriva de bis e cuire, termos franceses que significam ‘cozer duas vezes’” (RITCHIE, 1995, p. 133).

Esse biscoito era uma alternativa para a substituição do pão, que facilmente mofava e apodrecia. As longas viagens marítimas eram um desafio para os tripulantes em vários aspectos, sobretudo na alimentação. Umidade, falta de luz, oscilação de temperatura, e falta de refrigeração faziam com que bebidas e comidas apodrecessem com muita facilidade. Luís da Câmara Cascudo (2004) na obra “*História da alimentação no Brasil*” cita a passagem do aventureiro holandês João Hugues van Linschot em viagem de Portugal para Gôa em 1587:

A alimentação era igual para todos: libra e meia de biscoito por dia, meia caneca de vinho e uma d'água, uma arroba de carne salgada para um mês, alguns peixes secos, cebolas e outras coisas distribuídas a preço módico. [...] À volta da Índia o regulamento era outro, o decerto pior: a distribuição consistia somente em biscoito e água, e isto até o Cabo-da-Boa-Esperança. Toda gente, incluindo os soldados, vivia do que trouxesse (CASCUDO, 2004, p. 322).

A quantidade de comida era controlada e, segundo Cascudo (2004), a tripulação economizava os seus biscoitos, havendo também negociações e troca de produtos. Ritchie (1995), ao analisar diários de bordo, observa que a qualidade das viagens era medida pela quantidade e qualidade de comida disponível. Os biscoitos, “regra geral, não eram fabricados a bordo, mas nos portos e, por vezes, estavam confeccionados há um ano, senão mais” (RITCHIE, 1995, p.133). O importante papel de Portugal nas navegações desse período contribuiu para o surgimento de várias casas biscoiteiras ao redor dos portos lusitanos (RITCHIE, 1995). Segundo o autor, sua preparação era sofisticada, e o processo envolvia “trabalhadores especializados, conhecidos como forneiros, mestres, amassadores, enroladores e ajudantes” (RITCHIE, 1995, p. 133), e descreve:

Uma vez medidas as quantidades precisas de farinha e água, e deitadas na masseira, chegava o amassador que, com braços nus e possantes, batia, sovava, levantava e volteava a mistura até que tomasse a consistência de massa... a seguir vinha o enrolador que, depois de colocar a massa em cima de uma plataforma, subia para cima de um dos extremos de um cilindro, chamado pau de corte. [...] Em seguida, esta massa aplanada, formando uma camada delgada, era cortada em ladrilhos com umas facas enormes. Estes, por sua vez, voltavam a ser cortados em forma de pequenos quadradinhos e, cada um era tendido manualmente para lhe dar forma redonda de biscoito. Os biscoitos eram então marcados e introduzidos, com destreza, na boca do forno por meio de uma pá que os ia distribuindo pelo seu interior. A tarefa de lançar os biscoitos no lar do forno de modo a caírem no sítio certo, tornou-se uma habilidade manual muito apreciada na época (RITCHIE, 1995, p. 133-134).

Apesar das habilidades exigidas, ao ficar pronto, o produto rapidamente perdia tal caráter, pois, conforme continua o autor sobre a elaboração dos biscoitos:

O biscoito, uma vez pronto, era duro como uma pedra e impenetrável aos dentes de todo aquele que não fosse um gorgulho de biscoito. Enquanto permaneciam à espera de ser empacotados, ou quando se abriam já a bordo dos barcos, os biscoitos eram normalmente atacados por uma espécie de mosca que neles depositava os ovos de que, com o passar do tempo, nasciam larvas. Os marinheiros veteranos costumavam bater os biscoitos contra as mesas antes de os comer na esperança de que os gorgulhos saíssem e desaparecessem, embora nem sempre fosse satisfeita sua propensão (RITCHIE, 1995, p. 134).

A mesma situação de infestação é apresentada por Cascudo “[...] em novembro Richshoffer anota: “O nosso biscoito, porém, com o ar que apanhou, encheu-se de pequenos vermes e besouros vermelhos, conquanto antes fosse tão duro como vidro e bastante saboroso”” (CASCUDO, 2004, p. 324). Nesse caso, mesmo que a maior parte da tripulação recebesse quotas idênticas de biscoito e bebidas, havia também, a distinção hierárquica através da alimentação.

Essa distinção é comprovada também pela existência de discriminações sociais e alimentares no espaço confinado dos navios do século XV, que previam pelo menos duas mesas diferentes. [...] servia-se pão branco ao proprietário do navio e aos oficiais, enquanto o resto dos homens devia se contentar com rações de biscoitos secos (GRIECO, 1998, p. 468).

Percebe-se, portanto, que o biscoito distribuído nas embarcações não era sinônimo de qualidade e sabor, principalmente considerando a proliferação dos vermes e a textura desse alimento. Nesse momento, o biscoito não é visto como uma escolha, mas como a única alternativa para substituir o pão – presente apenas nas mesas dos proprietários dos navios e oficiais. Tal situação só alterou séculos mais tarde, com a invenção de embalagens e formas de armazenar alimentos evitando o envelhecimento e apodrecimento, justamente para atender os casos de guerra e de navegação (RITCHIE, 1995). O fechamento a vácuo apresentado por Nicolas Appert no início do século XIX transformou a história da alimentação: era o início da comida em conserva.

Appert, com o incentivo de Napoleão, divulgou suas descobertas a respeito de comidas engarrafadas pelo vácuo em “banho-maria” (RITCHIE, 1995, p. 208). Os estudos do francês influenciaram uma série de outros que o sucederam, em busca de melhorias, principalmente nos quesitos durabilidade e resistência da própria embalagem, visto que o vidro facilmente quebrava (RITCHIE, 1995). Segundo Ritchie (1995) o inglês Bryan Donkin (1768-1855) foi um deles, “como também era acionista de uma fábrica de aços, natural seria que procurasse substituir as garrafas de vidro de Appert por outras em folhas-de-flandres” (RITCHIE, 1995, p. 209). A folha-de-flandres era mais resistente que o vidro e ainda tinha a vantagem de poder ser soldada para o seu fechamento total.

A possibilidade de manter por um longo período de tempo um alimento bem conservado mudou, completamente, a produção alimentícia, principalmente em maior escala e, posteriormente, em escala industrial. Essas duas invenções (conserva e a folha-de-flandres) revolucionaram não só a alimentação das navegações e das batalhas, como da sociedade como um todo.

A invenção do envasilhamento em folha-de-flandres fez que a vida a bordo fosse muito mais saudável. Agora podia-se comer carne que não cheirava mal e biscoitos sem gorgulhos. A combinação das latas e das bolachas fabricadas à máquina significou que o pão do marinheiro poderia ter sido selado hermeticamente mais ou menos uma hora depois de ser cozido. A farinha, moída num moinho acionado por uma máquina a vapor, era misturada também mecanicamente e amassada em enormes cilindros de aço; as bolachas eram também cortadas à máquina e a cozedura realizava-se em dez minutos, apenas. O produto final era armazenado em latas seladas onde o gorgulho já não tinha oportunidade de se introduzir e pôr os ovos. Assim desapareceu o gorgulho da história da marinha (RITCHIE, 1995, p. 209).

A Leal, Santos & C. utilizava a folha-de-flandres tanto no enlatamento de suas conservas quanto nos biscoitos. É só a partir da tecnologia de conservação de alimentos, desenvolvida e aperfeiçoada no decorrer do século XIX, que esses e outros alimentos, passaram a ser consumidos em maior quantidade e qualidade. Assim, o biscoito “tornou-se um dos carros-chefes dos produtos industrializados” (TENSER; ARAÚJO; COLLAÇO, 2016, p. 37). Além da folha-de-flandres, outro elemento foi essencial para a mudança de status do biscoito, mesmo que sua descoberta fosse muito anterior à folha-de-flandres: o açúcar.

A inclusão e o crescente consumo do açúcar nos cardápios europeus do século XVI em diante, ganhando força nos séculos XVIII e XIX, transformou receitas e hábitos alimentares (LEMPS, 1998). Segundo Alain de Lempis a difusão do chá na Europa coincidiu com a do açúcar, causando um maior consumo da bebida, além do chocolate e do vinho. “O rápido desenvolvimento das três novas bebidas foi [...] acompanhado por um crescimento paralelo do consumo do açúcar [...] na Inglaterra o chá da tarde era acompanhado com bolos e biscoitos doces” (LEMPS, 1998, p. 623).

William Sitwell apresenta em seu livro “*A história da culinária em 100 receitas*” o caso do inglês Hugo Plath, durante o Renascimento na Inglaterra, um homem apaixonado pela culinária e, mais precisamente, pelo açúcar. Hugo publicou um livro de receitas intitulado “*Delights for ladies*,”⁶⁸ ele “era tão apaixonado por sobremesas que prefaciou o livro com um longo poema sobre o assunto” (SITWELL, p. 93). O açúcar, que segundo Sitwell, era naquele momento importado e símbolo de luxo, ficava exposto em forma de delícias açucaradas e serviam para impressionar os convidados. Uma das receitas de Plath era, justamente, um biscoito, pois eles “que resistiram ao tempo. O ‘biscoito do príncipe’, quase um macaron sem amêndoa, é uma de suas receitas mais antigas e saborosas” (SITWELL, 2015, p. 93).

⁶⁸ “Delícias para damas” – tradução livre da autora.

Será, portanto, a associação do biscoito ao açúcar, seja em sua receita ou acompanhando uma bebida doce, que o biscoito adquire outra característica, diferente de comida de viagem ou de guerra, outro perfil. No Brasil do século XIX e XX, Gilberto Freyre (1997) em *“Açúcar: uma sociologia do doce, com receitas de bolos e doces do Nordeste do Brasil”*, apresenta a representação e apropriação popular do açúcar na comida nordestina, apontando para o consumo dos biscoitos e de bebidas alcoólicas:

Os biscoitos e doces industriais destinam-se a um paladar e a um público muito diferente daqueles a que se destinam as aguardentes. [...] Ninguém bebe cachaça comendo bolo, doce ou biscoito. [...] Doces, biscoitos, bolos são saboreados entre goles de chá, café, chocolate, leite, mate, refresco, água: nunca entre goles de cachaça. As únicas bebidas alcoólicas que, segundo a tradição brasileira, em geral, nordestina, em particular, podem acompanhar doces, bolos e biscoitos, são os vinhos do Porto, Madeira, Málaga ou os licores (FREYRE, 1997, p. 49).

Nesse caso, Freyre dita a forma “correta” de consumir os biscoitos, reforçando a semelhança entre os hábitos europeus ligados ao chá, séculos antes, perpetuado no Brasil, e na Europa, até os dias de hoje. Será esse biscoito o foco da Leal, Santos & C.. Assim, aos poucos, esse alimento de textura a base de água e farinha, ganhou outros ingredientes, sabores, usos e significados, se afastando do biscoito da navegação e transformando-se em acompanhamento tradicional e indispensável da hora do chá.

O ritual do chá, marca da identidade inglesa segundo Julie Fromer (2008), ganhou forças no século XIX durante a Era Vitoriana. Mesmo que a origem do ritual envolvendo o chá tenha origem na China, e que ainda seja muito presente e importante no Oriente, a bebida, toda a gestualidade e conjunto de objetos que compõem a hora do chá, tornou-se uma marca inglesa. Fromer (2008) em seu livro *“A Necessary Luxury: Tea in Victorian England”*⁶⁹ aponta que durante a tradicional hora do chá faz-se indispensável, nas melhores mesas, as bandejas de prata, o conjunto de porcelana, e os doces que o acompanham.

Um chá “inglês”, portanto, que pressupõe representar todas as suas necessidades, exige certo nível de renda para comprar mercadorias relativamente caras, o conhecimento social e as maneiras de equipar e arrumar adequadamente a mesa de chá, e mãos invisíveis para realizar o necessário. A mesa de chá, portanto, mediava entre homens e

⁶⁹ “Um luxo necessário: o chá na Inglaterra Vitoriana” – tradução livre da autora.

mulheres na cultura vitoriana e reafirmava a divisão ideológica do trabalho na família de classe média (FROMER, 2008, p. 4)⁷⁰.

Portanto, a composição da mesa do chá remete a questões simbólicas da alimentação, pois, “os utensílios e os equipamentos, assim como o espaço arquitetônico e o mobiliário alimentar, juntamente com o protocolo à mesa, compõem os recursos técnicos ligados ao gesto e ao rito da alimentação” (PINELI, 2016, p. 42). A ideia de Fromer corrobora para a hierarquia presente na composição da mesa de jantar, “constitui um símbolo que ajuda a definir as regras de identidade e hierarquia social dentro da cultura humana tecendo redes de relações e impondo limites e fronteiras” (PEREIRA, 2013, p. 18).

Por outro lado, Julie Fromer (2008) sugere que a industrialização e as instabilidades econômicas do século XIX permitiram que o ritual do chá fosse um costume compartilhado por outros grupos sociais. A expansão desse hábito atingiu também o Brasil e, assim como outros ingleses passaram a incluir o ritual do chá na sua alimentação, o mesmo aconteceu nas famílias brasileiras mais abastadas. Lembrando que, “[...] aderir a um modelo alimentar implica a adesão a um conjunto de valores e símbolos que se encontram subentendidos no corpo de elementos práticos e simbólicos que o constituem” (PEREIRA, 2013, p. 19).

Nesse caso, ao analisarmos a expansão das mesas e do consumo do chá na Inglaterra vitoriana, compreende-se também a conjuntura cultural e de consumo relacionada a esse hábito, e de todo aparato material e culinário que o envolvia. Os biscoitos, tal como apresentados por Gilberto Freyre, devem ser consumidos entre goles de chás ou cafés, e são destinados a um paladar mais fino. A estética da mesa de chá (Figura 32), reforçada por Fromer, vai alcançar outras culturas para além da britânica.

⁷⁰ *An “English” tea, therefore, which presumes to represent all of its necessitates a certain income level to purchase relatively expensive commodities, the social knowledge and manners to properly equip and set the tea table, and invisible – female – hands to perform the necessary domestic labor. The tea table thus mediated between men and women in Victorian culture and reaffirmed the ideological division of labor within the middle-class household* (FROMER, 2008, p. 4) - Tradução livre da autora.

Figura 32: PAXTON, William McGregor. Tea leaves (1909), óleo sobre tela, 91.6x71.9 cm. Acervo do Metmuseum.



Fonte: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/11697>

No final do século XIX, sobretudo com o advento da República, o Brasil buscava inspirações modernas na Europa, principalmente na França e Inglaterra. A *Belle Époque* importou produtos, hábitos, e valores do velho continente, e o consumo do chá, acompanhado por biscoitos, pode ser avaliado dentro deste contexto, tendo em vista que as famílias brasileiras buscavam ao máximo uma aproximação com tais hábitos. Entretanto, a apropriação

dos costumes europeus não deve ser vista como uma reprodução completa, como um espelho. Mary del Priore (2016) articula sobre a tentativa de europeizar o cotidiano brasileiro, inclusive através do consumo do chá e acompanhamentos:

Muitas vezes, em lugar de uma ceia, servia-se o chá ou lanche da noite, entre vinte e vinte duas horas. Considerado hábito de “gente de tratamento”, ou seja, de qualidade, a infusão perfumada era acompanhada de bolos, pão de ló ou torradas. Roíam-se os biscoitos. [...] Em contraste com a louça fina e os alimentos importados, os modos “grosseiros e repugnantes” adotados “por ambos os sexos em todas as classes sociais” (PRIORE, 2016, p. 216).

Neste trecho, a autora enfatiza o contraste entre o conjunto material de louças e comidas, com os modos mais naturais e legítimos dos brasileiros durante o Império. Fernanda Soares e Marina Corção (2012), também apontam sobre as adaptações ocorridas durante a inclusão e apropriação do ritual do chá no Brasil:

O ritual do chá, segundo Lima (1997), também se insere nas estruturas híbridas da alimentação no Brasil. O hibridismo do rito, contudo, se relaciona às significações que lhe foram atribuídas. Enquanto na Europa o ritual do chá cedia espaço para as mulheres exercerem influência perante a sociedade, no Brasil, o mesmo rito adquiriu formas patriarcais, na qual prevalecia a supremacia masculina nas esferas doméstica e pública (SOARES; CORÇÃO, 2012, p. 11).

Sendo assim, não é possível dissociar o crescimento do ritual do chá na Inglaterra, durante o século XIX, conforme relatou Fromer (2008), do processo de industrialização e consumo de biscoitos. Uma série de simbolismos, significados e hábitos passou a ser incorporado a essa bebida e, de certa forma, exigia uma legítima mesa de chá. “A mesa de chá oferece rituais compartilhados e convida a conexão através de sua superfície, criando uma comunidade atravessando fronteiras entre indivíduos”⁷¹ (FROMER, 2008, p. 3).

Além disso, cabe também refletir sobre o contexto de valorização da cultura europeia nesse momento, entre século XIX e XX, e os conceitos de “civilizado” e “moderno”. Nesse sentido, Norbert Elias em seu livro “*O processo civilizador*” defende que é possível compreender por civilização como “consciência que o Ocidente tem de si mesmo” (ELIAS, 1994, p. 23). A identificação do que é ou não civilizado sofreu transformações com o decorrer do tempo, iniciando com a associação de hábitos e regras da nobreza, as regras civilizatórias, segundo Elias (1994), sempre permeou aos padrões e normas sobre as formas de comer e falar. Para o autor, as maneiras de se portar à mesa e a variedade da alimentação sempre

⁷¹ “*The tea table offers shared rituals and invites connection across its surface, creating community by crossing boundaries between individuals*” (FROMER, 2008, p. 3) – tradução livre de autora

foram fortes elementos regulatórios e classificatórios sobre quem era mais ou menos civilizado.

Esse conjunto de regras, valores e instituições passaram, paulatinamente, a definir as formas de comportamento da sociedade ocidental ao longo dos séculos – ainda que esse conjunto sofresse alterações e adaptações (ELIAS, 1997). Portanto, quando Fromer (2008), Priore (2016) e Soares e Corção (2012) ratificam a importância dos rituais, das louças e comportamentos inerentes ao consumo do chá com biscoitos, fala-se nesse conjunto de regras civilizatórias que moldam os comportamentos e que tentaram ser instituídos no Brasil. Somado a isso, havia também o desejo em ser moderno, que representava, segundo Berman (1996), uma vontade de aventura, de transformação, do novo. Esses dois fatores parecem pertinentes para a importação de tais hábitos ingleses, na medida em que a Inglaterra, juntamente com a França, era a grande referência de sociedade civilizada e moderna do período.

Em paralelo a esse cenário, encontra-se o período de industrialização, que ganha mais força na segunda metade do XIX. Surgiam, nesse momento, as primeiras indústrias alimentícias, incluindo o ramo de biscoitos. A junção de todos esses elementos e hábitos pode ser percebida pela forma como as fábricas de biscoitos representavam o consumo de seus produtos em rituais de chá: como acompanhamentos indispensáveis. Esse é o caso da fábrica irlandesa *Marsh & Co's* da cidade de Belfast (Figura 33):

Figura 33: “Tree old friends” - Propaganda da Marsh & Co’s (1920)



Fonte: <https://fineart.ha.com>

Aqui a propaganda, da década de 1920, retrata um casal com trajas representativos de uma classe mais abastada, do século XIX. A escolha dos elementos materiais para compor a mesa de chá com biscoitos, não é feita aleatoriamente. Todos esses objetos, juntamente com a indumentária, são elementos materiais representativos de um casal visto como “civilizado”, que segue as regras, a postura e os gestos exigidos na “hora do chá”. A mensagem da propaganda expõe todos esses conceitos e contextos sociais e culturais. Mesmo nos anos 20, época conhecida como “anos loucos” e pelas transformações culturais e políticas, passando também pela moda e costumes (MALUF; MOTT, 1998), a referência dessa imagem da Figura 33 aponta para as permanências tradicionais do “civilizado”, tal como defende Elias (1997).

No caso das fábricas brasileiras de biscoito, como a Leal, Santos & C. e as outras já citadas (Palmeira, Pilar e Duchon), estas também importaram valores e símbolos para suas empresas e produtos. Ainda que tivessem suas singularidades e receitas “da casa”, trouxeram para a produção nacional o biscoito inspirado no inglês.

Na fase de transição do doce feito em casa para o industrializado - continuando a ser regional e tradicional, em vez de imitado do estrangeiro -, fase que o Nordeste há anos atravessava, já tendo na indústria anglo-

recifense dos biscoitos Pilar uma indústria pioneira nesse setor (FREYRE, 1997, p. 51).

Gilberto Freyre dá luz para dois fatores relevantes na produção e consumo dos biscoitos no território brasileiro: as receitas caseiras e familiares passaram a compartilhar espaço com os industrializados, e estes últimos focavam na imitação do estrangeiro (nomeadamente o inglês). Tratando-se do Nordeste, a fábrica Pilar, conforme abordado nos capítulos anteriores, era indústria especializada nos biscoitos, tal como a Leal, Santos & C.. A fábrica pernambucana lembrada por Freyre (1997) fez parte de industrialização de um produto que já muito se distanciava daquele consumido nas embarcações do século XVI e XVII.

A industrialização trouxe para a sociedade inúmeras transformações que afetaram o espaço urbano, a vida social e cultural, através também da inserção de tecnologias. “Produtos intermédios que outrora eram obtidos por processos artesanais, passaram a ser fabricados por grandes fábricas” (PEREIRA, 2008, p. 19).

Ao tempo em que a ciência desenvolve essas tecnologias e fundamenta os métodos atuais de conservação de alimentos, proporciona ao homem o conforto da longevidade alimentar e aperfeiçoa a percepção do alimento e do comer, uma vez que o ato de se alimentar cria sensações, classifica, modela e remodela as representações, isto é, ao se ingerir um alimento estamos incorporando não só seus nutrientes, mas também aquilo que representam (TENSER; ARAÚJO; COLLAÇO, 2016, p. 38).

Portanto, a partir das reflexões dos autores, reitero que a industrialização afetou os hábitos, incluindo a forma de produzir e consumir os alimentos. Além disso, os autores destacam que, para além da nutrição, ao comermos incorporamos símbolos e valores. E o biscoito tem um papel relevante nesse cenário, pois “tornou-se um dos carros-chefes dos produtos industrializados” (TENSER; ARAÚJO; COLLAÇO, 2016, p. 37), sobretudo por armazenar diversas técnicas de produção quanto de armazenamento. Dessa forma, saliento a importância de compreender todo o processo de transformação do biscoito enquanto um produto fino, e da construção de um setor específico do ramo, para esta tese. Pois, no caso das fábricas brasileiras, elas buscavam a representação de um biscoito de qualidade, condizente com a modernidade e com uma sociedade civilizada do período, mas que substituísse os ingleses – ou demais nacionalidades. Essa característica agrega os aspectos históricos culturais, mas também econômicos, na medida em que a substituição da importação foi uma das marcas da industrialização brasileira e regional.

Os produtos estrangeiros eram vendidos em alguns armazéns, por representantes das firmas, o alto valor limitava os seus compradores. Por vezes, os próprios imigrantes eram responsáveis pelas casas comerciais que ofereciam produtos de sua terra de origem. “De fato, os comerciantes britânicos começaram por introduzir não só novos hábitos de consumo, modernas formas de viver e novo vocabulário para designar novidades” (PRIORE, 2016, p. 221). A fábrica de biscoitos inglesa de maior referência para as demais era a *Huntley and Palmers* (Figura 34), que iniciou suas atividades em 1822 como uma padaria e, em 1846, como indústria (GROTZNER, 2008). Durante o levantamento realizado sobre as fábricas de biscoitos, esta foi a mais antiga encontrada, sendo possivelmente a pioneira no ramo industrial dos biscoitos. A importância desta fábrica também está pautada na elaboração de máquinas e de uma tecnologia industrial voltada para os biscoitos, adaptando o maquinário de produção da padaria e confeitaria (GROTZNER, 2008, p. 59).

Figura 34: Anúncio da Huntley and Palmers (1900)



“Huntley and Palmers Biscuits – By special Appointment to H.M. the Queen, H.M. The Queen Regent of Holland, H.M. the King of Italy. H.M. The King of Belgians, H.M. the King of SIAM, H.R.H. the prince of Wales & c”

Fonte: Reading Museum.

O pioneirismo na produção industrial, e a detenção da tecnologia, fez da marca uma referência emblemática, como será percebido durante o desenvolvimento do trabalho e dos demais capítulos. Na propaganda (Figura 34) os valores distintivos e civilizatórios são representados pela relação com realeza britânica e de outros países, apresentando toda uma variedade de qualidade de biscoitos dignos do paladar de rainhas e reis. Entretanto, o biscoito não era exclusividade da *Huntley and Palmers*, nem mesmo na Inglaterra. Sua principal rival inglesa era a fábrica *Peek Frean and Co.'s*⁷² (Figura 35), fundada quase uma década depois, em 1857 em Londres.

Figura 35: Anúncio de *Peek Frean and Co.'s*. (s/d).



Fonte: https://www.gracesguide.co.uk/Peek,_Frean_and_Co

A partir da segunda metade do século XIX, o ramo industrial dos biscoitos começava a expandir. Além da Inglaterra localizei fábricas do ramo em Portugal, França, Suíça e Irlanda. A ausência de trabalhos sobre tais empresas dificultou a realização de um panorama mais preciso da formação do setor. Nesse caso, a maioria das informações aqui apresentadas foi retirada de sites ou de textos jornalísticos. Por outro lado, não sendo o objetivo da tese realizar um histórico sobre a produção industrial de biscoitos no âmbito internacional, julguei tais informações suficientes para compreender, de maneira inicial, o contexto do ramo no final do

⁷² Durante a pesquisa encontrei um vídeo da produção dos biscoitos Peek Frean and Co.'s. A gravação demonstra algumas das etapas industriais e serve como referência para a compreensão da história do setor. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8O2EYrueHNE>. Acessado em 06 maio de 2020.

século XIX e início do XX. Sem desconsiderar as influências de outros países na produção industrial dos biscoitos e, principalmente na Leal Santos, delimito um mapeamento das indústrias de biscoitos entre Inglaterra, Portugal e Brasil, pois as fontes são mais confiáveis, e as organizei na seguinte tabela:

Tabela 4: Fábricas de biscoitos (produção industrial) na Inglaterra, Portugal e Brasil.

Fábrica	Início produção industrial	Cidade, país
Huntley and Palmers	1846	Reading, Inglaterra
Peek Frean and Co.'s	1857	Londres, Inglaterra
Pampulha	1872	Pampulha, Portugal
Paupério	1874	Valongo, Portugal
A Nacional	1879	Lisboa, Portugal
Santo Antônio	1893	Funchal, Portugal
Guimarães & C.	Desconhecida ⁷³	Rio de Janeiro, Brasil
Internacional	1889	Rio de Janeiro, Brasil
Palmeira	1893	Belém, Brasil
Leal, Santos & C.	1898	Rio Grande, Brasil
Pilar	(aprox.) 1906	Recife, Brasil
Duchen	(aprox.) 1907	São Paulo, Brasil
Lucinda	1912	Curitiba, Brasil

Fonte: Elaborada pela autora

A partir dessa listagem (Tabela 4), percebe-se que há um aumento significativo das empresas a partir da década de 1870. Retomando alguns aspectos do capítulo anterior, saliento que esse momento é marcante na industrialização tanto do Brasil, quanto de Portugal. Ou seja, a criação dessas empresas está diretamente permeada pela conjuntura global, pelo investimento em indústrias alimentícias, pela oferta tecnológica e valorização de costumes e hábitos europeus. Tanto as fábricas portuguesas, como as brasileiras, incorporaram elementos dos tradicionais biscoitos ingleses. Em uma breve análise, localizei diversas semelhanças nos

⁷³ Não localizei o histórico ou data de fundação da fábrica de biscoitos Guimarães & C., entretanto, localizei divulgação sobre ela na imprensa através de notícias ou anúncios desde 1888. Segundo a folha Gazeta de Notícias de 06/11/1888, p. 1, a firma de Faustino Ferreira de Oliveira Guimarães ganhou o título de fábrica imperial naquele ano. Funcionava à rua do Senador Pompeu, n. 212 no Rio de Janeiro, com fabricação a vapor, até a morte do dono da fábrica em 1901. Desconheço o funcionamento da fábrica após este ano.

tipos de biscoitos produzidos em todas essas empresas, mesmo que por vezes os nomes sejam diferentes: Maria, Champagne, Água e Sal, Amanteigadas, Petit-Beurre, entre outras.

Entretanto, tais inspirações e referências não significam que cada indústria produzisse receitas ou biscoitos idênticos, eles podiam ser diferentes, com características regionais e singulares. A emblemática bolacha “Maria” lembrada por Freyre (1997) e marcante na indústria de biscoitos é um dos tipos mais difundidos. Segundo Boguszewski (2012) a bolacha Maria surgiu em 1874:

Nesse ano, o segundo filho da rainha Vitória, Alfredo, duque de Edimburgo, casou-se com a grã-duquesa russa, Maria Alexandrovna. Para celebrar a ocasião uma pequena panificadora londrina criou um doce, com formato redondo, gravado com alguns elementos decorativos e, no centro, o nome da noiva: “Maria”. Já naquele tempo, o casamento dos príncipes despertava grande interesse. Logo todos queriam provar as bolachas do casamento real. Não demorou e o doce foi imitado e fabricado em vários países. Portugal e Espanha foram os primeiros. No Brasil a receita chega com os imigrantes europeus. No Paraná, a Fábrica Lucinda fabricou por anos o biscoito que se transformou em símbolo dos produtos da empresa (BOGUSZEWSKI, 2012, p. 89).

Além de apresentar a possível história por trás do famoso biscoito, o autor também destaca a fábrica paranaense Lucinda, fundada em 1912 em Curitiba. A empresa está presente na listagem da Tabela 4 e também se destacou no decorrer do século XX pela produção dos biscoitos. De igual forma, a Leal Santos produzia as bolachas Maria e essa também passou a ser uma de suas marcas registradas, como será explorado nos próximos capítulos, mas não só dela como de todo setor industrial de biscoitos. No que tange às embalagens, todas vendiam seus biscoitos em latas de folha-de-flandres, decoradas com desenhos ou formatos temáticos. Em todas as fábricas listadas na Tabela 4, encontrei inspirações à *Huntley and Palmers*, seja nas embalagens, ou nas propagandas. A Fábrica Santo Antônio (Figura 36), de Portugal, tem inspirações claras na fábrica inglesa, como é apresentado no próprio site da empresa:

Figura 36: Embalagens da Fábrica Santo Antônio e da Huntley and Palmers, sem data.



Fonte: <http://www.fabricastoantonio.com/index.php/pt/pages/ahistoria>.

“Podemos ver as latas antigas, em folha de Flandres forradas a papel, ao lado de latas da *Huntley & Palmers*, fábrica inglesa fundada em 1822 e que se tornou na maior fábrica de biscoitos do mundo e perceber a sua influência”⁷⁴. O trecho, retirado do site da fábrica portuguesa, expressa nitidamente a referência que a fábrica inglesa teve no ramo. No caso da Leal, Santos & C. a inspiração na decoração das latas também é encontrada, com aponta a Figura 37:

Figura 37: Latas de biscoitos Huntley and Palmers (1875) e Leal Santos & C. (s/ data)



Fonte: Acervos do Reading Museum e Museu da Cidade do Rio Grande.

Toda essa conjuntura industrial e de semelhanças é interessante na medida em que coloca a Leal Santos dentro de um cenário maior, mais completo. Com a industrialização dos alimentos, as embalagens e as propagandas tornaram-se essenciais para o estabelecimento de

⁷⁴ <http://www.fabricastoantonio.com/index.php/pt/pages/ahistoria>. Acessado em 06 de maio de 2020.

uma nova forma de consumo. A importância das embalagens para o setor também traduz o motivo da referência direta às latas inglesas. Estavam sendo construídas as referências de marca, de qualidade no público consumidor nascente. O uso de cores e de estampas decoradas e dessas inspirações não era em vão e sem propósito:

Para chamar a atenção e convencer os novos consumidores, os produtos alimentícios passaram a ser acondicionados em embalagens ilustradas onde se aplicavam rótulos atraentes. Através desses novos meios de comunicação – embalagens, rótulos, cartazes, anúncios em revistas, jornais, etc. – produzidos nas oficinas gráficas por profissionais experientes, a sociedade tomava conhecimento das novidades disponibilizadas pela indústria para o comércio (BOGUSZEWSKI, 2012, p. 4).

Tais questões (valores simbólicos da embalagem e da propaganda) serão exploradas posteriormente, na terceira parte da tese. Entretanto, cabe aqui refletir que a nível internacional as fábricas de biscoitos estavam construindo uma forma de produzir, vender e consumir esse produto. Tratando-se das empresas brasileiras, ainda havia a necessidade de substituir o produto estrangeiro, ou seja, tais possíveis confusões e associações através da embalagem facilitavam essa substituição. Tal discurso e referência não são exclusivos das embalagens, mas as próprias propagandas mencionavam diretamente o objetivo de substituição e de igualdade em qualidade, como é o caso da nordestina Pilar (Figura 38):

Figura 38: Propaganda Fábrica Pilar na revista O Malho, 1908.



“Estas crianças são assim as mais felizes do Brasil. Filhas de um casal inteligente, só usam os biscoitos Pilar, tão bom como os ingleses e muito mais baratos!”

Fonte: *O Malho*, 1908, n. 283, p. 46.

Existia, portanto, certa harmonia e homogeneidade no ramo dos biscoitos: a referência inglesa e a tentativa de aproximação de sua qualidade, uma forma de produzir, vender e consumir os biscoitos. Na Leal, Santos & C., encontrei inúmeras referências à *Huntley and Palmers*. Cabe adiantar aqui a passagem extraída do jornal *Echo do Sul* em 1903, que será desenvolvida no próximo capítulo, sobre a visita do representante da fábrica inglesa nas instalações da Leal Santos:

[...] Um representante da conhecida primeira casa em biscoitos, *Huntley e Palmers*, visitando a fábrica Leal, Santos & C. disse a um dos sócios: “Há fábricas antiquíssimas em Londres que teriam de aperfeiçoar muito os seus biscoitos para rivalizarem com os que produz o seu bem montado estabelecimento, reconhecendo outro, sim, que pessoa muito experiente adquiriu os seus maquinismos que são a última palavra nesta indústria” (*Echo do Sul*, 03/02/1903, p.1).

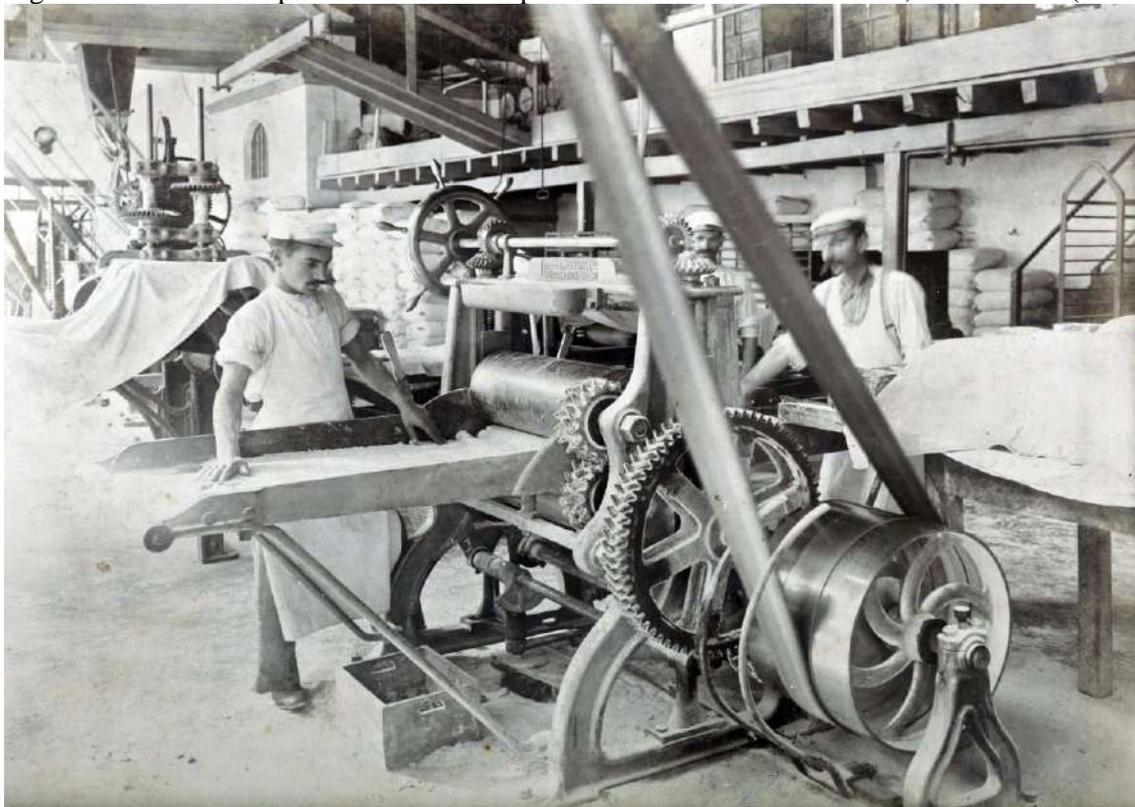
Nesse caso, percebe-se que a notícia tem o intuito de mostrar que a grande referência do ramo aprova a qualidade dos biscoitos Leal Santos. Essa recomendação, do mais alto nível da indústria, ainda destaca para a qualidade das máquinas utilizadas na Leal Santos, como as mais modernas no ramo. Segundo Sampaio (2017), a tecnologia é essencial para o processo de industrialização. A qualidade das máquinas tinha uma grande importância, principalmente no que concerne ao tempo e qualidade da produção. Assim, busquei localizar quais seriam as máquinas utilizadas pela Leal Santos e de onde procediam. Tendo em vista que estes objetos já não existem mais, rastreei nas fontes documentais e visuais da fábrica, salvaguardados no Museu da Cidade do Rio Grande. Na ausência de quaisquer informações a respeito da compra de maquinário nos livros, busquei nas fotografias algum indício sobre a procedência ou marca.

Na análise das imagens, localizei um cilindrador de massas da marca “*Joseph Baker and Sons Ltda - Engineers, London, England*” (Figura 38). A *Joseph Baker and Sons*⁷⁵ foi uma fábrica de máquinas de pães e biscoitos fundada na Inglaterra em 1879. Segundo o histórico no site da empresa, a partir da década de 1880, com a participação em diversas exposições, a fábrica ganhou o mercado internacional crescendo rapidamente. A empresa inglesa fornecia todo maquinário para padarias, confeitarias e indústrias do ramo, como é o caso dos biscoitos, incluindo os fornos industriais. Nesse caso, há de se destacar que a Leal, Santos & C., não só produzia biscoitos estilo inglês, buscando substituir o estrangeiro no

⁷⁵ <http://www.bphs.net/GroupFacilities/J/JosephBakerAndSons/index.htm> Acessado em 18 maio 2020.

mercado nacional, como utilizava uma tecnologia inglesa específica do ramo, o que carecia de alto investimento de capital.

Figura 39: Cilindro Josph Baker and Sons para abrir massa na Fábrica Leal, Santos & C. (1910).



Fonte: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.

Figura 40: Detalhe do cilindro Josph Baker and Sons para abrir massa na Fábrica Leal, Santos & C. (1910).



Fonte: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.

Tal informação é relevante na medida em que aponta para o investimento tecnológico que a fábrica rio-grandina fazia e, pressupõe-se, que esse critério influenciou diretamente na

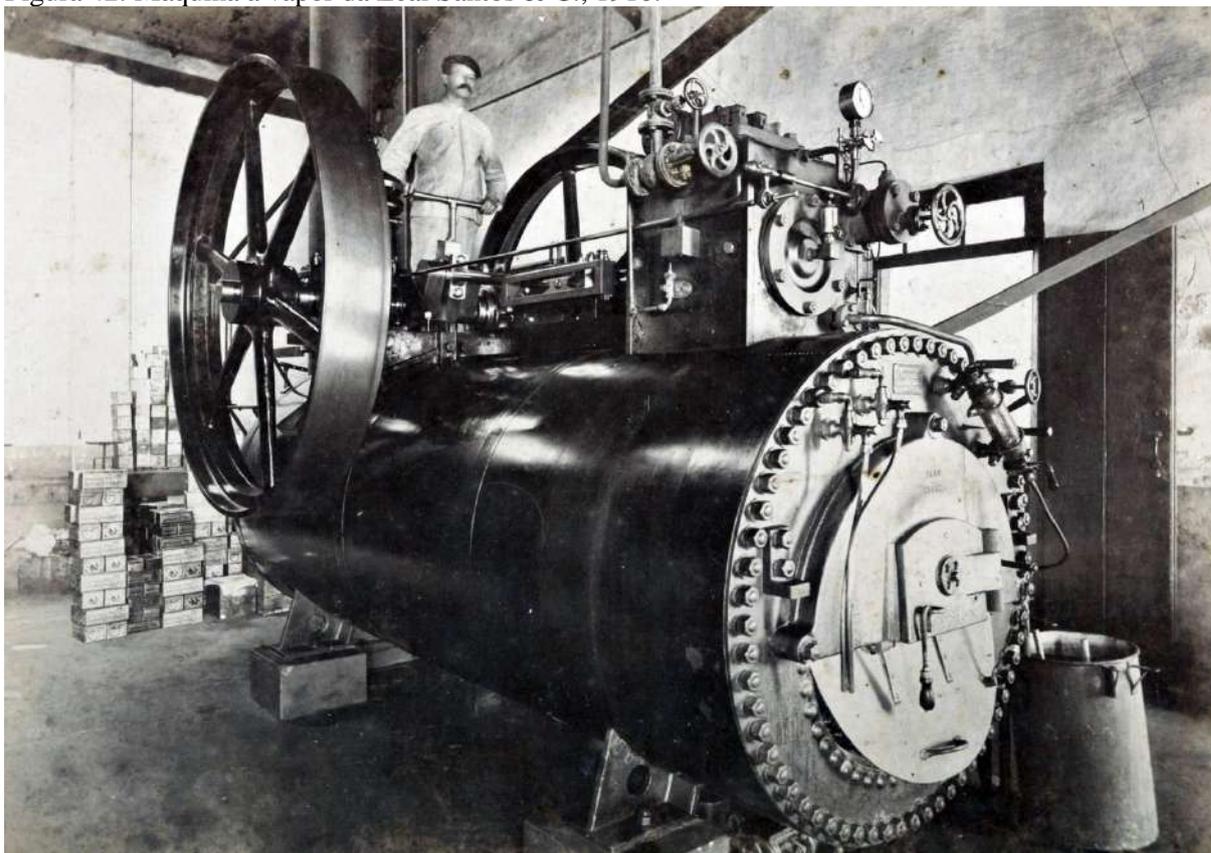
qualidade dos seus produtos e na aceitação do público. Ainda que não tenha conseguido identificar a marca das demais máquinas industriais da Leal Santos, através do registro fotográfico realizado pela fábrica em 1910 (Figura 41 e 42), é possível visualizar o tipo de tecnologia utilizado pela fábrica – bem característico de uma industrialização do período.

Figura 41: Visão do setor de crinhagem dos biscoitos e um dos fornos da Leal, Santos & C., 1910.



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande.

Figura 42: Máquina a vapor da Leal Santos & C., 1910.



Fonte: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.

A preocupação em registrar, através da fotografia, a tecnologia utilizada na empresa, pode indicar certo orgulho das máquinas e de seus setores. Tais imagens, conforme será discorrido no próximo capítulo, foram utilizadas como uma forma de apresentar a fábrica para a imprensa e sociedade. Nesse sentido, demonstrar o seu maquinário era uma forma de ostentar a tecnologia e atestar a qualidade dos produtos e da própria empresa, vista também como moderna. Segundo Mendes (2006), a máquina a vapor foi marco tecnológico que permitiu o avanço das indústrias do período, sobretudo na produção em série e na diminuição do preço final, e massificação de produção e venda.

Dessa forma, através do que foi apresentado neste capítulo, destaco o contexto industrial do ramo de biscoitos em que a Leal Santos & C. está inserida. Aquele alimento das navegações que por vezes era infestado por insetos, com o avanço da tecnologia, aos poucos deu lugar para um produto mais saboroso, fino e requintado diretamente associado ao ritual do chá inglês. A inclusão dos biscoitos nos cardápios dos séculos XIX e XX, do estilo aqui apresentados, está tangenciada por fatores culturais demarcados, e sua produção, compra e consumo também estão envoltos de significados culturais, econômicos e simbólicos.

Cabe salientar que essas interpretações e conclusões não indicam que esta era a única e exclusiva forma de consumir os biscoitos (com o chá), mas que a disseminação de tal hábito, e de seus simbolismos, não pode ser dissociada do surgimento de uma demanda e de um mercado industrial do ramo - e que tal associação foi amplamente utilizada pelas indústrias. Por outro lado, também busquei contextualizar a Leal, Santos & C. e seus biscoitos em um cenário internacional mais abrangente, pois, localizando outras indústrias do ramo no período, obtive um panorama mais claro e amplo da produção industrial dos biscoitos. Tal visão demonstrou que ela não estava isolada, nem no Brasil nem internacionalmente, e que era fortemente influenciada por outras empresas do setor alimentício.

Ao fim e ao cabo, percebe-se que a Leal, Santos & C. não estava isolada na produção dos biscoitos estilo inglês, tão pouco na inspiração na *Huntley and Palmers*. Dessa forma, é possível compreender as circunstâncias culturais, econômicas e de mercado no período que acompanharam, impreterivelmente, a história da criação e expansão da Leal Santos e de seu mercado consumidor. Tal contextualização traduz a preocupação de Pierre Bourdieu (2017) ao apontar que “[...] deve-se trabalhar, antes de tudo, estabelecer as condições em que são produzidos os consumidores desses bens e seu gosto (BOURDIEU, 2017, p. 9)”. Ou seja, este capítulo consistiu em demonstrar a construção do ramo industrial de biscoitos e, além disso, o princípio da formação de um mercado, de um gosto, e das formas e regras vinculadas a esse produto.

A Leal Santos tinha capital, tecnologia, contatos, momento propício para o investimento industrial, e vivia o momento cuja população brasileira estava atenta para as modas europeias – local onde o hábito dos biscoitos se encontrava com a industrialização do produto. A partir de tais reflexões, deste e dos demais capítulos, é possível avançar com mais propriedade e esclarecimento para a fundação e desenvolvimento da Leal, Santos & C. no Brasil. Com o desenvolvimento do próximo capítulo, será possível identificar como todos os aspectos culturais, indústrias e econômicos apresentados até então, foram apresentados pela imprensa brasileira.

Capítulo 5. Leal, Santos & C. nas folhas da imprensa brasileira

Tendo em vista a formação do mercado produtor e consumidor dos biscoitos brasileiros, busco, a partir desse momento, refletir sobre a trajetória da Leal Santos dentro desse contexto. Para isso busquei notícias que circulavam sobre a fábrica e seus produtos nos jornais da época. A imprensa, sobretudo os jornais, traz em suas narrativas uma visão peculiar sobre os acontecimentos, pois, ao registrar os eventos do período, tornou-se uma força ativa da história (ALVES, 2005, p. 14). Os jornais são, portanto, chave essencial na análise do papel da Leal Santos no cenário industrial e sua relação com a sociedade. Todo o conteúdo jornalístico possui, de alguma forma, informações a respeito da sociedade do período: acontecimentos, valores, culturas etc. Assim, no que tange à Leal Santos, tais informações dão indícios da história cronológica da fábrica, acontecimentos importantes que podem envolver a empresa e, ainda, sobre como a fábrica era apresentada/noticiada pela imprensa.

A História há muito se utiliza da imprensa, e dos meios de comunicação, como fonte, ou objeto de estudo, para compreender os fenômenos sociais, culturais e econômicos das sociedades passadas. Variando em aspectos metodológicos, pesquisadores (as) se apropriam da imprensa como fonte primária com o intuito de obter uma parcela da realidade de um fato passado. Trata-se daquilo que Luca (2010, p. 111) entende por “escrita da História **por meio da** imprensa”. O uso dessa fonte permite não só analisar a trajetória da fábrica Leal Santos, como também conhecer as possíveis relações entre o setor industrial e a imprensa.

Tal como abordei nos capítulos anteriores, o processo de industrialização brasileiro permeou uma série de dificuldades e embates entre grupos que defendiam um país mais agrícola e, outro, um país mais industrializado. Esses confrontos discursivos, e também políticos, foram brevemente mencionados no caso de Portugal, cujo jornal *O Século* transparecia o seu apoio à industrialização. A posição escolhida pelo periódico português está de acordo com o que afirma Tânia de Luca ao defender que é “preciso dar conta das motivações que levaram à decisão de dar publicidade a alguma coisa” (LUCA, 2010, p. 140). Ou seja, a autora afirma que aquilo que tem espaço de notícia (e o espaço físico dentro do próprio jornal) é passível de análise do pesquisador, que deve estar atento a todas as possíveis influências e interesses da folha. Além disso, é importante “identificar cuidadosamente o grupo responsável pela linha editorial, estabelecer os colaboradores mais assíduos, atentar para escolha do título e para os textos programáticos [...]” (LUCA, 2010, p. 140). Os jornais sofreram, e ainda sofrem, uma série de intervenções diretas ou indiretas e são permeados por sujeitos com intenções e bagagens próprias. Por trás das páginas, letras e imagens, existem

“influências ocultas”, tal como relembra Luca (2010), e por mais difícil que seja a sua compreensão, desconsiderar tais influências talvez seja um erro ainda maior. A falta de conhecimento sobre esses fatores pode levar ao leitor, e também o (a) pesquisador (a), a tomar o texto jornalístico como real, e não como uma representação e interpretação dele.

Nesse sentido, para a realização dessa pesquisa⁷⁶ utilizei, principalmente três jornais: *Echo do Sul*, *A Federação* e *O Paiz*. Eles circulavam nas cidades do Rio Grande, Porto Alegre e Rio de Janeiro, respectivamente. A escolha⁷⁷ em analisar três folhas distintas está calcada, principalmente, na visão mais abrangente da fábrica, e do seu contexto, evitando uma pesquisa estritamente local e limitada. Somado a isso, essa pesquisa busca atender um dos objetivos desta tese, no que diz respeito à compreensão do papel desempenhado pela Leal Santos no cenário industrial (nacional e regional). Sendo assim, os três jornais dão conta desses espaços (do macro ao micro), importantes em termos contextuais para a história da fábrica (1889-1918), tal como apontado nos capítulos anteriores, e são aqui apresentados:

O *Echo do Sul* foi o jornal mais utilizado nessa pesquisa, era um dos principais da imprensa da cidade do Rio Grande durante o século XIX e XX. Uma folha diária, fundada inicialmente na cidade de Jaguarão, em aproximadamente 1858 (SENNA, 2000) e, posteriormente, transferida para Rio Grande. Adriana Senna destaca que após a instauração da República, “o periódico optou por prestar um apoio quase irrestrito aos novos detentores do poder, buscando manter nos liberais a representação do inimigo político” (SENNA, 2000, p. 128). Foi um jornal de grande circulação na cidade, durando até 1934 (ALVES, 2006). O *Echo do Sul* tinha em suas edições normais quatro páginas e, segundo classificação de Francisco das Neves Alves (2006), de gênero “diário político, noticioso e comercial” e estilo “crítico-opinativo e informativo” (ALVES, 2006, p. 100).

Segundo Alves (2006), Rio Grande possuía aproximadamente cinquenta e três jornais diários, ou representantes da pequena imprensa, no século XIX, mas os de maior circulação (por tempo e por tiragem nesse período) foram o *Echo do Sul* (1858-1934) e o *Diário do Rio Grande* (1848-1910). A escolha de analisar o primeiro jornal se deu em decorrência do maior número de exemplares disponível para a pesquisa, dentro do recorte temporal, a sua

⁷⁶ A realização desta pesquisa aconteceu entre 2017 e 2018, sendo que todos os dados foram (re)conferidos e (re)analisados em 2020.

⁷⁷ Inicialmente fiz uma busca em todos os estados brasileiros encontrados na plataforma da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional do período de 1889 até 1910. Com os resultados das ocorrências fiz uma busca nos locais com maior número e, posteriormente, com base nos resultados, delimiti a escolha das duas cidades para a pesquisa: Porto Alegre e Rio de Janeiro.

importância na imprensa local, bem como o período de funcionamento. Este jornal foi pesquisado em seu suporte original, na Biblioteca Riograndense⁷⁸.

No período pesquisado, o *Echo do Sul* era propriedade de Alfredo Rodrigues de Oliveira e, após seu falecimento, passou a ser responsabilidade da sua viúva e herdeiros. O jornal se titulava como “Órgão Revisionista”. Durante a pesquisa percebi algumas mudanças no que tange à organização e estrutura do jornal, que foi alterando a organização das notícias e sua diagramação com o passar do tempo. A capa e a segunda página traziam as notícias mais importantes e algumas crônicas, mas já é possível encontrar anúncios desde a segunda página, sendo em maior número na terceira e quarta página. As propagandas, anúncios e classificados estão em grande número, ocupando quase que a totalidade da última página. Em sua maioria tratam de venda de cosméticos, artigos de higiene pessoal e medicamentos, algumas empresas locais de roupas e artigos alimentícios etc. A folha também apresenta informes locais sobre o andamento de obras, circulação de bondes de tração animal e elétrico, viajantes, leilões, programação de cinemas e teatros, entre outros.

O segundo periódico pesquisado foi *A Federação*, de Porto Alegre. Ele circulou entre 1884-1937, sendo vinculado ao Partido Republicano Riograndense (PRR), foi extinto no mesmo ano em que o Estado Novo decretou o fim do PRR. *A Federação* teve vários diretores e proprietários, entre eles Eduardo Marques, Pinto da Rocha, Agostinho José Lourenço, Gonçalves de Almeida etc. Sua estrutura é muito semelhante ao do *Echo do Sul*, com notícias de Porto Alegre, colunas, crônicas, anúncios, classificados e notícias telegráficas de várias regiões. *A Federação* também tem uma média de quatro páginas, sendo as duas primeiras com mais textos autorais e notícias, e as duas últimas para classificados, anúncios e por vezes pequenas notícias. Obtive acesso a esse jornal através da Hemeroteca Digital⁷⁹ da Biblioteca Nacional, através das buscas por palavras-chaves⁸⁰.

Para acompanhar a Leal Santos na capital do país, escolhi⁸¹ o jornal *O Paiz* como representante da imprensa carioca. Ele foi fundado em 1884, por João José dos Reis Júnior, e

⁷⁸ Biblioteca Riograndense, localizada na cidade do Rio Grande, é a mais antiga do Rio Grande do Sul e possui o maior acervo de periódicos do Estado (ALVES, 2006).

⁷⁹ Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. Disponível em: <http://memoria.bn.br/hdb/uf.aspx> Acessado em agosto de 2017.

⁸⁰ Palavras-chaves pesquisadas na plataforma: Leal Santos, Biscoitos, Biscoutos, Henrique Pancada, Francisco Pancada.

⁸¹ Tendo em vista que o objetivo deste capítulo era conhecer a história da fábrica através da imprensa, era preciso que os jornais pesquisados tivessem informações sobre a Leal Santos. Assim, utilizando o recurso disponível na hemeroteca digital da Biblioteca Nacional, analisei o número de ocorrências das palavras “Leal Santos” de cada

funcionou até 1934. No final do século XIX manteve uma postura republicana e abolicionista. Segundo Marialva Barbosa (2010) o jornal tinha como mentor intelectual, no início dos anos 1900, Quintino Bocayúva. A autora aponta o jornal como uma das principais folhas da cidade do Rio de Janeiro no florescer do século. Entretanto, a história de *O Paiz* é permeada de altos e baixos e mesmo superando as crises com a ajuda financeira do governo, escondia muitos problemas por trás do *slogan* estampado na capa (BARBOSA, 2010): “O Paiz é a folha de maior tiragem e de maior circulação da América do Sul”.

Sobre essa frase, Barbosa aponta que “o exagero é flagrante. A sua própria estrutura redacional, comparada com a de outros diários, invalida essa afirmativa” (BARBOSA, 2010, p. 47). Para ela, apesar do jornal ter sua relevância no período, ao ser comparado com os demais, fica atrás no que tange a qualidade gráfica, quantidade de páginas, conteúdo e modernização. Em um momento onde a tecnologia batia na porta não só da imprensa, mas de todos os cidadãos da *Belle Époque* republicana, estar atualizado era essencial e *O Paiz* estava atrasado e demorou em se atualizar (BARBOSA, 2010). Nesse período, a autora destaca que o jornal dedicava grande parte de suas matérias para elogiar o governo, pois recebia apoio financeiro direto por meio de vários anúncios diários. Assim como a folha porto-alegrense, pesquisei *O Paiz* na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, através das buscas por palavras-chaves⁸².

Mesmo que inicialmente, tais apresentações demonstram que cada jornal estava diretamente vinculado a um meio, e permeado de influências singulares - por vezes comuns entre eles - e que estão direta ou indiretamente presentes em todo conteúdo neles publicados. Nesse caso, o desafio dos (as) pesquisadores (as) é analisar os textos encontrados nos periódicos levando em consideração essa soma de fatores que nem sempre está facilmente perceptível. Para isso, é preciso ler nas entrelinhas e buscar compreender o jornal enquanto fenômeno e resultado complexo de um cruzamento de sujeitos, ideais e influências.

Portanto, a ideia de um jornalismo neutro e imparcial é ilusória, mesmo que sua equipe editorial se esforce para isso, conforme apresenta Schudson (2010). Essa intervenção dos sujeitos – seus ideais, bagagens e influências – está presente em todos os processos de construção do jornal. Tudo passa por uma seleção, muitas vezes inconsciente. Traquina

jornal. Ainda que nem todas as ocorrências fossem especificamente sobre a fábrica, optei por avaliar aqueles jornais que apresentavam o maior número de ocorrências total. Sendo eles, portanto, *O Paiz* no Rio de Janeiro e *A Federação* em Porto Alegre.

⁸² Palavras-chaves pesquisadas na plataforma: Leal Santos, Biscoitos, Biscoutos, Henrique Pancada, Francisco Pancada.

(1993) defende que o processo de identificação/ seleção do que é ou não notícia está baseado no olhar do jornalista sobre o acontecimento, identificando nele, ou não, uma “estória”: algo digno de ser noticiado.

A notícia é construída na necessidade social por informação, necessidade que, por sua vez, é também uma construção cultural feita, principalmente, pela própria imprensa e seus profissionais. À imprensa fica o papel de construir uma demanda de leitura e de busca por notícias. O desejo de se manter informado e saber de tudo a todo o momento, e conhecer as últimas novidades, a necessidade de estar a par do que não se viu, é culturalmente construída (MOLOTCH; LESTER, 2005). O tipo de notícia e informação que a sociedade busca, e os jornais divulgam, também muda com o tempo e contexto. Aquilo que era alvo/digno de notícias no final do século XIX pode não ser mais na metade do século XX e assim ininterruptamente. A venda de notícias e informações é a venda de um bem simbólico (BOURDIEU, 2011). A imprensa constrói e fortalece sua legitimidade e poder em informar a sociedade sobre o que está “de fato” acontecendo. A crença do público na imprensa é o próprio contrato entre receptor e emissor (CHARAUDEAU, 2013).

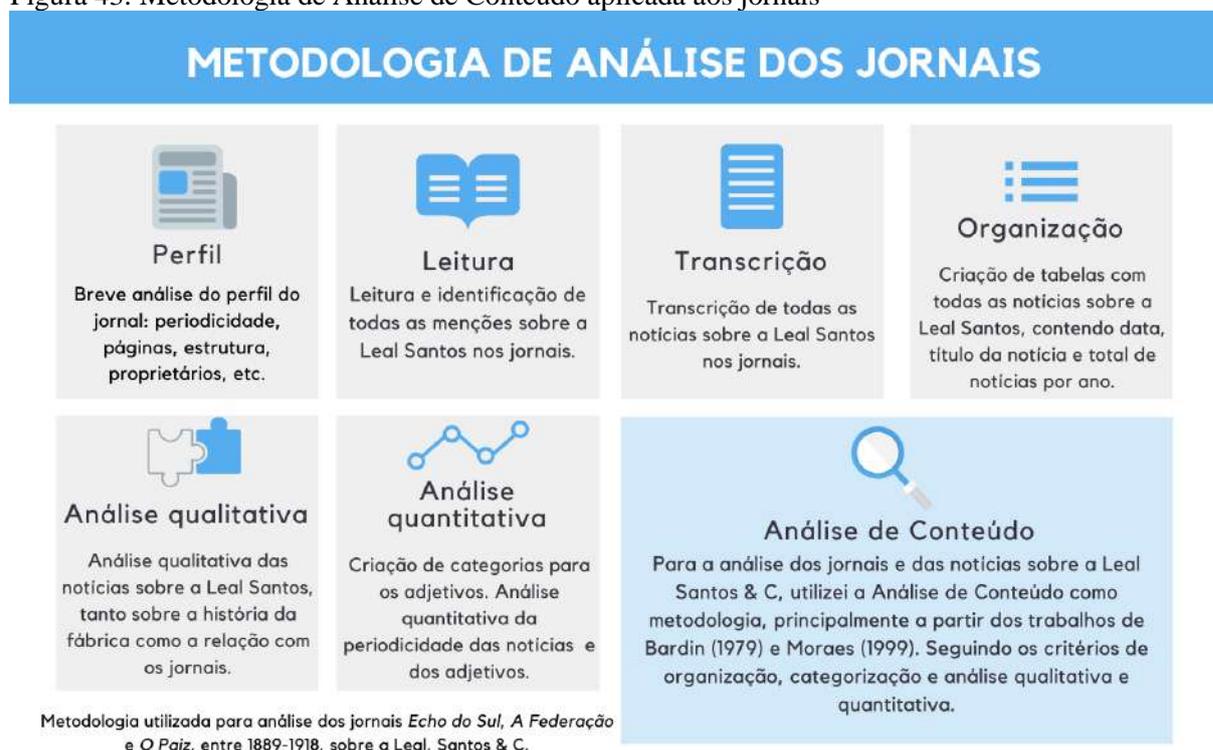
As notícias que compõem os jornais são modos de ver a realidade, desde a sua busca, até a construção e interpretação. O que se entende por notícia não é neutro para os teóricos da área, pois o entendimento do que é ou não digno de notícia é também uma construção cultural e social e que se transforma com o passar do tempo. Além disso, por mais que o jornal busque ser o mais neutro possível durante uma seleção e construção da notícia, essa ideia de imparcialidade é ficcional, como é defendido por Christa Berger (1997). Para a autora, o jornal “pode até ter trazido as duas versões, mas a legenda na foto, o número de manifestantes, a palavra que designa o movimento, a edição da página, tomam posição” (BERGER, 1997, p. 279).

Nesse sentido, cabe refletir sobre como a Leal Santos é noticiada na imprensa aqui analisada. Quais as singularidades de cada jornal no que concerne em “anunciar a fábrica”. Ela era noticiada da mesma forma? Na mesma quantidade? Tais reflexões permitem compreender não só as características de cada jornal, como ainda, de cada região e o papel da Leal Santos nos três espaços. Além disso, o que era digno de notícia sobre a Leal Santos? Qual a repercussão sobre os biscoitos e qual o papel que o produto tinha para a fábrica? Para buscar responder tais questões utilizei a Análise de Conteúdo defendida por Bardin (1979) e Moraes (1999), através de uma investigação quanti e qualitativa de todo o texto sobre a Leal Santos. Segundo Bardin (1979) a AC é um bom método para a investigação da imprensa,

quanti e qualitativa, sobretudo quando se pretende analisar o uso semântico das palavras ou questões morais de um período. Atendendo as características da metodologia da AC, defendidas por Bardin (1979) e Moraes (1999), trabalhei com a organização, categorização e análise dos conteúdos jornalísticos. Após a leitura de todas as menções da Leal Santos nos jornais, elaborei tabelas⁸³ com todas as vezes que a Leal Santos apareceu nos jornais, em cada um dos três jornais, entre 1889-1918 – incluindo as propagandas, classificados e notícias. Posteriormente, identifiquei o tipo de menção (notícia, classificado, propaganda etc.). A análise dos textos também permitiu identificar os nomes de personagens que permearam a história da fábrica⁸⁴.

Para fins de visualização, elaborei um quadro (Figura 43), explicando a metodologia de Análise de Conteúdo aplicada aos jornais:

Figura 43: Metodologia de Análise de Conteúdo aplicada aos jornais



Fonte: Elaborado pela autora.

Em termos contextuais e do perfil da imprensa analisada, século XIX e início do XX, não é a mesma no restante do XX. A profissão do jornalismo ainda era muito incipiente, e os jornais tinham outro perfil. Nesse sentido, a equipe que compõe os periódicos aqui estudados está imersa em contextos que não podem ser desconsiderados, e que, além de suas vivências

⁸³ Todas as tabelas estão disponíveis nos anexos do trabalho no Apêndice D.

⁸⁴ Apêndice E.

personais, também devem ser vistos como pertencentes a um grupo, a um jornal que é ligado a outras pessoas e interesses. O funcionamento da imprensa e o seu papel na sociedade vêm sofrendo alterações desde o seu surgimento, no período estudado nessa tese (1889-1918), muitas transformações ocorreram na imprensa brasileira, principalmente com o avançar do século XX e o advento de novas tecnologias.

As novas tecnologias, principalmente o telégrafo e a fotografia, complementaram a ideia de um jornalismo mais próximo do real (BARBOSA, 2010), mesmo que essa realidade seja também “ilusória” por ser uma interpretação, uma visão da realidade. Essa ideia será presente em todos os discursos jornalísticos analisados no trabalho, e é possível perceber momentos em que jornais distintos disputam a visão do real mais legítima. Essas influências nem sempre visíveis que permeiam a imprensa, podem também ser entendidas como “ruídos” do sistema comunicacional, como interferências na emissão e recepção da mensagem.

Assim, esse capítulo está dividido em quatro subcapítulos temáticos, que englobam os principais momentos da fábrica. Essa divisão foi realizada com base no levantamento dos três jornais e das principais notícias neles divulgadas, bem como o que entendi ser mais marcante na história da Leal Santos. Em cada item serão abordados aspectos que conectam a fábrica com um contexto regional, nacional e internacional e os personagens políticos que também estão envolvidos nessa trajetória. Na primeira parte “fundação”, analisei os primeiros anos de funcionamento na fábrica do Brasil, no período aqui entendido entre 1889 a 1900. A segunda parte trata a “expansão” da Leal Santos, entre aproximadamente 1901-1918, engloba o restante do recorte temporal da pesquisa. A parte “prêmios e exposições” se dedica à participação da Leal Santos nas exposições regionais, nacionais e internacionais, em um recorte temporal que perpassa tanto pelo período de fundação quanto de expansão. Por último, a parte “avançando nas análises” analisa os resultados quanti e qualitativos de cada jornal, sobre a Leal Santos, dialogando com as informações apresentadas no decorrer do capítulo.

Fundação

Relembrando que a fábrica Leal Santos iniciou suas atividades, tanto no Brasil quanto em Portugal, em 1889, acompanhei nesse primeiro momento como a imprensa repercutiu as movimentações iniciais da fábrica no país. A essa altura o Brasil vivia um direcionamento do olhar, por parte de alguns, para as indústrias, apostando em uma nova possibilidade de investimento e de crescimento econômico. A imprensa, como o principal meio de comunicação desse período, teve um papel essencial na mediação entre governo-sociedade-indústrias, pois o teor de seus textos podia direcionar para uma corrente mais favorável à industrialização ou não.

Nesse sentido, localizei alguns artigos e notícias envolvendo temas sobre a industrialização e a valorização dos estabelecimentos industriais, sobretudo no jornal *Echo do Sul*. Por vezes textos argumentativos bem demarcados com relação à proteção e incentivo à indústria nacional frente à estrangeira, bem como a defesa de um progresso civilizatório e moderno conquistado através da industrialização, foram encontrados nos jornais analisados, sobretudo na folha riograndina. Assim, o *Echo do Sul* utilizou exemplos locais para demonstrar aos seus leitores o quão positivo era o crescimento industrial que a cidade estava passando desde 1870, e, como no seu ponto de vista, os governos deveriam incentivar tais indústrias. Para escrever sobre as fábricas, na maioria das vezes havia uma visita prévia aos estabelecimentos, encontros com os proprietários, reuniões com grupos industriais, ou algum outro episódio que motivasse a notícia no jornal - por vezes o próprio convite da empresa para a imprensa. A primeira visita à Leal Santos & C. por parte do *Echo do Sul* aconteceu em 1890, pouco mais de seis meses após sua instalação, ela gerou o primeiro texto sobre a fábrica intitulada “Progresso Industrial” estampou a capa do jornal:

Visitamos, há dias, a fábrica de conservas que foi propriedade do senhor Victor Michel e que hoje pertence ao Srs. Leal, Santos & C., sendo dirigida pelo distinto jovem industrial, o cidadão Antônio Marques Leal Pancada. É um estabelecimento de pequenas proporções, porém que **tende a desenvolver-se com os maiores elementos de propriedade**, quando a pesca entre nós tiver saído do sistema rudimentar em que se acha, desde que haja homens que não se limitem, por assim dizer, a colher em suas redes o peixe que vem aos baixios. [...] Como é fácil de compreender, não é nosso fim dar uma descrição da fábrica de conservas desta cidade, porque isso teria o **limite de uma notícia mais de reclame do que de proveito para nosso meio industrial**. Outros, e muitos diversos, são os nossos intuitos. O que objetivamente temos em vista é falar de uma outra indústria, **de uma fonte de riqueza para quem souber explorá-la capazmente, dando a esta cidade que tem sido a burra de opulências fictícias fora do seu circuito, em um novo fator de engrandecimento**. (*Echo do Sul*, 06/05/1890, p. 1 – grifo meu).

Sobre a história da fábrica, nota-se que nessa altura a Leal Santos era descrita como de pequenas proporções e administrada por Antônio Marques Leal Pancada, filho mais velho de Francisco Pancada e sócio comandito da Leal Santos. Já no que tange ao discurso utilizado pela imprensa para apresentar e defender a indústria, como fonte de riqueza, percebe-se a posição tomada pela folha frente à industrialização, mas salientando que o intuito do jornal às discussões sobre industrialização que permeavam o país. Continua dizendo que o objetivo da matéria não é fazer uma propaganda da fábrica e sim incentivar o meio industrial. Ou seja, a folha mostra-se preocupada em demarcar sua posição, mas pondera que não está trabalhando com o intuito de “vender” a fábrica, principalmente para que a matéria não seja vista como uma encomenda, ou uma propaganda da empresa.

No momento da visita, a Leal Santos havia se instalado na cidade há poucos meses, e trabalhava apenas com a fabricação de conservas e enlatados. O texto segue:

De outros empreendimentos correlatos surgirá o ponto de partida para empresas de maior arrojo, estimulando a iniciativa particular e oferecendo ao consumo local e a exportação de novos produtos de reconhecida utilidade. **É uma ideia que levantamos dispendiosamente, tendo apenas em vista o engrandecimento industrial deste pequeno torrão, que, obedecendo os princípios da boa escola, não deve cruzar os braços na esperança de que os governos tudo façam, quando outras localidades, em tudo inferiores a nossa, recomendam-se por trabalhos de não menos importância. Há entre nós, homens capazes de meter ombros a empresa tão vantajosa, e é para eles que apelamos, crentes, como somos, de que não desprezarão a nossa iniciativa de propagandistas com o fito na grandeza geral de um povo unido, laborioso e que tem sido árbitro de todas as questões comerciais a que está ligado o Rio Grande do Sul.** Esperamos que a lembrança seja aceita, para termos ocasião de ampliar o trabalho hoje encetado. **Os componentes, os que, melhor do que nós, tenham estudado, devem trazer-nos concurso patriótico – em bem do futuro industrial desta cidade, que tanto vale e que tem valor para as maiores conquistas.** (*Echo do Sul*, 06/05/1890 – p. 1 – grifos meu).

O jornal faz um chamado. Clama aos “homens capazes de meter ombros” o investimento no setor industrial local, que reconhecem o potencial da região e do “povo unido, laborioso” do Rio Grande do Sul. Propõe um incentivo da industrialização, através da criação de estabelecimentos industriais a valorização do consumo do que é local e da exportação. Nesse caso há uma relação direta da cidade com o desenvolvimento do restante do Estado, principalmente pela sua localização portuária. Conforme visto no capítulo anterior, a posição geográfica da cidade sempre foi um fator positivo que motivou a instalação de diversas indústrias e casas comerciais. Por último, há também ideias nacionalistas e patrióticas vinculadas ao clamor da industrialização, tal como já apresentado nos capítulos anteriores. O uso dos adjetivos para referenciar aqueles que levam a “grandeza industrial”

para a localidade e não ficam de “braços cruzados”, demonstra claramente o intuito de incentivar o desenvolvimento local por meio da indústria e os valores atribuídos para os que seguem o caminho industrial. A expressão “braços cruzados” também pode ser vista como uma crítica aos que ainda não adeririam o movimento do “progresso”, torna-se uma posição, um juízo de valor sobre os que estão de fora desse círculo.

As notícias e demais textos jornalísticos sobre a indústria e estabelecimentos comerciais, no *Echo do Sul* normalmente são motivados por um “acontecimento”. O acontecimento que vira notícia, conforme já mencionado, passa por um processo de seleção e classificação mediada por diversas forças e fatores, e, portanto, sofre alteração com o passar do tempo, de mudanças sociais e culturais. Mas também localizei notícias para além de “acontecimentos”, como é o caso, do recebimento de amostras de produtos da Leal Santos & C para a equipe de redação do jornal, fato que é noticiado não só no *Echo do Sul*, mas como nos demais jornais analisados (*A Federação* e *O País*).

Conservas alimentícias

As fábricas de conservas Leal, Santos & C., **desta cidade e de Lisboa**, contam de longa data a sua existência, para que encarecemos dos seus produtos. Os progressos que ultimamente têm feito garantem-lhes **futuro seguro**, justificativo do **renome que gozam**. Para que, pois, encarecemos a **excelência dos produtos** cujas amostras nos obsequiaram ante-ontem? **Todos muito bons, tanto os de salmoura, como carne de carneiro, de porco, perdizes, etc, como as de doces – peras, maçãs, pêssegos e outras frutas. Gratos, muito gratos à gentileza do digno gerente das referidas nesta cidade, o Sr. Barros** (*Echo do Sul*, 09/01/1894, p. 1- grifo meu).

O envio de produtos para os jornais era uma forma estratégica de conseguir a atenção da imprensa e de fazer propaganda deles. Quase como uma moeda de troca, um agrado para os jornalistas que acabavam escrevendo sobre a experiência de provar os produtos e assim divulgava na edição seguinte. Essa troca pode ser vista como uma das forças influenciadores dos jornais. Seria, portanto, o ato de presentear os jornais com produtos como uma forma de patrocínio? De pagamento? De encomenda de notícias ou de divulgação?

A inauguração da Leal Santos ou seus anos iniciais não foram noticiados pelos jornais *A Federação* e *O País*, que apresentaram alguns anos depois algumas propagandas dos produtos Leal Santos na parte de anúncio e classificados, sendo o primeiro em 1891, no *A Federação*, e em 1895 *O Paiz* começa a anunciar a venda dos produtos em seus estabelecimentos representantes (Figuras 44 e 45):

Figura 44: Anúncio Leal, Santos & C.



Fonte: Jornal *A Federação*, 02.01.1891 - p. 4.

Figura 45: Anúncio produtos Leal, Santos & C.



Fonte: Jornal *O Paiz*, 14/06/1895 - p. 8.

Em 1895 o *Echo do Sul* iniciou uma série de textos titulada “Nossa indústria”, que mais uma vez valoriza a indústria local, fortalecendo esse movimento como uma das principais bandeiras do jornal. No primeiro texto da série, escreveram a seguinte abertura:

Nossa indústria

A imprensa no desempenho da nossa nobre missão, cumpre concorrer, quanto em si couber, para o levantamento e prosperidade da indústria nacional, porque ela é um ramo de atividade humana que constitui preciosa fonte de abundância e riqueza pública. Há nesta cidade um certo número de estabelecimentos industriais que estão a merecer **nosso apoio e o do público, pelos benéficos resultados que apresentam e pelo muito que deles tem o povo a esperar.** É nesse intuito que iniciamos numa série de artigos sobre a nossa indústria, supondo assim **prestar valioso concurso à causa pública** (*Echo do Sul*, 17/10/1895, p.1 - grifo meu).

A partir de então, o *Echo do Sul* aponta, novamente, o lado que defende a luta por uma industrialização brasileira para adquirir a modernização desejada do período republicano. Esse discurso se assemelha com o que Nícia Luz (1975) apresenta como o discurso característico do movimento a favor da industrialização durante a primeira república: que precisava colocar sua validade em xeque, e convencer o governo e os demais grupos de que a indústria era uma oportunidade para levar o país para a modernização. Nesse mesmo aspecto, Luis Martins afirma que, além dos argumentos de cunho econômico, os grupos a favor da industrialização agregaram à sua defesa

[...] elementos mais amplos de interesse da coletividade, que envolviam desde a possibilidade de a manufatura resolver uma série de problemas pontuais – como a ocupação da força de trabalho ociosa nas grandes cidades – até a tese de que ela seria a única alternativa para tornar o Brasil uma nação rica e poderosa (MARTINS, 2015, p. 92).

Esses argumentos podem ser localizados no extrato do *Echo do Sul*, pois clamam à população e à causa pública os valores e benefícios que as indústrias podem trazer. Nesse caso, dando seguimento à série, o jornal escreve sobre o Moinho Riograndense, Fábrica de Charutos Poock, Fábrica de Conservas Santa Cruz e, por fim, a Leal, Santos & C.:

Nossa indústria

Fábrica de Conservas

Vimos, hoje, tratar da fábrica a vapor, de conservas alimentícias dos srs. Leal Santos & C., estabelecida nesta praça e por nós, há dias, visitada. A casa matriz desta firma é em Lisboa, tendo como filises a daqui e uma outra em Cascais, gerando a sociedade com o capital de 700 contos de réis. A filial do Rio Grande, que é a de que vamos especialmente tratar, foi fundada em 1889, construindo-se para ela edifício apropriado em 1892. O número de operários que ali trabalhavam varia de 70 a 130, conforme a época (*Echo do Sul*, 06/12/1895, p. 1.).

Nesse trecho, o jornal informa sobre a relação entre matriz e filial. Entretanto, a existência de uma filial localizada em Cascais, local de nascimento e habitação de Francisco Pancada, como foi apresentado no primeiro capítulo, é desconhecida. Não localizei em nenhuma outra fonte ou referência bibliográfica, informação que comprove esse dado. O texto segue apresentando características e dados sobre a fábrica Leal Santos, o funcionamento das seções e das máquinas que, naquele momento, fabricavam as conservas de carnes e frutas.

[...] O estabelecimento, que é situado a rua Aquidaban, antiga chácara do finado Gabriel José de Oliveira, dispõe de vastas oficinas, espaçosas acomodações para moradia dos operários de armazéns para depósitos, etc. sendo enorme a área edificada. As máquinas são muitas e das mais aperfeiçoadas. **A indústria de que vimos falando beneficia e anima muitas outras**, como a da pesca, a pastoril, a agrícola, sendo extraordinário o desenvolvimento que, nestes últimos tempos, tem tomado a cultura de frutas e outros produtos da Ilha dos Marinheiros, devido ao consumo que os agricultores acham para ditos produtos. O depósito de latas com conservas da fábrica dos srs. Leal Santos & C., desta praça, regula de 300.000 a 500.000, conforme a época do ano, além dos depósitos que a fábrica tem em todos os mercados a mais importantes da República, a começar por Manaus (*Echo do Sul*, 06/12/1895, p. 1.).

A Leal Santos já funcionava em Rio Grande há pouco mais de cinco anos, já possuía um novo prédio, na Rua Aquidaban, sendo o prédio que vai permanecer até o fim do recorte temporal dessa tese. Nessa notícia dois fatores são destacados pelo jornal, o primeiro é o incentivo local que a indústria proporciona, tendo em vista que a Leal Santos se abastece da

Ilha dos Marinheiros e da produção agrícola local. O outro é o potencial de venda para outras regiões do país, que dá ênfase para Manaus⁸⁵. Essa é uma das características apresentadas por Mertz (1991) como uma das mais marcantes das indústrias da região sul do Rio Grande do Sul, cidades de Rio Grande e Pelotas, pois tinham “o objetivo de exportar sua produção para o mercado nacional” (MERTZ, 1991, p. 424), e para isso aproveitaram os mercados criados anteriormente para exportação da pecuária e, assim, necessitavam estar localizadas perto de portos marítimos, tal como foi abordado no capítulo anterior.

Forma-se então um polo industrial regional que impulsiona o mercado interno, e se espalha pelo território nacional. Além dessas, o texto do *Echo do Sul* finaliza apresentando outras características do pensamento progressista, industrial e modernizador do período:

Uma das grandes vantagens que oferece o referido estabelecimento industrial é ir baixando os preços de seus produtos a medida que aumenta a produção, de forma **como acontece com as grandes indústrias europeias, os lucros representam uma insignificante porcentagem sobre o capital. Sob a criteriosa e inteligente direção dos dignos irmãos e honrados cavalheiros Srs. Manoel Marques Leal Pancada e Henrique Leal Pancada, aos quais dirigimos sinceras felicitações, desenvolvem a fábrica o seu movimento produtor e a sua exportação de um modo lisonjeiro.** Agradecendo a maneira atenciosa porque fomos tratados durante nossa visita, aqui manifestamos a satisfação que sentimos em **podermos afirmar que a fábrica dos srs. Leal Santos & C. estabelecida nesta praça, é um grande fator de progresso local** (*Echo do Sul*, 06/12/1895, p. 1 - grifo meu).

Novamente é possível perceber a forma pela qual o periódico se refere à fábrica e seus proprietários, utilizando adjetivos que qualificam e engrandecem seu trabalho. Somado a isso, conclui afirmando que a Leal Santos “é um grande fator de progresso local”. Em busca de seu “lugar ao Sol”, a fábrica investia em sua divulgação e na conquista de novos e consolidados de mercados. Para isso, aproveitou as oportunidades das exposições industriais e comerciais que se espalharam pelo Brasil durante a república, como será explorado posteriormente. A primeira notícia sobre a Leal Santos no jornal do Rio de Janeiro, *O Paiz*, era justamente sobre a participação em uma dessas exposições.

A notícia inicia parabenizando a Leal Santos por ser uma indústria que explora os recursos naturais que o Brasil oferece, sendo um exemplo de estabelecimento que dialoga com uma característica agroexportadora e com fontes naturais de riqueza. Sobre isso, Luz

⁸⁵ Manaus vai ser um dos grandes mercados da Leal Santos & C. durante quase toda sua trajetória. Além das cidades de Porto Alegre e Rio de Janeiro, Manaus apresenta um significativo número de ocorrências sobre a Leal Santos nos jornais da Biblioteca Nacional no período estudado. Além disso, o alcance até o Amazonas é sempre destacado pela imprensa estudada.

aponta que “essa tendência em favorecer antes de tudo as riquezas naturais ocorreu frequentemente no pensamento econômico brasileiro, no século XIX, e na República, seria o fundamento do conceito de indústria natural versus indústria artificial” (LUZ, 1975, p. 29). Aliado a esse discurso, *O Paiz* continua seu texto apresentando outros critérios norteadores do embate que permeou a origem das indústrias no Brasil:

O arranjo dos produtos é asseado, **mas embirramos, como sempre embirramos com a tendência de dar lhe ainda que furtiva feição estrangeira.** Não atinamos com a razão por que figuram nos rótulos que envolvem as latas dessas conservas as armas portuguesas, e destacadamente a palavra Lisboa. Parece que os srs. Leal, Santos & c. têm casa em Rio Grande e em Lisboa, mas isso que podia ser claramente indicado em tais rótulos não obrigava as armas portuguesas nem a supressão das brasileiras, isso que é motivo de orgulho para um estabelecimento industrial não desculpa o serem as palavras Rio Grande do Sul postas menos em evidência do que a palavra Lisboa. **Hão de perdoar-nos os srs. Expositores, mas seremos implacáveis nesta questão. Se cada um industrial não for bastante caprichoso e dominado por lucilante amor próprio brasileiro para nacionalizar altivamente o seu produto havemos de sempre dignar em plano obscuro e até desprezível como país na [ilegível]. Que o industrial no Brasil tenha o lucro da sua indústria, mas que dê também ao Brasil, a glória de sua fama.** E, quando essa glória manufatureira for empanada pela inferioridade dos produtos, tenha cada um a sua responsabilidade nominal, além de que, por honra do próprio nome, cada um melhorar o processo da fábrica e trate de impor-se pela superioridade. (*O Paiz*, 09/01/1896, p. 2 - grifo meu).

A indignação do *O Paiz* se dá na apresentação da Leal, Santos & C. enfatizando a sua origem lusitana e a fábrica em Lisboa, durante a Exposição Industrial que ocorria no Rio de Janeiro. Não perdoando os industriais por essa “falha”, segundo a visão do jornal, dão pontos que atestam a visão industrial nacionalista que a folha defendia. O pensamento nacionalista aliado ao progresso e a industrialização são características que se encontram desde o período imperial e perpetuam de alguma forma no início da República (LUZ, 1975). Segundo Nícia

O pensamento que presidiu o movimento industrialista a partir da década de quarenta já apresentava um cunho mais acentuadamente nacionalista, pleiteando francamente uma política de proteção alfandegária com o objetivo de salvaguardar a independência econômica da nação (LUZ, 1975, p. 50).

Esse pensamento tinha como base, segundo a autora, os exemplos europeus e norte-americanos de industrialização que se motivaram no caráter patriótico para se estabelecer. Entretanto, para Luz (1975), esse discurso não teve muita força nesse período (primeira metade do XIX), mas acabou encontrando alguns representantes com o passar das décadas. Os nomes de Serzeldo Corrêa, Amaro Cavalcanti e Felício dos Santos são apontados pela autora como os principais do movimento industrialista nacionalista brasileiro. Cavalcanti possuía

uma visão mais otimista do país e de suas indústrias, já Corrêa tinha um pensamento fruto das crises vividas na década de 90 e “frisava não apenas o desenvolvimento industrial, mas o de toda a produção do país” (LUZ, 1975, p. 70).

O pensamento nacionalista atrelado à industrialização e o progresso era um paradoxo complexo, pois, grande parte das indústrias nascentes nesse período tinham estrangeiros envolvidos ou com capital estrangeiro ou por serem imigrantes. Caio Prado Júnior (1990), Boris Fausto (1995), bem como autores que estudam a industrialização na região sul como Martins (2005) e Copstein (1975), indicam a forte influência estrangeira nas indústrias espalhadas pelo país. “Não esqueçamos também a participação de tantos estrangeiros nas atividades econômicas do país, e ocupando, sobretudo no comércio e na indústria posições de relevo” (PRADO JÚNIOR, 1990, p. 156).

Portanto, ao mesmo tempo em que se incentivava a industrialização por um viés nacionalista e de progresso brasileiro, com o intuito de alavancar o país e o levar rumo a padrões europeus de um país moderno, esse caminho era percorrido com a forte participação de estrangeiros, seja pela origem dos proprietários, pela origem do capital ou, ainda, da compra das máquinas e da nacionalidade dos operários. Aliado a isso, também é possível atribuir o fato de que as primeiras indústrias brasileiras surgiram com o intuito de substituir os produtos importados, e que ao fazer propaganda do seu “estrangeirismo”, poderia afetar e prejudicar as demais indústrias ou a campanha pró-industrialização do momento.

Todos esses aspectos tangenciam a Leal Santos & C., pois ela é fundada por um imigrante português, com brasileiros, tem origem em Lisboa (matriz) e capital português e brasileiro. Além disso, é uma empresa com perfil de substituição de importação, sobretudo com os seus biscoitos, que são anunciados pela primeira vez em 1897, onde o papel desses imigrantes e do capital estrangeiro também pode ser atestado:

Nova Fábrica

A cidade do Rio Grande, onde diferentes ramos industriais se desenvolvem de modo lisonjeiro, vai ter, dentro em breve, mais um estabelecimento de primeira ordem, a concorrer para a prosperidade local. A conceituada empresa que nesta praça gira sob a razão social de Leal Santos & Comp. A que pertence a importante fábrica de conservas alimentícias estabelecidas a rua G Portinho, prepara-se para dotar a cidade com uma grande fábrica de biscoitos. Para esse fim, fez a referida firma aquisição do prédio, material e pertencentes da extinta Industrial Mercantil, dispondo do que era desnecessário aos seus intentos e mandando vir da Europa tudo mais quanto se tornava mister a criação da nova fábrica. Assim é que, o distinto industrialista português Sr. José Antônio dos Santos, sócio daquela honrada

firma, o qual achasse em viagem, traz de Portugal o material preciso, engenheiro, mestre e algum pessoal habilitado que aqui vai se montar (*Echo do Sul*, 03/12/1897, p.1).

O *Echo do Sul* anuncia, então, que em pouco tempo a cidade do Rio Grande contará também com uma fábrica de biscoitos, sob a responsabilidade da Leal Santos & C. Para a abertura da fábrica de biscoitos foi necessário trazer de Portugal material e uma equipe capacitada para trabalhar na nova fábrica. Entretanto, ratifico que José Antônio dos Santos, sócio comandito da Leal Santos era brasileiro, genro de Francisco Pancada e também responsável pela fábrica em Lisboa, tal como apresentado nos capítulos anteriores. Nessa notícia, é interessante observar a complexidade entre a relação nacionalista e o estrangeiro, dentro do cenário industrial. O orgulho de uma indústria patriótica permeia a valorização da tecnologia europeia, assim como a mão-de-obra, como é visto nessa matéria do *Echo do Sul* – ao dizer que trazem da Europa tudo que há de melhor e essencial para a abertura da fábrica.

A vinda de imigrantes para ser mão-de-obra da nascente indústria não era novidade no Brasil, segundo Guadalupe Menta (2008), a nova realidade vivida pelo país nesse momento exigia pessoas qualificadas em certo nível, e capazes de manusear as tecnologias da época. Para a autora, os europeus que vinham em busca de novas oportunidades acabavam facilmente se encaixando em um ritmo de vida que muitos já estavam acostumados em seus países de origem. Na mesma linha, Boris Fausto (1995) afirma que o processo de expansão e industrialização vivido no Rio Grande do Sul já havia acontecido na Europa,

[...] não exigindo dos imigrantes maiores conhecimentos nem investimentos muito elevados. Depoimentos pessoais e históricos de firmas retratam viagens ao exterior para aquisição de máquinas, correspondência com outros países para informações sobre técnicas, [...] (FAUSTO, 1995, p. 399)

Esse foi um contexto importante na instalação da Leal Santos em Rio Grande e aponta fatores relacionados com a complexidade do movimento industrial vivido. Sobre a abertura da fábrica, a notícia continua:

O mencionado Sr. Santos deve chegar, hoje, num paquete inglês a capital da República Oriental, sendo possível ali encontre ainda o paquete Porto Alegre, que o trará bem como as demais pessoas e os objetos que se destinam à nova fábrica. É verdadeiramente satisfeito que damos ao público esta notícia, agradável sem dúvida, **a quantos encaram seriamente o futuro desta terra**. Além dos grandes benefícios da localidade, vendendo em conta os seus produtos, **a nova fábrica virá aumentar as rendas municipais, dar trabalho a grande número de pessoas e maior animação a nossa atividade, não sendo de pequena ponderância o efeito moral que nos resulta de um estabelecimento como esse, que será em breve uma feliz realidade. Os srs Leal Santos & C vão prestar serviço valioso ao Rio Grande, com a criação da fábrica de biscoitos** (*Echo do Sul*, 03/12/1897, p.1).

Os argumentos que buscam legitimar a modernização e o progresso brasileiro por meio da indústria tornam a aparecer no jornal. O número de empregos destacado na notícia como aspecto positivo aponta para um dos problemas enfrentados no período, tendo em vista que as cidades se inflavam de pessoas que buscavam uma oportunidade no mundo “moderno”. Cada vez maior o deslocamento do mundo rural para os centros urbanos, essas pessoas buscavam empregos para participarem do sistema capitalista que se instaurava. Nesse caso, não eram apenas os imigrantes que compunham o grupo de operários das fábricas, mas também brasileiros que antes ficavam à margem do sistema escravista terminado em 1888.

[...] A indústria nascente, para que o trabalho escravo mostrar-se-á desde logo ineficaz, encontrará naqueles setores da população um largo, fácil e barato suprimento de mão-de-obra. E será esta a origem do proletariado industrial brasileiro, o que explicará no futuro muito das suas características e da sua evolução (PRADO JÚNIOR, 1990, p. 198).

Esses indivíduos, brasileiros ou imigrantes, formaram grande parte da classe operária do país, o que não seria diferente na nova fábrica de biscoitos Leal Santos & C.. Portanto, aos poucos seria formada uma nova oportunidade de empregos e um novo grupo de operários na cidade. Entretanto, a “feliz realidade” da inauguração da fábrica de biscoitos foi, em 29/04/1898, surpreendida com um grande incêndio na fábrica de biscoitos, que ainda não havia sido inaugurada.

Ontem, pouco depois do meio-dia, hora em que os operários achavam ausentes para almoçar, manifestou-se um horroroso incêndio na fábrica de biscoitos, novo estabelecimento industrial dos srs. Leal, Santos & Wald, a rua Aquidaban, no prédio que pertenceu à Industrial Mercantil. O incêndio teve início no compartimento ocupado pela estufa que se acha colocada em cima do forno do fabrico dos biscoitos (*Echo do Sul*, 30/04/1898, p.2).

O incêndio surpreendeu a todos e atrasou a inauguração da fábrica que, conforme a notícia do incêndio, deveria ser realizada no dia seguinte ao sinistro. Seu funcionamento era restrito e voltado apenas para o treinamento dos operários e arranjo das máquinas, tal como segue a notícia:

Vinte e duas máquinas novas, de modernos sistemas destinados ao fabrico de biscoitos foram grandemente danificadas, senão que inutilizadas de todo. Apesar de completamente montada, a fábrica ainda não funcionava de todo, cifrando-se os trabalhos em simples experiências, havendo em depósito grande quantidade de biscoitos. Amanhã deveria ser o novo núcleo industrial inaugurado, admitindo então maior número de empregados, como exigiria a importância de seus trabalhos. [...] A fábrica está segura em duas companhias estrangeiras, sendo os prejuízos calculados em quantia superior a cento e cinquenta contos de réis. (*Echo do Sul*, 30/04/1898, p.2).

Portanto, o investimento realizado com a compra de maquinários e demais estruturas móveis e imóveis para a fábrica de biscoitos havia sido praticamente perdido. Outros jornais

nacionais também noticiaram o incêndio da Leal Santos & Wald, como é o caso da folha paulista *A Nação*. Entretanto, em menos de dois meses a Leal, Santos & Wald conseguiu realizar a restauração de parte do prédio, colocando uma nova cumeeira.

Festa Operária

Foi ontem levantada a nova cumeeira do edifício da fábrica de biscoitos dos srs. Leal, Santos & Wald, na parte há meses devorada por um incêndio. O ato teve caráter festivo, servindo-se uma lauta mesa, presidida pelos honrados industrialistas proprietários do estabelecimento, e nela sentaram-se todos os operários encarregados da reconstrução do edifício, em número superior a quarenta. A mais franca alegria presidiu a festa, coisa natural naquelas em que tomam parte os filhos do povo, os heróis do trabalho. Os nossos amigos srs. Dr. Manoel e Leonel Marques Leal Pancada e Carlos Wald, membros da firma proprietária da fábrica de biscoitos, foram de um cavalheirismo digno de seus caracteres, pela forma porque trataram o operariado que esteve presente à festa (*Echo do Sul*, 18/06/1898, p.1).

Portanto, em relativamente pouco tempo a fábrica conseguiu recuperar o prejuízo causado ao edifício. Nesse momento, a fábrica de biscoitos é anunciada como Leal, Santos & Wald, onde Carlos Wald seria sócio apenas da fábrica de biscoitos e não da de conservas. Não tendo encontrado mais informações sobre essa sociedade, tão pouco sobre a figura de Wald, reforço que tal sociedade e nomenclatura durou pouco tempo e, em aproximadamente um ano a fábrica de biscoitos passa a ser referenciada nas notícias apenas, e exclusivamente, como Leal Santos & C.. Há também de se destacar o esforço que a folha faz para passar ao leitor a imagem de harmonia e de gratidão entre os proprietários da firma e o classe trabalhadora, destacando “membros da firma proprietária da fábrica de biscoitos, foram de um cavalheirismo digno de seus caracteres pela forma porque trataram o operariado que esteve presente à festa”. Essa será uma característica bem exaltada por parte da imprensa local no que tange à Leal Santos, conforme poderemos ver posteriormente.

A inauguração definitiva da fábrica de biscoitos movimentou a cidade e, por parte da imprensa, houve certa euforia. O *Echo do Sul* foi convidado para a cerimônia de inauguração ocorrida no dia 22 de julho de 1898 e no momento foi lembrado o incêndio que atrasou a cerimônia

Com toda a pompa inaugurou-se ontem a fábrica de biscoitos e bolachas dos srs. Leal Santos & Wald, fábrica está que há um mês e pouco sofreu sérios prejuízos devidos ao incêndio que devorou parte do estabelecimento. Com rapidez e admirável atividade foram reparados os danos ocasionados, devido aos esforços empregados pelos seus diretores e a coadjuvação prestimosa que encontraram no sr. Manoel José Funchal. Assim é que ontem pode oferecer-nos o inestimável prazer de vê-la completamente montada e pronta a continuar os seus trabalhos (*Echo do Sul*, 23/07/1898, p.2).

Assim, o caráter de renovação e força frente ao incêndio é demarcado pela notícia no jornal local. A Leal Santos & Wald ainda é o objeto de grande parte do jornal ainda no dia seguinte, 24 de julho, dedicado para discorrer não só sobre o evento, mas sobre o progresso, a indústria e o exemplo que a fábrica de biscoitos em inauguração dava para a cidade e também para o país:

O PROGRESSO E A INDÚSTRIA

Observando atentamente o presente e o passado humano, tudo quanto em torno de nós se agita e preocupou os nossos precursores no tempo, é que melhor se compreende toda a profunda verdade contida na definição do progresso, dada pelo eminente economista Ives Guyot. **O progresso, diz ele, está na razão inversa da ação coativa do homem sobre o homem e na razão direta da ação do homem sobre as coisas.** Nas sociedades atrasadas a ocupação dominante é a guerra, o domínio do homem sobre o homem. **A proporção, porém, que ele vai procurando extrair da natureza os seus recursos, os seus instintos de ferocidade se vão adoçando e o espírito de sociabilidade aparece, como o primeiro elo do progresso.** A tendência de todos os selvagens e, como muito bem nota Bagehot, de todos os ignorantes a perseguição, é um fato verdadeiro, não só nessas sociedades rudimentares como nas nossas sociedades civilizadas, onde são representadas todas as séries de desenvolvimento humano desde o puro selvagem, nos criminosos e tipos degenerados, ignorantes e perversos, refratários à civilização, até os mais elevados representantes da espécie em quem melhor e mais fortemente se manifestam as potências das suas tríplexes **faculdades a vontade, a sensibilidade e a inteligência, pela energia da atividade, a virtude e a ciência** (*Echo do Sul*, 24/07/1898, p. 2 - grifo meu).

A abertura do texto dá o tom. Citando políticos franceses, jornalistas e economistas do século XIX, o *Echo do Sul* introduz o texto titulado “Progresso e indústria” demonstrando o quanto as sociedades civilizadas e mais desenvolvidas devem utilizar, para assim se concretizarem, os recursos oferecidos para o trabalho. O homem moderno é aquele que se distancia de suas atividades mais “selvagens” e se aproxima do trabalho, da ciência, da tecnologia, do progresso. Este último sendo definido aqui como “razão inversa da ação coativa do homem sobre o homem e na razão direta da ação do homem sobre as coisas”. Aqui, vale retomar a ideia de Norbet Elias (1994), sobre o que se entende por civilizado no período, e de outros autores sobre o assunto. Segundo Silva (2015), o século XIX foi marcado pela distinção e categorização das sociedades em grupos, entre eles os civilizados, os bárbaros, e os selvagens.

Eram classificações para explicar o “desenvolvimento” ou o “progresso” dos povos. O que definiria uma civilização seria a existência do Estado, a família monogâmica e a propriedade (privada). Segundo essa concepção ainda, uma civilização detinha conhecimentos, organização e inovações tecnológicas o que lhe diferenciava dos estágios da selvageria e barbárie. Essas ideias baseadas no evolucionismo eram profundamente etnocêntricas, uma vez que julgavam outros povos a partir de valores alguns poucos considerados

superiores, influenciaram o pensamento sobre os povos não europeus: indígenas, africanos e asiáticos que passaram a ser vistos como primitivos, atrasados e inferiores (SILVA, 2015, p. 2).

Portanto, percebe-se que a mentalidade do período estava – de certa forma – influenciada por tais valores e pensamentos, e norteava grande parte da busca pelo progresso e modernização. Tudo indica que o jornal *Echo do Sul*, principalmente, identificava na indústria o caminho para adaptação dos modelos civilizatórios europeus do período, e para o progresso científico e tecnológico almejado. Continuando o texto, o jornal escreve:

Desde, porém, que o homem começou a dirigir seu esforço sobre o mundo material para pôr ao serviço das suas necessidades as propriedades físico-químicas dos corpos, desde que os progressos e as descobertas das ciências que lhe permitiram cada vez mais estender sobre eles o seu domínio, a perseguição do semelhante deixou de ser o objeto de todas as suas cogitações para consagrá-las inteiramente ao trabalho e ao aumento incessante e progressivo da produção. A indústria fabril é a última e a mais nobre expressão do aperfeiçoamento dessa atividade do homem, pela complexidade das forças que põe em jogo e pela multiplicidade dos efeitos que realiza. De fato, ela utiliza pela aplicação da máquina as forças físicas e químicas transformando a matéria bruta em produtos úteis ao homem quer para a sua alimentação, quer para seu adorno ou conforto. É esta ideia mais ou menos clara que temos da sua importância que nos faz dizer sempre que se funda numa localidade um estabelecimento desta ordem, que um grande progresso lhe advirá. E com razão porque ela alimentará uma porção de atividades, as quais se especializaram numa variedade enorme de interesses (*Echo do Sul*, 24/07/1898, p. 2 - grifo meu).

À medida que o texto se desenvolve, as características de um pensamento progressista e pró industrialização ficam mais evidentes. Entretanto, há também a presença marcante de um discurso positivista no jornal. A aproximação da ciência e a ênfase dada ao progresso que é adquirido quando se dedica ao emprego do corpo e as descobertas científicas ao trabalho podem ser relacionadas com o pensamento positivista encontrado fortemente no Rio Grande do Sul. Nicolau Sevcenko (1998) escrevendo sobre o final do século XIX, ainda durante o Brasil Império, aponta as influências do pensamento positivismo Comteano encontrado na nova elite brasileira. No caso específico do estado do Rio Grande do Sul, essa relação é ainda mais forte por conta do partido Republicano Rio-Grandense,

[...] Formado ideologicamente pelo positivismo, o PRR objetivou ir ao encontro de todos os grupos sociais e não identificar o estado a ser implantado como porta-voz e defensor de interesses de um só segmento social [...] durante todo o percurso ao longo do qual a burguesia industrial gaúcha foi se definindo como fração de classe distinta dos demais grupos privilegiados da sociedade, o partido dominante apresentou-se a ela como veículo preferencial de viabilização dos seus interesses específicos (MERTZ, 1991, p. 437).

Nesse caso, os industrialistas gaúchos influenciados pelo positivismo agregavam os valores dos dois movimentos para construir uma nova sociedade, mais moderna, científica e desenvolvida, onde a indústria proporciona trabalho, renda, independência financeira, e uma série de outros fatores que envolve várias camadas da sociedade. Essa visão é desenvolvida pelo jornal, no seguir do texto:

Proporciona trabalho e centenas de indivíduos representando diferentes aptidões e habilidades, desde o mais humilde operário ao mestre da oficina, desde o máquinas ao gerente da fábrica. **Alimenta o movimento do comércio** entregando-lhe os seus produtos, que por sua vez são remetidos para o exterior em troca de outros artigos de importação, entrando a **contribuir para o estado, para as companhias de transporte, para os bancos e para a imprensa que se encarrega de anunciá-los por toda a parte onde pode chegar. Onde quer pois que um estabelecimento desta ordem se monte e prospere, a localidade experimenta uma transformação relativa na sua existência em razão das forças que põe em atividade, do aumento do trabalho, das relações que estabelece nas diferentes espécies dos seus representantes, do aumento de vida que desenvolve e da ação que todos estes elementos exercem por sua vez sobre o meio**, pois que fornecendo os meios de existência a uma maior soma de indivíduos implicitamente **favorece o crescimento da população** (*Echo do Sul*, 24/07/1898, p. 2 - grifo meu).

Aqui, portanto, ficam claros os argumentos utilizados pelo jornal para incentivar a industrialização, elegendo tudo o que para eles é benéfico e contribui para a sociedade como um todo. Interessante também observar que dentre as qualidades levantadas pelo jornal, advindas da indústria, há também a contribuição para a imprensa “que se encarrega de anunciá-los por toda a parte onde pode chegar”. Nesse trecho o *Echo do Sul* se coloca, novamente, como responsável em divulgar os “grandes feitos” das indústrias em qualquer lugar, e contribuir para o “engrandecimento” da sociedade. O *Echo do Sul* estaria, portanto, cumprindo o que entende por sua missão enquanto jornal e valorizando a indústria local e talvez, por isso, também tenha sido convidado para a cerimônia de abertura juntamente com outros jornais locais.

É um texto propagandístico da industrialização e, levando em consideração o público leitor do jornal, é voltado para uma elite local que poderia se identificar com o texto e concordar com os elementos ali levantados. Ou, ainda, conseguir convencer a camada populacional riograndina que não compartilhava dessa visão. Entretanto, tal como apresentado no terceiro capítulo, a cidade vivia a sua primeira fase industrial, e que até aquele ano já haviam sido instaladas a Fábrica Rheingantz (1873), Fábrica de Charutos Pooch (1891), Fábrica de Tecidos Ítalo-brasileira (1894) e alguns outros estabelecimentos menores como cervejarias, o Moinho Rio Grandense, e outras fábricas de conservas além da Leal

Santos, percebemos que Rio Grande vivia em torno das indústrias que se instalavam, e da atividade portuária e comercial. Assim, tal discurso fortalecia o caráter industrial que a cidade vivenciava, dando ênfase para a importância local e, possivelmente, incentivando outras industriais da região a aqui se instalarem.

Nesse caso, é um texto com fortes indícios de direcionamento de público, pois considerando a grande quantidade de anúncios dessas e de outras empresas locais - comerciais e industriais - existentes nas folhas que trabalham como patrocinadoras do periódico. Ou seja, partindo do pressuposto de que era uma mentalidade em alta na cidade e que provavelmente era compartilhada por vários grupos e camadas locais. Rio Grande, que até então tinha vivido em torno da exportação de produtos da pecuária, e do charque pelotense, pelo seu porto marítimo, estava, naquele momento, se tornando uma referência na industrialização e a cidade crescia em torno disso, alterando também seu espaço urbano (MARTINS; PIMENTA, 2004). Retomando a matéria do *Echo do Sul*, a notícia é concluída da seguinte forma:

Tais foram as considerações que nos ocorreram em relação a **futurosa fábrica de biscoitos e bolachas** dos srs. Leal, Santos & Wald, estabelecimento que **afirma para a nossa localidade um progresso evidente** pelas suas proporções, pela excelente qualidade dos seus produtos e que **junto aos que já possuímos constitui nesta cidade um núcleo industrial já bastante apreciável**. É extremamente consolador para nós este fato pelo contraste que apresenta o nosso desenvolvimento social com a situação política, porque enquanto que esta se aferra a um dogmatismo estreito, compressor, e retrógrado, tentando abafar o **movimento do Progresso**, pela confiscação da liberdade e pela perseguição odiosa contra o homem tal qual nas sociedades bárbaras, vai aquele entranhando-se em frutos opimos, e pela sua ação persistente sobre as coisas concorrendo para estabelecer espíritos uma atmosfera de **independência, de ordem, de liberdade e de interesses** que anularão por completo a possibilidade de entre nós jamais desenvolver-se e medrar o despotismo arbitrário (*Echo do Sul*, 24/07/1898, p. 2 - grifo meu).

O jornal tem o cuidado em não esquecer das outras indústrias que já se encontram na cidade e que juntas contribuem para o “núcleo industrial”, o que corrobora com a visão de este ser um discurso direcionado para a elite industrial local. Apontam ainda de maneira indireta, alguns possíveis inimigos do movimento, dentro da política, que perseguem os nomes do progresso como fazem os homens “bárbaros”. Esse foi, portanto, o texto publicado no jornal da cidade após a cerimônia de inauguração da fábrica de biscoitos. Nos demais jornais estudados apenas *O Paiz* noticiou o novo estabelecimento, mas em tons menos brandos, na seção telegráfica:

Avulsos
Rio Grande, 22

Foi inaugurada hoje a fábrica de biscoitos dos Srs. Leal Santos & Wald. Compareceram autoridades federais e locais, o alto comércio, representantes da imprensa e mais classes, grande concurso de povo e muitas famílias. Nos banquetes oferecidos aos convidados e os operários a imprensa foi altamente distinguida e comunica o fato que constitui a importância industrial do Rio Grande; pois os produtos são de primeira ordem e rivalizam com os melhores similares estrangeiros. Saudações – Redações do Diário, do Echo, do Artista, da Tribuna, da cidade e do Echo Operário (*O Paiz*, 25/07/1898, p. 1).

Percebe-se, portanto, que desde o surgimento da fábrica de biscoitos da Leal Santos, o principal objetivo era a concorrência e substituição dos biscoitos estrangeiros. Tal como visto no capítulo anterior, o final do século XIX foi o momento de maior abertura de fábricas desse setor, não só no Brasil como em outros países da Europa. Depois de inaugurada, a fábrica começou o processo de divulgação e venda desses biscoitos, também percebido nos estabelecimentos locais. Um dos primeiros armazéns a vender e divulgar os biscoitos é o Armazém Guilherme, localizado no centro da cidade, que promoveu uma exposição dos produtos e sua distribuição, conforme anunciado no jornal:

Hoje e amanhã o Guilherme da Silva fará no seu armazém a rua Uruguayana, esquina 16 de julho, uma esplêndida exposição de 50 qualidades dos **apreciados biscoitos** da Fábrica Leal Santos & Wald. É uma ocasião magnífica e talvez única, segundo nos afirmou o próprio Guilherme do público poder apreciar e adquirir aqueles **excelentes produtos**. E dizemos única porque dificilmente poderá encontrar colecionada tamanha e tão escolhida variedade. Festejando o sucesso conseguido pela sua prodigiosa atividade, o Guilherme iluminará a frente a conservará abertas as portas do seu estabelecimento hoje até a meia noite a amanhã todo o dia. Convidamos o público a verificar este **progresso da indústria local** e a sortir-se dos **magníficos biscoitos** e bolachas da nova indústria (*Echo do Sul*, 17/09/1898, p. 2).

Tão logo a fábrica é inaugurada e os biscoitos são colocados à venda na cidade e sempre referidos de forma positiva, no que tange a sua qualidade, pela imprensa local. Começa, assim, a nova fase da Leal Santos e o início de sua expansão na cidade e em outras localidades, que ganha mais força com a virada do século. Assim, percebe-se que o contexto de fundação da Leal Santos na cidade do Rio Grande, foi permeada pelo incentivo da imprensa local, que utilizava de um discurso pró-industrialização para fortalecer o caráter industrial que a região vivia naquele momento. Além disso, as características de fundação da fábrica, tanto de conservas quanto de biscoitos, da Leal Santos corroboram a visão de alguns autores sobre os valores modernos e eurocêntricos do período, apontando que o alto investimento da referida fábrica alimentícia em maquinário, pessoal, e qualidade dos produtos era determinante para sua qualidade, expansão e progresso.

Expansão⁸⁶

Passados os primeiros anos de instalação da Leal Santos, tanto no Brasil quanto em Portugal, a fábrica começou a realizar, paulatinamente, seu crescimento e expansão, sobretudo a partir da análise do número de filiais e mercado que a fábrica passou a ter. Nesse período, virada do século XX, inspirava uma ideia eurocêntrica de modernização, principalmente francesa e inglesa, como já abordado no capítulo anterior. No território brasileiro tal influência vai movimentar a vida comercial e industrial, sobretudo no consumo de produtos que passaram a ser vistos como distintivos, e como representação de uma pessoa moderna, o que será abordado de forma mais aprofundada nos próximos capítulos, mas que também retoma o capítulo anterior sobre as referências inglesas na produção industrial de biscoito.

Esse contexto “pano de fundo” pode também ser encontrado nos primeiros anos e na expansão da Leal Santos. Assim, compreendo esse momento de “expansão” como o despontar da fábrica no cenário nacional. Aos poucos, a fábrica que até então era alvo de notícias apenas no jornal local, passa a figurar no cenário nacional, se tornando uma referência no setor industrial. Pelo olhar da imprensa brasileira, um dos primeiros indícios de que a Leal Santos estava em crescimento, pode ser interpretado pela forma como é referenciada pelo jornal *O Paiz* em 1902:

Da conhecida fábrica de biscoitos e bolachas dos srs. Leal Santos & C do Rio Grande do Sul, recebemos quatro caixas de **finos biscoitos** das marcas Maria, Amorosos, Cavacos de Madrid e Champanhe. São todos excelentes e talvez os **melhores que de fabricação nacional conhecemos**. E o acondicionamento é perfeito, **digno do desenvolvimento industrial que o magnífico produto representa e que o faz rivalizar com o que de melhor vem do estrangeiro**. O estabelecimento dos srs. Leal Santos & C., **premiado com diploma de honra na exposição Artístico-Industrial Fluminense de 1901 e com medalha de ouro na exposição de Porto Alegre de 1901, é, indiscutivelmente, um dos primeiros da América do Sul** (*O Paiz*, 22/06/1902, p. 2 – grifos meus).

Trata-se de um biscoito “digno do desenvolvimento industrial”, que é visto pelo jornal como o melhor produto nacional do ramo e um dos primeiros da América do Sul. Além da Leal Santos, outras fábricas de biscoitos existiam no Brasil, como abordado no capítulo anterior: sendo a Fábrica Pilar, em Recife e Fábrica Duchen, em São Paulo uma das principais

⁸⁶ Cabe reforçar que a Leal Santos é uma fábrica centenária, e que o período aqui estudado retrata apenas os primeiros 30 anos de funcionamento da empresa. Nesse caso, a expansão é referente a esses anos iniciais, sobretudo a partir da abertura da fábrica de biscoitos. Entretanto, durante os 130 anos de existência, a fábrica passou por várias fases de expansão e de mercado, mas que não serão abordados nesta tese.

concorrentes no ramo do biscoito brasileiro. O que pode ser percebido dentro do caráter expansionista, é que a Leal Santos passa a ser destacada, cada vez mais, como importante dentro do cenário industrial nacional. Além de ser lembrada como uma referência na área, a Leal Santos também é descrita com uma forte repercussão no cenário nacional e internacional, conforme matéria de 1903 no *Echo do Sul*:

As nossas fábricas – Leal, Santos & C.

A fábrica de biscoitos Leal, Santos & C, foi fundada nesta cidade, em 1898, sendo o capital atual da empresa de 350:000\$000 e o número dos seus operários é de 120 entre homens e mulheres. A sua produção pode subir até 1.200 kilos diários. A área total dos terrenos da fábrica é de 12.300 metros quadrados, dos quais 3.300 edificadas, **sendo esta a mais importante fábrica neste gênero na América do Sul, tanto em extensão, número de operários e capital.** A fábrica Leal, Santos, que muito sofreu com a crise comercial destes últimos tempos, pode-se dizer que ressurgiu o ano passado, tendo diante de si um largo futuro pelos meios que emprega os seus proprietários para que a saída dos produtos se avoluma cada vez mais. **No Rio, em São Paulo e nos estados do Norte, tem três representantes que trabalham exclusivamente para a firma. Um representante da conhecida primeira casa em biscoitos, Huntley e Palmers, visitando a fábrica Leal, Santos & C disse a um dos sócios: “Há fábricas antiquíssimas em Londres que teriam de aperfeiçoar muito os seus biscoitos para rivalizarem com os que produz o seu bem montado estabelecimento, reconhecendo outro, sim, que pessoa muito experiente adquiriu os seus maquinismos que são a última palavra nesta indústria”** (*Echo do Sul*, 03/02/1903, p.1).

Ao apresentar os dados que dimensionam o tamanho da fábrica, tanto pela produção quanto pelo número de operários, o jornal enaltece o papel da Leal Santos no cenário industrial, identificando-a como “sendo esta a mais importante fábrica neste gênero na América do Sul, tanto em extensão, número de operários e capital”. Nesse caso, vale lembrar os dados apresentados no terceiro capítulo da tese, que demonstraram a relevância industrial da Leal Santos dentro do setor de biscoitos, tendo uma produção e número de operários expressivo para o momento. Em 1903, ano desta notícia, a sua maior concorrente (Duchen), ainda não produzia a nível industrial, nesse caso, aumentando as chances da Leal Santos ser a de maior relevância dentro deste gênero no país. Ao referenciar a fábrica como portadora de força para ressurgir da crise e das dificuldades comerciais, o jornal a torna também um símbolo e um exemplo industrial para o período.

Aliado a isso, a folha incluiu o depoimento do representante da *Huntley and Palmers* elogiando a qualidade dos biscoitos Leal Santos & C. e os comparando com os que são produzidos em Londres. Conforme abordado no capítulo anterior, essa fábrica inglesa é a maior referência em fabricação de biscoitos no período, fundada na cidade de Reading em 1842 e, posteriormente, em Londres. Os biscoitos produzidos nessa época buscavam rivalizar

com esse e com outras marcas estrangeiras, e se inspiravam na qualidade e nas embalagens sofisticadas da *Huntley and Palmers* para produzir os seus biscoitos.

O depoimento de um representante da firma seria, portanto, um atestado de qualidade para aqueles que conhecem a fábrica inglesa e a enxergam como referência de biscoito inglês. O discurso jornalístico relaciona a Leal Santos com a inglesa e aponta para a importância da fábrica no seu ramo e busca consolidá-la como uma indústria local que prospera. Nesse caso, também não é possível desconsiderar o esforço realizado pela imprensa local em atestar novamente, a qualidade e a importância da fábrica local no cenário nacional. Há também o destaque para a qualidade tecnológica da fábrica e seu viés moderno.

Nesse mesmo período, o jornal *A Federação* divulga o recebimento de amostras de biscoitos, através dos representantes Reis & César, e caracterizam o produto como:

Os biscoitos da aludida fábrica são hoje quase um artigo de lei nos mercados do Estado e fora dele, tal a superioridade do seu fabrico e delicadeza do seu paladar. Por esses elementos se recomendam as amostras que recebemos. Agradecendo o obséquio, recomendamos os biscoitos do Rio Grande ao público de bom gosto (*A Federação*, 17/03/1903, p.2).

Nessa notícia, percebe-se que não só o ato de presentear a imprensa com amostras de biscoitos torna a aparecer e servindo de notícia, como também a forma como os biscoitos são apresentados: produtos indispensáveis, “artigo de lei” nos mercados e recomendados para o público de bom gosto. Aqui *A Federação* reforça o caráter de distinção social, o valor simbólico que estava sendo construído pela empresa, e também pela imprensa.

Avançando ainda na questão da expansão da Leal Santos, é possível também considerar seu desenvolvimento quando em 1904, ela abre uma Sociedade de Socorros Mútuos para seus funcionários, tanto da fábrica de conservas como para de biscoitos. Assim, as centenas de trabalhadores da fábrica (tanto conservas quanto de biscoitos) passaram a receber o atendimento da unidade inaugurada:

União Leal Santos

Assim se denominará uma nova e útil sociedade de socorros mútuos, em vias de fundação. Será composta de operários de ambas as fábricas pertencentes a firma Leal, Santos & C. Terá por fim exclusivo socorro os associados, no caso de enfermidade, como médico, farmácia, diária e outras vantagens. A instalação dar-se-á em breve, com o poderoso auxílio daqueles industrialistas, os quais, além da mensalidade que lhes competir, entrarão com um vantajoso pecúlio para a sociedade. [...] A União Leal Santos vem satisfazer uma necessidade latente que se fazia sentir no seio do operariado das duas importantes fábricas, pondo ao seu alcance os necessários recursos para que, em momentos críticos e de infortúnio, encontrem o amparo preciso. Estamos certos de que a sociedade em organização tomará rápido

incremento, pois entre os dois mencionados estabelecimentos há para fora de 400 operários, nenhum dos quais deixará de fazer parte dela, atendendo as suas conveniências em jogo (*Echo do Sul*, 02/02/1904, p. 2).

A abertura de uma Sociedade para atender os operários também pode ser vista dentro de uma perspectiva contextual em um modelo de indústria do período, conforme já fazia na cidade a Fábrica Rheingantz (FERREIRA, 2013). Segundo Ronaldo de Jesus (2016), as associações e sociedades de caráter mútuo foram bastante difundidas no século XIX e tinham inspiração na Revolução Francesa e em outras instituições religiosas como irmandades e casas de misericórdia (JESUS, 2016). Segundo o autor, o principal objetivo das sociedades mútuas “era proteger os associados dos riscos que comprometiam as condições de vida dos trabalhadores, disponibilizando ajuda pecuniária em casos de doença, acidente, invalidez, velhice, prisão e morte” (JESUS, 2016, p. 1145). Algumas dessas associações também incluíam outras atividades na sua missão, por vezes construindo bibliotecas, escolas, clubes e práticas de lazer. Essa também é uma mudança percebida na União Leal Santos, que em 1912 começou a oferecer aulas de caligrafia e desenho linear para os filhos dos sócios da União Leal Santos⁸⁷.

Existe, portanto, uma consonância entre as indústrias locais, e estas seguem um movimento internacional, conforme apresenta Ronaldo ao comparar a expansão industrial do Brasil com a de Portugal a partir dessas associações e sociedades.

Havia um movimento único, especialmente na economia dos países ocidentais, que apontava para a recuperação econômica na década de 1870 e uma expansão industrial e modernizadora crescente até 1914. E esse foi o pano de fundo do auge da experiência mutualista (JESUS, 2016, p. 1147).

A Leal Santos expandia seus trabalhos e sua estrutura fabril, ao mesmo tempo em que contribuía para uma mudança no cenário urbano na cidade, que cada vez mais se tornava uma cidade industrial e operária. Segundo Martins (2016), alguns anos após a inauguração da União Leal Santos que ela se desvinculou de sua matriz portuguesa, em 1906, sendo a partir de então a matriz. Entretanto, conforme dito anteriormente, não encontrei evidências sobre o desligamento, nem nos arquivos portugueses ou brasileiros. Por outro lado, sendo ou não a matriz, a fábrica continuava sendo anunciada pela imprensa local, que explorava o seu perfil exportador e expansionista, e o *Echo do Sul* se encarregava de, periodicamente, noticiar sobre carregamentos e distribuição dos produtos Leal Santos em outros estados, como segue a notícia a seguir:

⁸⁷ Informação extraída do jornal *Echo do Sul*, 08/01/1912, p. 3.

Leal, Santos & C.

A *Notícia* de Curitiba inseriu há dias, em suas colunas as seguintes linhas: “Ora aí está uma visita recebida de braços abertos. O nosso simpático patrício sr. Theophilo Lopes, digno gerente da Fábrica de Biscoitos Leal Santos & C., acompanhado do sr. Constante de Souza Pinto, agente neste Estado, da mesma fábrica, entraram-nos hoje bem cedinho, pelo escritório a dentro, e quando mal tínhamos tempo de abraçar o patrício ausente deste Estado há oito anos, obsequia-nos o mesmo com **4 delicadas latas de excelente produto de sua fabricação. Já conhecíamos de perto a superioridade de seu preparado muito preferido já em nosso mercado; mas, agora, a coisa fia-se mais fino.** A *Petit Beur*, a Dulce, a Leite e a Maria vão deliciar o nosso modesto cafezorio sem a impertinente conta do vendeiro no fim do mês. Ah! Que delícia! Não podia o nosso Theophilo, fazer nos melhor surpresa. Felicitamos pela sua vinda a este Estado, e **recomendando ao nosso público os finos produtos da Fábrica Leal, Santos & C.** agradecemos a visita e o mimo, garantindo ao digno gerente da fábrica que ao saborearmos as bolachinhas não nos esqueceremos da gentil visita. Ora o Theophilo, ora o Lopes” Só nós aqui estamos com a água na boca...(*Echo do Sul*, 27/09/1907, p.2 - grifo meu).

O *Echo do Sul* repassa a informação recebida pelo jornal *A Notícia* de Curitiba ao narrar o recebimento de exemplares de biscoitos Leal Santos. A notícia com tom de propaganda é mais uma vez motivada pelo agradado feito por representantes à imprensa, que não deixam de destacar a qualidade dos biscoitos e sua característica fina. Nesse caso, a consistente afirmação, por parte da imprensa, da qualidade dos biscoitos e de sua superioridade e concretizada aceitação no mercado pode ser vista como um dos fatores que colabora para o sucesso da fábrica e para a conquista do público consumidor. Os representantes da Leal Santos eram importantes na medida em que apresentavam a fábrica e seus produtos em diversos locais brasileiros, eles são mencionados em várias notícias.

O acompanhamento sobre a história da fábrica indica que o estabelecimento, seus proprietários e gerentes tinham uma grande preocupação para com a imagem da empresa e de seus produtos. A partir desse momento, a Leal Santos também começou a investir na abertura de novas filiais em locais estratégicos, permitindo a utilização de recursos naturais oferecidos pela região, ou, ainda para estar mais perto do público-alvo de seus produtos. Esse pode ser um aspecto relacionado com o desligamento da matriz portuguesa, demonstrando que a matriz passa ser a de Rio Grande, e as demais suas filiais. Um dos primeiros investimentos no que tange a expansão com filiais, se dá na inauguração de uma filial na capital brasileira, Rio de Janeiro.

Leal Santos & C.

Estes operosos industriais que vem, com o esforço próprio, com a perseverança que os anima, **contribuindo, dia por dia, para o progresso da indústria nacional**, e tanto assim é que a sua atividade devemos a localização **aqui das mais importantes fábricas de conservas e biscoitos**

que já se estabeleceram no Brasil, vão estender a sua atividade ao Rio de Janeiro, a fim de poder fazer face ao consumo dos seus produtos, feito em larga escala em todo o país. **Acabam os honrados industriais de fazer aquisição do acervo da antiga e importante fábrica de biscoitos A Internacional, do Rio de Janeiro, e que há tempo cessou sua atividade de produtora.** A transação foi efetuada pelo nosso ilustre amigo sr. Comendador Leal Pancada, que se acha na capital. A fábrica funcionará dentro em pouco com a presença daquele industrial, ficando a testa do mesmo estabelecimento o sr coronel Francisco H. dos Santos. Aos srs. Leal, Santos & Cia., **cujos progressos são a relativa compensa da atividade apreciável e do trabalho progressista**, os nossos sinceros parabéns, **que são os de todos os que estimam deveras os progressos industriais no Brasil** (*Echo do Sul*, 24/12/1909 – grifos meus).

Portanto, a Leal Santos começa, a partir de 1910, a funcionar também na capital da República - “cidade vitrine”. É um passo importante para a fábrica que, já não se apresenta mais como Lisboaeta, e começa a estampar em alguns anúncios a casa no Rio de Janeiro. A fábrica de biscoitos adquirida pela Leal Santos nesse momento era a Internacional (Figura 46), funcionava na Rua do Livramento n. 130 e foi fundada em 1889. Segundo matéria divulgada no jornal *Gazeta de Notícias*⁸⁸, sobre a Exposição Industrial que ocorria no Rio de Janeiro, esta fábrica de biscoitos pertencia a Almeida & C., sendo adquirida por eles em 1892 após leilão. Segundo a notícia, em 1895 a fábrica A Internacional possuía 40 operários e maquinário capaz de produzir 300.000 latas de biscoitos por ano.

⁸⁸ *Gazeta de Notícias*, 02/12/1895 (p. 2)

Figura 46: Anúncio da Fábrica de biscoitos Internacional - Rio de Janeiro, 1906.



Fonte: O Malho, 1906, n. 175, p. 27.

A Leal Santos & C. comprou o estabelecimento da antiga fábrica no final de 1909 por 85:000\$000⁸⁹, com todo o seu maquinário. No Livro Diário de 1911 da fábrica Leal Santos, pude verificar a informação de entrada e saída de dinheiro da “Filial Rio”, inclusive o investimento feito para aluguel de muros para anúncios: na “garagem Internacional”, “aluguel parede rua Cattete para reclame de biscoito”⁹⁰, “aluguel pintura parede no Leme”. Este investimento em anúncio, tal como será explorado no próximo capítulo, pode ser entendido como uma preocupação em expandir e fortalecer o nome da fábrica. Além disso, um exemplo dos anúncios em muros pintados na capital carioca pode ser visto nas Figura 47 e 48:

⁸⁹ Informação coletada no Correio da Manhã, 03/01/1910, p. 2

⁹⁰ Livro Diário da Leal, Santos & C. (1911), pesquisado no Museu da Cidade do Rio Grande.

Figura 47: Anúncio da Leal Santos em prédio do Rio de Janeiro, sem data.



Fonte: Garfadas online

Figura 48: Anúncio Leal Santos em muro no Rio de Janeiro - "Rio em Flagrante" - Revista Fon-Fon



Fonte: Revista *Fon-Fon*, 28/10/1911.

Até 1913 o Livro Diário da empresa apresenta a “Filial Rio”, entretanto, não encontrei dados⁹¹ sobre até que período esta filial funcionou. Por outro lado, cabe reforçar que a abertura de uma filial na capital do país demonstra uma expansão significativa da empresa, localizada ao sul do Rio Grande do Sul. Estar no Rio de Janeiro era estar no centro do Brasil, que nesse período vivia ainda o desejo de modernização e europeização dos seus hábitos e costumes. Mary del Priore (2017) a respeito dos ares do Rio de Janeiro no período salienta que:

A gente da capital, que desde o século XIX sonhava com a França, comia e vestia-se à francesa, agora poderia viver numa Paris à beira-mar! Civilização, enfim, entre luz, águas e granitos! A cidade emoldurava a natureza e essa, graças às renovações urbanas, se curvava ao progresso (PRIORE, 2017, p. 34)

Assim, faz sentido a ação expansionista da Leal Santos estar direcionada para o Rio de Janeiro, pois havia um potencial mercado consumidor para seus produtos, como será explorado no próximo capítulo. O *Jornal do Commercio* de Porto Alegre, em junho de 1910, recebeu o convite do gerente da Leal Santos, Lourenço Vinholes, para visitar uma exposição dos produtos da fábrica e de um mostruário, localizado no Hotel Familiar na capital do Rio Grande do Sul. Nessa ocasião o sr. Vinholes recebeu a equipe para uma palestra:

[...] amena e agradável, relatou todos os sucessos obtidos para a firma que representa em todo o território brasileiro e no estrangeiro. Com o vivo interesse deu-nos esclarecimentos da firma Leal, Santos & Cia, um dos estabelecimentos mais vantajosamente acreditados no Brasil e na América do Sul” (*Echo do Sul*, 06/06/1910, p.1).

Tal encontro proporcionou ao jornal uma detalhada matéria que foi posteriormente publicada na íntegra nas páginas do jornal rio-grandino *Echo do Sul*, texto que apontou as possíveis motivações da Leal Santos a se estabelecer no Rio:

Devido a grande procura, e ao seu fornecimento à marinha, a firma Leal Santos & C **montou no Rio dois estabelecimentos congêneres, nos quais também se fabricam chocolate, sob a direção de sócios da firma. São em número de 5 as fábricas dos Srs. Leal, Santos & C., 3 no Rio Grande e 2 no Rio de Janeiro, todas elas ocupando vastos edifícios, com os mais modernos melhoramentos e rigorosas condições de higiene.** Aquelas

⁹¹ Em busca de informações sobre o funcionamento da filial do Rio de Janeiro da fábrica Leal, Santos & C., estive em janeiro de 2020 no Arquivo Nacional. Pesquisei os arquivos da Junta Comercial Industrial, e outros fundos que pudessem conter dados sobre a fábrica. Entretanto, não localizei nenhum registro da firma Leal, Santos & C. no Arquivo Nacional ou no nome de seus fundadores. Sobre o imóvel comprado pela fábrica na Rua do Livramento, 130., solicitei junto ao Registro de Imóveis do Rio de Janeiro as certidões de ônus reais e de fundação em busca de informações de compra e venda do imóvel. Da mesma maneira, as informações dos documentos apontam apenas para as medidas do imóvel, conforme Anexo I.

grandes colmeias, onde uma multidão de operários e operários labuta, não são para aí pocilgas infectas, onde o trabalhador se envenena e se estiola, à falta de luz e de ar. **Uma e outro são abundantes penetrando por largas janelas e através de vidros de extensas galerias. Nota-se no semblante de todos um ar de satisfação, sem quebra da disciplina de da ordem.**(*Echo do Sul*, 04/06/1910, p. 1 - grifo meu)⁹².

Segundo o jornal, a Leal Santos, naquele momento, tinha uma alta demanda no Rio de Janeiro, e ainda, estaria fornecendo biscoitos para a Marinha do Brasil⁹³. As circunstâncias que levaram a Leal Santos abrir uma filial no Rio de Janeiro podem ser tanto o atendimento para uma demanda governamental, como o caso da Marinha citada pelo jornal, como a proximidade com uma elite brasileira que seria o “público-alvo” da fábrica. Tal como afirmou Mary del Priore (2017) anteriormente, o Rio de Janeiro era o lugar de maior demonstração da busca pela modernização e europeização. Segundo Natália Lima (2018, p.10) “a Belle Époque carioca provavelmente foi a mais importante e evidente do Brasil devido ao fato de ser a capital federal do país, na época, e abraçar todas as mudanças e influências que vinham do processo de modernização da França”.

Ou seja, ao adquirir a fábrica de biscoitos Internacional a Leal Santos deixa de estar localizada apenas no sul do país, e passa a fazer parte também do cenário industrial da capital brasileira. A Leal Santos acabou, com o passar dos anos, ganhando lugar de destaque, e seus produtos, principalmente os biscoitos, são anunciados em jantares e cerimônias festivas políticas em algumas notas dos jornais, conforme veremos posteriormente. Segundo os jornais, além de biscoitos, a fábrica no Rio de Janeiro também produzia chocolates, mas que iriam ser produzidos em Rio Grande dois anos depois. Esse fator demonstra certa singularidade entre as regiões, possivelmente também vinculada ao estudo de mercado consumidor.

⁹² Nessa matéria a Leal Santos é descrita com 5 estabelecimentos: 3 no Rio Grande e 2 no Rio de Janeiro. Esse número de filiais não corresponde com as demais informações encontradas nas fontes jornalísticas. Nesse caso pressuponho que a folha se referisse em Rio Grande da fábrica de biscoitos e da fábrica de conservas, considerando cada uma separadamente, e, possivelmente. A outra possível referência a uma Leal Santos no Rio Grande do Sul, talvez fosse a filial em São Lourenço, inaugurada em janeiro de 1911, como será abordado em breve. Nesse caso, suponho que talvez a fábrica já havia sido comprada e mesmo que ainda não estivesse inaugurada, pertencia a essa contagem. Sobre as duas fábricas no Rio de Janeiro, também não encontrei nenhuma outra documentação que aponte a existência de dois estabelecimentos no RJ, apenas a da Rua do Livramento, n. 130.

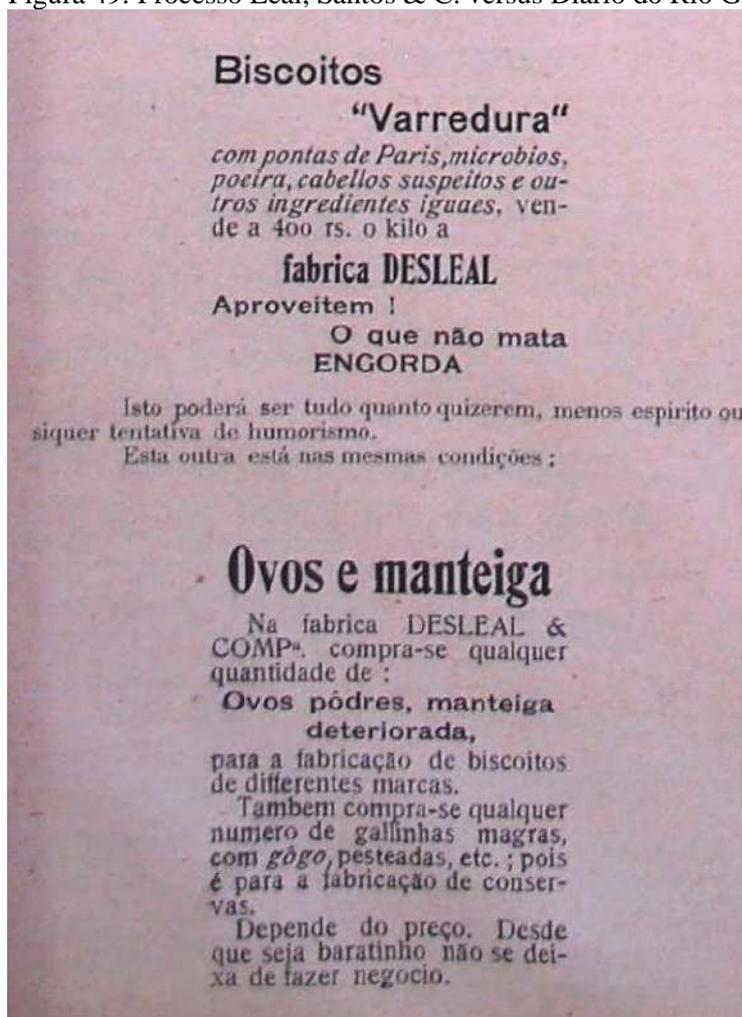
⁹³ Não localizei nenhuma outra fonte que corroborasse essa informação. Pesquisei no Arquivo Nacional, tanto na plataforma digital como presencialmente (em janeiro de 2020) qualquer indício sobre o fornecimento de biscoitos Leal Santos para a Marinha ou para o Palácio do Catete, e não localizei nenhum documento ou fundo que pudesse conter tal informação.

Retomando a notícia no *Echo do Sul* sobre a reunião com o sr. Vinholes e o *Jornal do Commercio*, há a descrição do local de trabalho dos operários como: amplo, iluminado e arejado, diferente do que é possível encontrar em outros estabelecimentos do período. O destaque para a satisfação dos operários é também um ponto destacado. A ênfase dada em tais aspectos serve como indício para importância que esses fatores tinham no período. Segundo Perrot (2017), as condições de trabalho nas indústrias do século XIX, apesar de variarem em cada estabelecimento, na grande maioria não eram boas. Considerando tanto a jornada de trabalho, quanto estrutura física e higiênica, as fábricas podiam apresentar situações precárias, como às vezes eram expostas e denunciadas. Faz sentido, portanto, que a Leal Santos – e a imprensa – utilizasse tais adjetivos e características para se diferenciar das demais, demonstrando o quanto era moderna e exemplar nesses quesitos.

Entretanto, além desse aspecto contextual, cabe também refletir sobre outro acontecimento, de alguns meses antes dessa notícia. O ano de 1910 foi marcado na Leal Santos por um extenso processo que estampou a página de vários jornais (*Echo do Sul*, *A Federação*, *O País*, e outros) contra o jornal *Diário do Rio Grande*⁹⁴ e seus editores e proprietários Frediano Trebbi e Boaventura dos Santos. O processo se originou em virtude dos jornalistas terem divulgado, no *Diário do Rio Grande*, que os produtos da Leal Santos estavam infectados, envenenados e haviam causado a morte de um consumidor. Ao explorar esse episódio, conforme processo divulgado no *Echo do Sul* no dia 26/05/1910, o *Diário do Rio Grande* fazia trocadilhos no nome da Leal Santos & C., de forma que as combinações ficassem pejorativas: “Venal Santos & C.” ou “Desleal, Santos & C.” (Figura 49).

⁹⁴ Jornal fundado em 1848 em Rio Grande, “constituiu-se numa das mais significativas publicações da Província/Estado sul rio-grandense, aparecendo como uma das primeiras folhas gaúchas de periodicidade diária que conseguiu garantir uma circulação regular por um longo período de sobrevivência” (ALVES, 2001, p. 9). Entretanto, segundo o historiador Francisco das Neves Alves, o jornal que durante quase toda sua existência tinha por característica um perfil apolítico, após a venda do periódico para Frediano Trebbi e Boaventura dos Santos em 1908, o jornal passa a alterar essa posição, ao mesmo tempo em que não conseguia acompanhar as tecnologias da imprensa, se posicionando seriamente contra Hermes da Fonseca em 1910. Seu estilo, segundo Neves (2006) era crítico-opinativo e informativo, tinha quatro páginas assim como o *Echo do Sul* e funcionou até 1910, encerrando suas atividades no mesmo ano do processo enfrentado com a Leal Santos. O ano de 1910, além do processo da Leal Santos e a campanha pró Rui Barbosa, também teve debates com o intendente municipal e tais enfrentamentos geraram a suspensão de sua circulação entre 2 de abril a 15 de maio (ALVES, 2001, p. 83), polêmicas que marcaram o último ano de vida do periódico.

Figura 49: Processo Leal, Santos & C. versus Diário do Rio Grande.



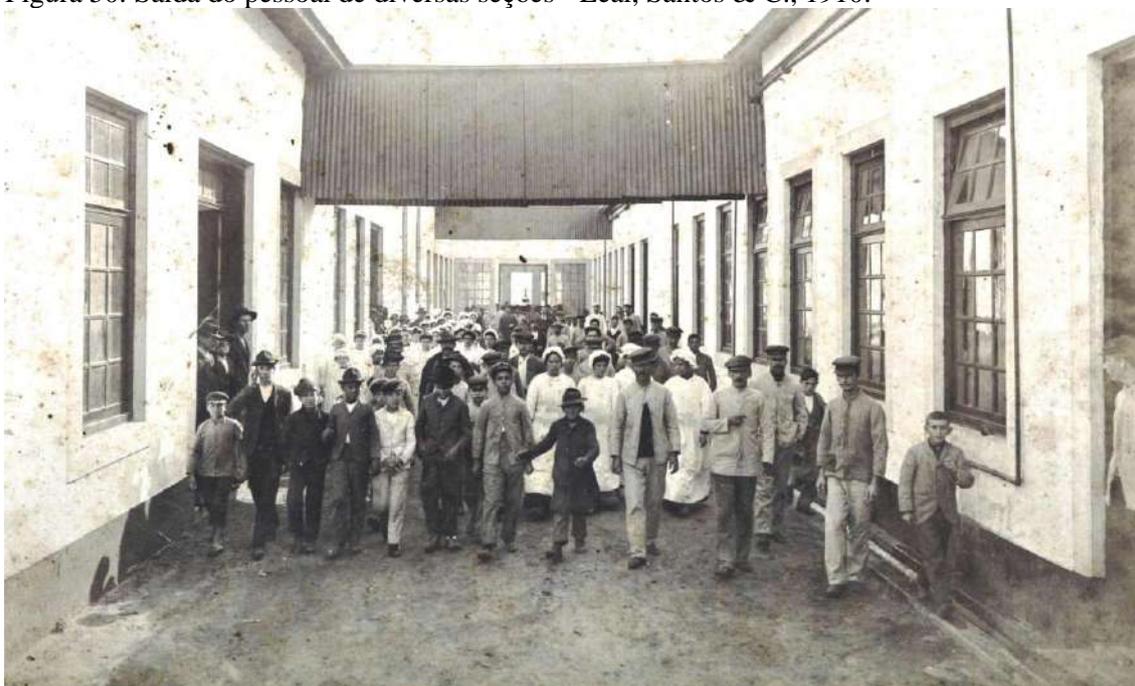
Fonte: *Echo do Sul*, 26/05/1910, p. 2.

O caso foi investigado e, tendo a Fábrica conseguido provar a sua inocência junto aos órgãos competentes de higiene e fiscalização, processou os dois jornalistas por injúria. A sentença final ocorreu em março de 1910, sendo a decisão final do juiz Taborda Ribas o pagamento de multa, e a prisão celular por quatro meses. Entretanto, os dois jornalistas passaram por algum tempo fugitivos, sendo presos depois.

Nesse caso, depois da forte campanha contra a Leal Santos feita pelo *Diário do Rio Grande*, parece que houve uma preocupação da fábrica em reforçar sua imagem de respeitosa, higiênica e de qualidade que tanto criou e prezou nos últimos anos, mesmo tendo ganhado o processo e ter demonstrado a falsidade das acusações. Dessa forma, o teor do processo e a repercussão nacional podem servir como contexto para a ênfase dada ao *Jornal do Commercio* ao ambiente de trabalho da Leal Santos limpo e higiênico. É também nesse mesmo período, 1910, que a Leal Santos confeccionou um álbum de fotos do cotidiano da fábrica de biscoito em Rio Grande, retratando a entrada e saída de funcionários, os setores em

funcionamento, e demais atividades. As fotografias foram tiradas por Ricardo Giovannini, fotógrafo italiano que trabalhou em Rio Grande por muitos anos. Relembrando que a reunião entre o representante da Leal Santos e *o Jornal do Commercio* envolveu palestra e exposição de um mostruário “feita em duas malas modelos, tendo as partes internas completamente confeccionadas por veludo azul e couro, tornando-se fácil e cômodo para viagens”⁹⁵. Suponho, portanto, que tal mostruário carregasse as fotografias encomendadas a Ricardo Giovannini (Figuras 50, 51, 52 e 54), para demonstrar durante a fala do sr. Teophilo, as estruturas da Leal Santos.

Figura 50: Saída do pessoal de diversas seções - Leal, Santos & C., 1910.



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande

Nas fotografias, fica evidente a presença de homens, mulheres e crianças que se deslocam no final do turno de trabalho. Ricardo Giovannini está estrategicamente posicionado para capturar a saída da Leal Santos, os operários parecem atentos à sua presença. “A saída da fábrica é um momento privilegiado a vida cotidiana, a ponto de se tornar, entre 1880 e 1914, o tema daquelas fotografias de grupo que nos foram legadas por tantos cartões-postais” (PERROT, 2017, p. 65). Como salienta Perrot (2017), é possível dizer que esse era um momento aguardado da rotina fabril. Essa era a rotina de uma cidade industrial, onde a vida era ditada pelos apitos da fábrica e em pouco tempo enchiam as ruas em direção às suas casas ou para as fábricas. “As sirenes determinariam a passagem do tempo, substituindo os sinos ou

⁹⁵ *Echo do Sul* 4 de junho de 1910, p. 2

relógios. Na entrada e na saída das fábricas, rostos mestiços e estrangeiros” (PRIORE, 2017, p. 198). Além dessa, outras fotografias mostram o trabalho dos operários (Figura 51):

Figura 51: Rotulagem das latas de biscoitos Leal, Santos & C.



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande.

Diversos setores foram fotografados, demonstrando as etapas de produção do biscoito Leal Santos. Na Figura 51, mulheres e meninas embalam e rotulam as latas de biscoitos, sob o olhar do contramestre. “Homens jovens e fortes manejam com destreza seus utensílios de ofício, sob o olhar de outros, mais fracos, mais velhos, todos controlados pela vista do contramestre. Ou em fileiras, mulheres debruçavam seus rostos emaciados sobre outras tarefas” (PRIORE, 2017, p. 197).

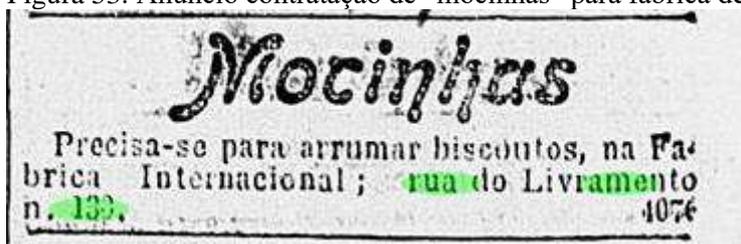
Figura 52: Amanteigamento das formas de biscoitos Leal, Santos & C., 1910



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande

A forte presença de mulheres e crianças na fábrica de biscoitos (Figura 52) é uma característica lembrada pelo *Jornal do Commercio* e também uma marca das indústrias brasileiras do período, principalmente as alimentícias e têxteis. Os dois grupos eram os mais baratos para contratação das fábricas, “em 1890, do total de empregados em estabelecimentos industriais de São Paulo, 15% era formado por crianças e adolescentes” (KASSOUF, 2007, p. 324), sendo uma realidade encontrada em diversas fábricas e indústrias, dos mais variados tipos e produtos que produziam. No ramo de biscoitos a presença de mulheres e meninas era recorrente, a Fábrica Internacional do Rio de Janeiro, que posteriormente foi comprada pela Leal Santos, anunciava no jornal a contratação de mocinhas (Figura 53):

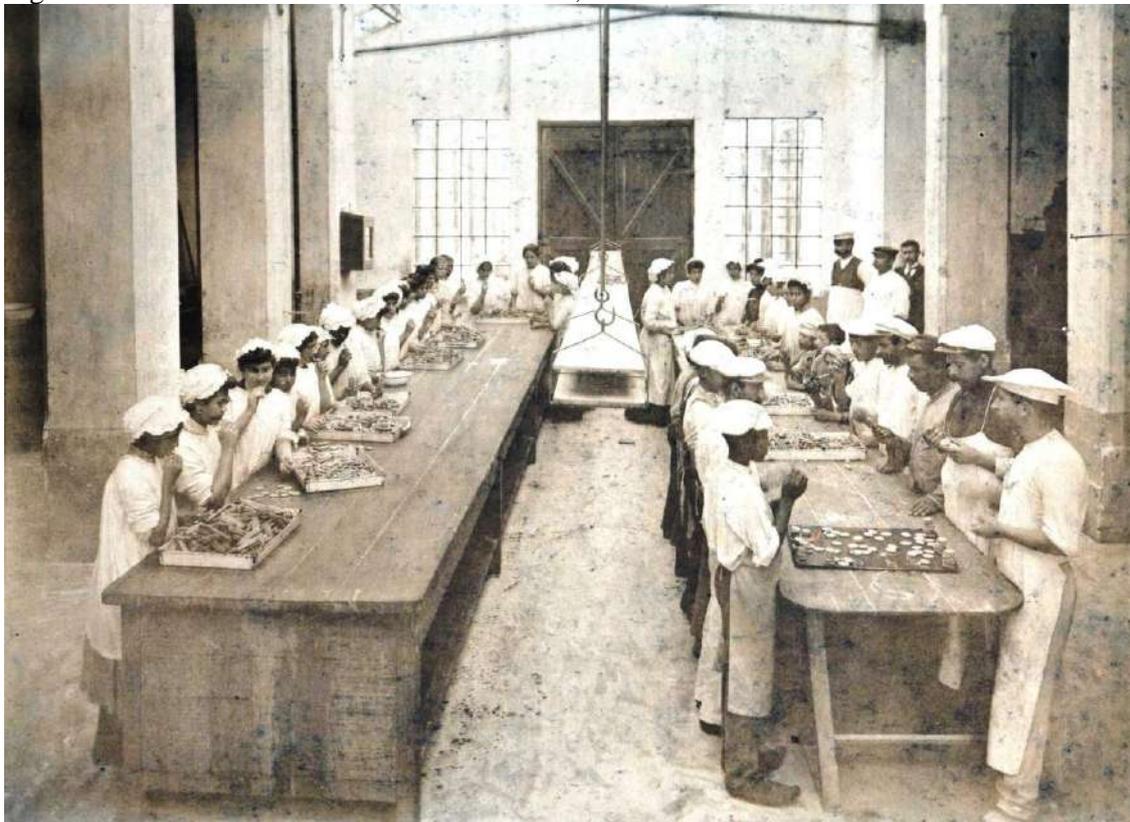
Figura 53: Anúncio contratação de “mocinhas” para fábrica de biscoitos



Fonte: Correio da Manhã, 12/11/1905, p. 6.

No caso da Leal Santos & C. a presença de “mocinhas” também pode ser vista na Figura 54:

Figura 54: Prova dos biscoitos Leal Santos & C., 1910



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande

É interessante também observar que em todas as fotografias há a presença do supervisor do setor, masculino, por vezes desfocado ou posicionado em lugares mais distantes do salão. Essa presença, segundo aponta Aravanis (2010), era uma das formas de controle do trabalho, nível de produção e rendimento dos operários. Para a autora essa fiscalização é do tipo

[...] “panoptismo benthaminiano”, situação em que um pequeno grupo de indivíduos, os mestres e contramestres – os “olheiros” do capital – tinham a tarefa de vigiar e de eliminar, fazendo uso de regulamentos punitivos e das máquinas, possíveis porosidades na produção, disciplinando e tornando, assim, o tempo (ao punir a ociosidade) e o corpo do operário (ao suprimir gestos e comportamentos supérfluos) mais produtivos para o patrão (ARAVANIS, 2010, p.153).

O trabalho de Evangelia Aravanis (2010) estuda a presença feminina nas indústrias de grande e pequeno porte na cidade do Rio Grande. Além disso, a autora identifica as relações entre operário e donos dos estabelecimentos, as condições de trabalho e as formas de fiscalização. Segundo Aravanis (2010) as indústrias de maior porte tinham forte fiscalização de tempo e rendimento de cada setor, o que era facilmente encontrado na Fábrica Rheingantz,

na Ítalo-Brasileira e na Júlio Silva & C.. Muitas vezes essa fiscalização ficava sob o cargo dos contramestres, que, conforme Perrot (2017), tinham “um papel clássico de vigilância [...] ele deve vigiar e muitas vezes regular as máquinas e com isso insinua-se pessoalmente no processo de produção que assim escapa aos trabalhadores” (PERROT, 2017, p. 68).

Trava-se, portanto, de uma cultura industrial do período onde o sistema de produção e o capitalismo exigia uma performance rígida do trabalhador, que deveria produzir com qualidade e em menor tempo possível. “A visibilidade e a vigilância também são os princípios da disciplina nas fábricas” (PERROT, 2017, p. 55). Entretanto, há um esforço por parte da imprensa em apresentar a Leal Santos de outra forma, minimizando esses fatores de controle e de possível desconforto operário, pois frequentemente essa hierarquia e cobranças para com os trabalhadores é substituída pela ênfase ao bom tratamento que recebem em seu trabalho, tal como está destacado no seguinte trecho da matéria:

São atualmente em número de 780 os operários, que aumentam por ocasião da safra dos doces de frutas, e assim divididos; no fabrico dos biscoitos 550, de conservas 360, na estamperia 70. **Deles o maior número é do sexo feminino, e é vê-las envoltas em amplos aventais brancos, os cabelos cobertos por grandes toucas alvas, a lidar na confecção das delicadas guloseimas e iguarias. Os patrões tratam a todos com carinho** e, todos os dias, independentes das refeições que, a hora regulamentar, vão tomar aos seus domicílios, fazem servir-lhes uma farta merenda, lhes dando para tal o descanso de um quarto de hora. **Os operários têm ainda uma cooperativa, muito bem administrada e que lhes presta bons auxílios** (*Echo do Sul*, 04/06/1910, p. 1).

Além da ênfase no carinho e atenção, a existência de uma cooperativa faz parte da situação paternalista da sociedade industrial, tal como aponta Perrot (2017, p. 69) “alojamentos, lojas de fábricas chamadas “cooperativas”, fundos de auxílio para acidentes e doenças, escolas, às vezes fundos de aposentadoria, muitas vezes também associações de lazer [...] etc. eram as principais instituições patronais”. Cabe aqui ressaltar, que não é o objetivo dessa pesquisa afirmar que a relação de trabalho era positiva ou negativa, principalmente tendo em vista que não possuo fontes, dados ou qualquer tipo de material que permita realizar tal análise. Entretanto, aponto as possíveis interferências nas informações dos jornais, confrontando as informações da imprensa com outras fontes e bibliografia.

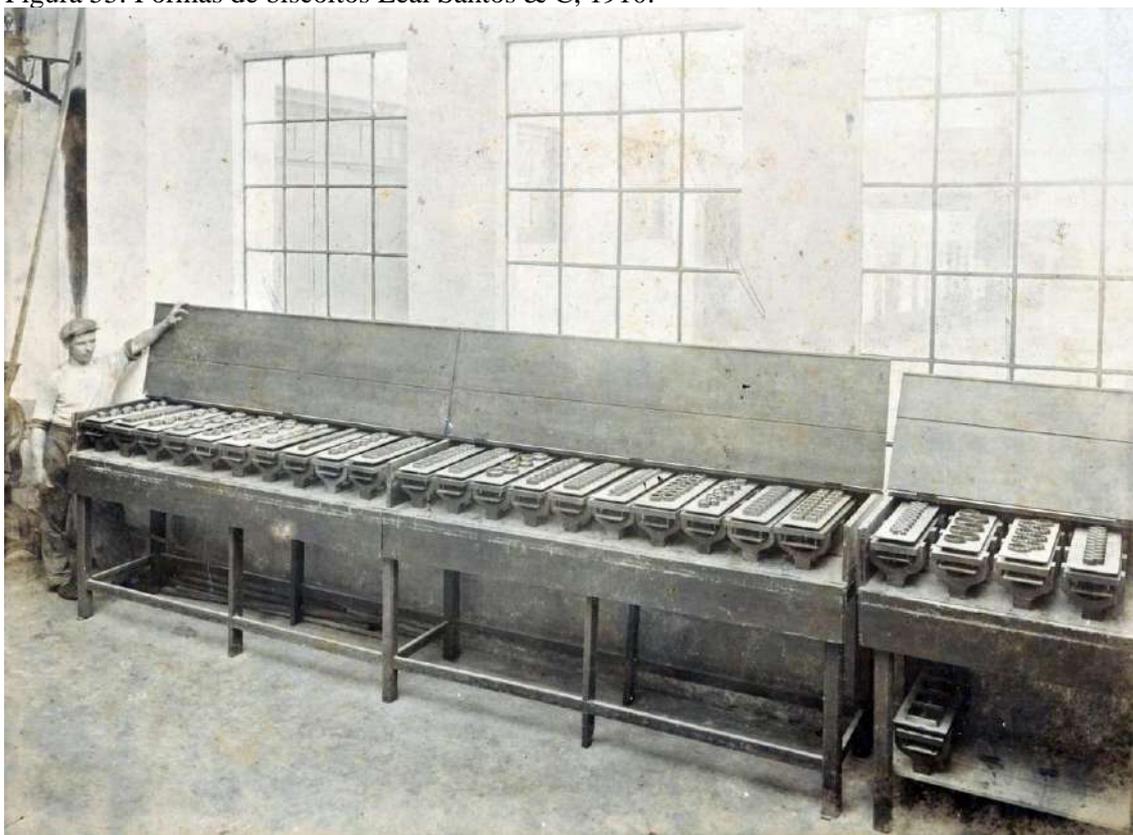
A presença dos homens era maior nos setores de oficina, latoaria e soldagem. As fotografias querem demonstrar um ambiente limpo, organizado, onde as mulheres e crianças estão uniformizadas com aventais também limpos, tais como descreve o *Jornal O Commercio*, e noticia o *Echo do Sul*. Além do funcionamento da fábrica, da origem europeia

do maquinário, o periódico apresenta todos os tipos de biscoitos produzidos pela Leal, Santos & C. naquele momento:

Água, Alfabeto, Alberto, Araruta, Americanas, Amorosos, Baunilha, Camélias, Canelas, Cariocas, Cavacas do Brasil, Champagne, Combinação, Cracknel, Dulce, Dominó, Favorita, Gaúchas, Ignez, Leite, Letras, Línguas de Gato, Lunch, Maria, Nic Nic, Presidentes, Petit Beurre, Pérolas, Pão de Loth torrado, Palitos de Reimes, Pic Nic, Stella, Zoológicos, Zina e Sugar-Wafer. O acondicionamento é caprichoso e rápido. [...] Para o acondicionamento de fantasia a fábrica importou moderníssimas máquinas europeias, já estando sendo lançados os produtos no mercado, com grande sucesso, em lindas latas de feitos de tambores, cafeteiras, biscoiteiras, colmeias, etc (*Echo do Sul*, 04/06/1910, p. 1).

São ao todo, trinta e cinco qualidades diferentes de biscoitos que eram vendidas em latas estampadas. Na figura 55, é possível visualizar algumas das formas utilizadas para a grande variedade de biscoitos Leal Santos.

Figura 55: Formas de biscoitos Leal Santos & C, 1910.



Fonte: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.

Encerrando a matéria sobre o encontro com o sr. Vinholes em Porto Alegre, o *Jornal do Commercio* conclui:

Os dados oficiais de exportação assim comprovam que saem a barra milhares de produtos para as agências nos Estados. [...] Assim, aqui no Estado, onde se contam várias fábricas que exploram a mesma indústria, as conservas e os

biscoitos dos srs. Leal, Santos & C., são geralmente preferidas, e tem um avultado consumo. São resumidas as notas colhidas pelo representante desta folha das fábricas dos operosos industrialistas srs. Leal, Santos & C. Porém, elas traduzem a **impressão muito agradável dos estabelecimentos que enchem de justo orgulho a indústria progressiva do Rio Grande do Sul,**[...] (*Echo do Sul*, 04/06/1910, p. 1 - grifo meu).

O representante da Leal Santos proferiu uma palestra sobre a Leal Santos & C. e sua respectiva produção e mercado, demonstrando os principais aspectos do estabelecimento e a rotina dos operários por fotografias em tons propagandísticos. A relação entre a Leal Santos e a imprensa apresenta algumas questões interessantes, inclusive no teor e semelhança das notícias em diversos jornais do país. Durante a análise das notícias sobre a fábrica na imprensa brasileira, encontrei um texto semelhante ao recém analisado, divulgado pelo *Echo do Sul* em virtude da visita entre o representante da Leal Santos e o *Jornal do Commercio*. Se no dia 04/06/1910 o *Echo do Sul* publica o parecer do *Jornal do Commercio*, de Porto Alegre, no dia seguinte, 05/06/1910 o periódico carioca *A Imprensa*, do Rio de Janeiro, apresenta em sua terceira página as seguintes imagens e matéria:

Figura 56: Jornal *A Imprensa*, “O Sul do Brasil - a cidade do Rio Grande - a sua indústria - A fábrica Leal Santos”, 05/06/1910, p. 3.



Fonte: Biblioteca Nacional - Hemeroteca Digital

As informações contidas nas duas matérias são muito semelhantes, inclusive a estrutura do texto e a ordem dos dados. Nesse caso, parto do pressuposto de que havia um planejamento da Leal Santos com relação a produção de material para a imprensa, e, ainda, o compartilhamento de algumas pautas pelos jornais brasileiros – ou a sua encomenda. No caso da folha *A Imprensa*, (Figura 56), ela acrescenta aos dados sobre número de operários, e sobre o processo de preparo dos biscoitos, apresentado a seguir:

Ninguém pode fazer ideia do que seja esse serviço; depois de batida e preparada a massa ela passa para máquinas cujos cilindros estende na em panos compridos, daí vai para outras máquinas que cortam a massa no formato do biscoito, imprimindo-lhe a forma e o desenho depois já cortados e posto em tabuleiros de aço lisos e rasos vão para outras máquinas que os movimentam certa quantidade d’água produzindo um nevoeiro finíssimo, quase imperceptível e que caindo sobre o biscoito dá-lhe brilho e umidade necessário para entrarem no forno. Os fornos são enormes, compridos, de 15 metros de extensão e com uma temperatura de 25 centígrados. Colocados os tabuleiros sobre correntes movediças, estas movem-se de boca a boca do forno carregando-os. Neste trajeto gastam os biscoitos sete minutos e quando saem do outro lado estão cozidos, então prontos. Os tabuleiros são retirados

e postos numa guarnição de ferro, onde esfriam depois são postos em vasilhas de folhas brancas e limpas para serem enlatados. Possui a fábrica dois grandes fornos produzindo os dois 1.800 kilos de biscoitos, por dia (*A Imprensa*, 05/06/1910, p. 3).

Essa descrição detalhada sobre os setores e o modo de preparo do biscoito, pode ser parcialmente visualizada pelas fotografias⁹⁶ de Giovaninni, que estampam a notícia. São imagens sobre as várias etapas de produção do biscoito Leal Santos. Na matéria, o jornal carioca salienta o papel da fábrica do Rio Grande no ramo dos biscoitos, também corroborando para pensar sobre como a imprensa atuou na construção da imagem dessa fábrica e seus biscoitos:

Acreditamos que não haja um só canto do Brasil onde não se tenham comido os magníficos biscoitos e as excelentes conservas dos, hoje, populares e afame dos fabricantes Leal Santos & C. e é justo, portanto, que tratando de indústria nos ocupemos com esta fábrica que é, no gênero, a maior de todo o Estado do Rio Grande do Sul e, talvez, do país. Anos atrás, ninguém se lembraria de oferecer, numa mesa de bom gosto, biscoitos que não fossem ingleses ou franceses, pois não tínhamos nada nesse gênero capaz de se apresentar e de ser deglutido por quem possuísse paladar delicado e estivesse habituado a saborear finos e delicados biscoitos. Um belo dia aparecem no mercado, estrepitosamente, acompanhados de um séquito de **reclames inteligentes**, as marcas dos biscoitos Leal Santos, e o consumidor, mirado pelo barulho dos anúncios e dos cartazes, pediu que lhe dessem biscoitos daqueles fabricantes. **Logo a primeira impressão foi magnífica** (*A Imprensa*, 05/06/1910, p. 3 - grifo meu).

A introdução da matéria sobre a Leal Santos reforça alguns elementos já previamente abordados aqui no trabalho, neste ou nos demais capítulos, e por isso abro a exceção de analisar o conteúdo de um jornal que não está entre os três aqui delimitados (*Echo do Sul*, *A Federação* e *O Paiz*). O jornal indica, logo de início, a amplitude e expansão da fábrica Leal Santos no cenário nacional, tanto por ser uma das principais do ramo como também por indicar que não há um canto no país onde não “se tenham comido os magníficos biscoitos”. Nesse período, cabe lembrar que já haviam outras fábricas do ramo espalhadas pelo Brasil, sendo que no ano de 1907⁹⁷ havia 13 fábricas de biscoitos, mas segundo o jornal a Leal Santos teria um papel de destaque frente às demais.

Além disso, o jornal deixa claro qual o objetivo do biscoito Leal Santos no Brasil: a substituição pelos biscoitos estrangeiros, que aqui são mencionados os ingleses ou franceses. Segundo a folha, antes não havia nenhuma opção no mercado que pudesse substituir os

⁹⁶ Essas imagens estão disponibilizadas como anexo da tese – Apêndice I.

⁹⁷ Recenseamento industrial do Brasil, de 1920 com dados de 1907.

produtos estrangeiros, dignos de uma “mesa de bom gosto”. Aqui, percebe-se como o cenário industrial nacional estava direcionado para essa substituição, nomeadamente nos produtos não duráveis, tal como abordei no terceiro capítulo. Somado a isso, o jornal constrói em sua narrativa o perfil dos consumidores dos biscoitos: aqueles de bom gosto, com paladar fino e delicado. Essas características reforçam o que foi apresentado até aqui, tanto dos valores civilizatórios e modernos que contextualizam a criação dos biscoitos Leal Santos, como o cenário industrial desse gênero alimentício. O biscoito vendido pela Leal Santos, e pelas demais empresas nacionais e estrangeiras, é aquele fino e elegante – distante dos biscoitos de guerra e das navegações apresentados no capítulo anterior. Já havia, portanto, uma conjuntura de certa forma estruturada e fortalecida de produção e consumo desses produtos, e a Leal Santos respondia e atendia a esse contexto.

Outro fator destacado pelo jornal é a importância dos reclames, do investimento em propagandas visuais e sonoras para convencer o público em adquirir os biscoitos Leal Santos, assunto que será abordado no próximo capítulo. Entretanto, a referência desses fatores aqui na imprensa, esboça o papel desempenhado pela imprensa brasileira em reforçar tais valores de consumo, e ainda, em colocar a fábrica enquanto uma digna representante do setor. Ademais, sobre as fotografias, percebe-se que as que estão hoje salvaguardadas no Museu da Cidade do Rio Grande são as mesmas utilizadas na matéria do jornal *A Imprensa*.

Esse fato reforça a hipótese apresentada anteriormente, de que a Leal Santos investiu fortemente em recursos visuais para apresentar e “vender” a fábrica para a imprensa e outros setores. Ao carregar as fotografias aqui apresentadas, e também veiculadas na folha carioca, o representante consegue contextualizar e, de certa forma, “comprovar” o que ele estava apresentando em sua palestra. Esse recurso justifica como os jornais conseguiam, sem visitar a fábrica em Rio Grande, detalhar aspectos do vestuário, da estrutura e higiene do local: através das fotografias apresentadas durante a palestra. Assim, com esse mesmo intuito os jornais utilizavam as fotografias em suas matérias, pois o conjunto de símbolos (texto e imagem) buscava convencer o leitor da qualidade e credibilidade da fábrica.

O uso de imagens na imprensa foi também estudado por Marialva Barbosa (2010) e, para a autora, a inclusão da fotografia nos jornais foi um fator decisivo para esse meio de comunicação, transformando sua estrutura, organização e texto. Para Barbosa, a imagem nesse período entra como a tentativa de representação do real e da verdade, e é utilizada pela imprensa do período para fortalecer o caráter de “espelho do real” defendido pelos jornais. Para ela, “[...] a imagem passa a conter em si mesmo a ideia de verdade. Por outro lado, a

construção da cena sob a forma impressa torna presente o ausente e permite a fixação da própria atualidade” (BARBOSA, 2010, p. 36). Corroborando as ideias de Marialva Barbosa, Janaina Barcelos (2013), em seu estudo sobre a trajetória da fotografia na imprensa, salienta que,

[...] tomada do real, a foto de imprensa e sua legibilidade reforçam [...] a ideia de que o mundo é compreensível, previsível, conhecido e reconhecido. Assim, o real já passado se confunde com o real mesmo, e o leitor crê que aquela imagem é conforme o próprio mundo (BARCELOS, 2013, p. 3).

Nesse sentido, o jornal busca, através do uso de fotografias, fornecer ao leitor o maior número de informações, sejam textuais ou visuais, que comprovem o caráter real do seu discurso, com o intuito de se aproximar da ideia de espelho da realidade, e de seriedade do jornal. Entretanto, conforme ressalta Barcelos (2013), a escolha das imagens não é feita ingenuamente, mas também é carregada de discurso e passa por um processo de seleção, assim como todo o conteúdo do texto jornalístico. Portanto, ainda que naquele período as fotografias fossem vistas como “recortes da realidade”, elas não o eram de fato. Trata-se sempre de uma escolha, de uma representação, de um ângulo, e por vezes de uma encenação para a captação da imagem dentro do objetivo que ela possuía. Além do mais, do ponto de vista da fotografia na imprensa, quanto maior o número de imagens, mais o jornal é visto como de qualidade e bem sucedido (BARBOSA, 2010).

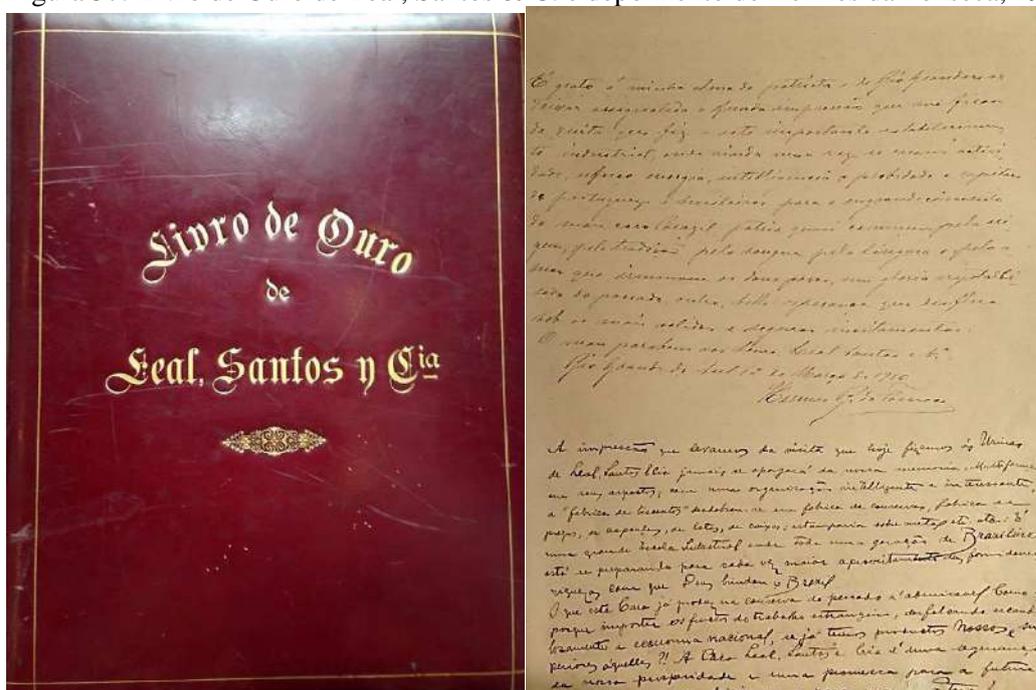
Assim, as imagens ali veiculadas não eram aleatórias ou ingênuas, tratavam-se de fotografias encomendadas, realizadas pela própria fábrica a fim de divulgar e demonstrar para a imprensa, demais interessados e apoiadores, o trabalho que ali era desenvolvido, a rotina e assiduidade dos locais de trabalho e os operários. Dessa forma, o discurso encontrado sobre a Leal Santos em ambos os jornais auxilia na construção da imagem da empresa no país, fortalecendo a ideia de uma indústria comprometida com a qualidade e higiene dos seus produtos. Tais semelhanças evidenciam a articulação da fábrica para construir uma imagem positiva, bem como aponta para as influências, por vezes ocultas, entre a imprensa e as empresas.

Além do processo contra o *Diário do Rio Grande* e as notícias aqui apresentadas, o ano de 1910 também tem outro marco importante no que tange às visitas. Marechal Hermes da Fonseca esteve na Leal Santos em meio ao processo contra os jornalistas. A visita que aconteceu em março de 1910, meses antes de o político assumir a presidência do Brasil, foi noticiada pelo *A Federação*:

O Marechal, ontem, após o regresso da visita às obras da barra almoçou e foi às fábricas Leal Santos e Italo Brazileira e Tiro Nacional. Em toda parte foi muito bem recebido e festejado. Na fábrica Leal, Santos o sócio Leal Pancada fez um excelente discurso de saudação. À saída, os operários, formados em alas, saudaram o Marechal (A Federação, 14/03/1910, p. 4).

Durante sua visita, Hermes da Fonseca assinou o Livro de Ouro da Leal Santos (Figura 57), deixando um depoimento sobre sua visita. Esse documento rendeu para a fábrica um dos anúncios veiculados na revista *Fon-Fon*, em 1910, assunto que será desenvolvido no próximo capítulo.

Figura 57: Livro de Ouro de Leal, Santos & C. e depoimento de Hermes da Fonseca, 1910.



“É grato à minha alma de patriota e de Rio Grandense deixar assinalada a ? impressão que me ficam da visita que fiz a este importante estabelecimento industrial ? ainda ? vez se ? ?, esforço, energia, inteligência e ? e capitais de portugueses e brasileiros para o engrandecimento da ? casa Brasil pátria quais ? pelo ?, pela tradição, pelo sangue, pela ? e pelo suor que irmanam os seus povos, ? glória deflora sob os mais válidos e seguros ?. O meu parabéns aos Sr.s Leal, Santos & C. Rio Grande do Sul, 12 de março de 1910. Hermes R. da Fonseca”. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.

Fonte: Foto da autora (2017).

A visita aos estabelecimentos industriais era recorrente na agenda dos políticos brasileiros. Afonso Pena, em 1906, também visitou a Leal Santos e, assim como Hermes, pouco antes de assumir o mandato presidencial. A passagem dos políticos pode ser entendida dentro desse contexto de incentivo às indústrias brasileiras, como uma forma de dar suporte para a economia nacional, conversar e criar apoios eleitorais com grupos econômicos, como os industriais. Era também uma forma da fábrica se destacar no cenário industrial nacional,

pois esse tipo de visita aumentava o prestígio da fábrica. Além disso, nota-se como o depoimento de Hermes da Fonseca exalta o sentimento patriótico nacionalista e atribui os mesmos valores, de tradição, de suor, à glória da fábrica e de seus diretores, aspectos que também foram encontrados pela imprensa durante todo o período aqui estudado.

Continuando a pensar a expansão da Leal Santos, se o ano de 1910 foi de grande divulgação dos méritos da fábrica na imprensa brasileira, e do processo, os anos seguintes noticiam a abertura de duas novas fábricas na região sul do país: na cidade de São Lourenço e na vizinha Pelotas.

Pela Indústria – Leal Santos & C.

A opulenta firma industrial desta praça, Leal Santos & C., a **qual deve o Rio Grande parte do seu progresso e a indústria local a sua colaboração inteligente e progressista**, vem de contribuir para que mais intensa seja a vida industrial no Rio Grande do Sul. **Se não bastasse já o muito que ela tem feito, aqui e no Rio, sem poupar sacrifícios, mas delineando o desenvolvimento crescente do trabalho bem distribuído**, acaba de inaugurar na vila de São Lourenço uma fábrica de conservas, **que é incentivo à vida daquela localidade** (*Echo do Sul*, 27/01/1911, p.2 - grifos meus).

A cidade de São Lourenço do Sul fica cerca de 130km da cidade do Rio Grande em direção a Porto Alegre (capital do RS), localizada na beira da Lagoa dos Patos, favorecia a produção para os doces em calda e conserva da marca. Segundo notícia divulgada também no *Echo do Sul* em dezembro de 1911, a fábrica de São Lourenço operava com cerca de 50 operários nas três seções existentes e sob a direção do sr. Luiz Bauer e gerência do sr. Francisco Amaral. No mesmo ano, depois da inauguração da Leal Santos em São Lourenço, foi aberta a fábrica na cidade de Pelotas, em 30 de dezembro de 1911.

A fábrica, que está trabalhando desde o dia 30 do mês findo, sob a direção geral do Sr. Lourenço Vinholes, servindo de mestre das oficinas o competente sr. Belmiro Albuquerque, conta já com 76 operários de ambos os sexos, inclusive meninos e meninas. Preside em toda ela o máximo asseio e moralidade, de modo que qualquer operária pode ali trabalhar livremente, sem se sujeitar ao gracedo de quem quer que ali trabalhe, devido às rigorosas penas estabelecidas para as mais leves faltas (*Echo do Sul*, 19/01/1912).

Pelotas, que já possuía outras fábricas de frutas em conserva e em calda, (SALABERRY, 2012) formava junto com Rio Grande um dos polos industriais gaúchos, passou a contar também com mais um estabelecimento da fábrica rio-grandina. A instalação na cidade se deu pela compra da antiga fábrica Amazônia (SALABERRY, 2012) que pertencia aos srs. Mascarenhas, e beirava o Arroio Santa Bárbara.

Esta fábrica, assim como a Aliança, em razão de sua elevada produção, tinha por objetivo produzir conservas para abastecer o mercado nacional, sendo importante estar em local com disponibilidade de mão de obra, facilidade para adquirir a matéria-prima e para enviar a produção para os diferentes destinos do litoral brasileiro (SALABERRY, 2012, p. 136).

Assim, a localização, tanto em Pelotas, quanto em São Lourenço, era estratégica e importante para a perpetuação e expansão dos mercados da Leal Santos pela região e pelo Brasil. A grande demanda por seus produtos nos demais estados brasileiros, conforme mostra a imprensa do período, exigia que a fábrica aumentasse sua capacidade de produção e exportação e, para isso, a melhor escolha era se instalar onde o acesso à matéria-prima e ao local de escoamento fosse facilitado. É notável que, durante esses anos de vida da Leal Santos no Brasil, houve um significativo crescimento e um forte apoio da imprensa nacional por seus produtos, provavelmente dando impulsos importantes para que tanto os biscoitos, quanto as conservas, fossem mais aceitas pela população.

Tendo em vista a expansão da fábrica até esse momento, 1911, a Leal Santos contava com a matriz em Rio Grande, filial no Rio de Janeiro, em São Lourenço e em Pelotas. Cada filial aberta dentro de um objetivo e buscando expandir sua produção e mercado. Assim, percebe-se que a Leal Santos não pode ser vista como isolada do contexto nacional e regional, ou alheia aos contextos econômicos e sociais que envolviam a primeira década do século XX.

Nesse caso, com o advento da Primeira Guerra Mundial⁹⁸, entre 1914-1918, o mundo teve suas atividades reestruturadas em virtude da guerra, sobretudo os europeus, também alterando o cenário industrial de todo o globo. No que tange aos reflexos da guerra na industrialização brasileira, há uma série de divergências teóricas, havendo inclusive uma corrente historiográfica, chamada teoria dos *Choques Adversos*, a qual defende que a os acontecimentos externos da primeira metade do século XX possibilitaram o crescimento das indústrias brasileiras, sendo eles a Primeira Guerra Mundial e a crise de 1929. Para os autores dessa corrente, a dificuldade de importação durante esses dois acontecimentos, gerou um crescimento e uma maior movimentação no mercado interno.

Não objetivando fazer um embate teórico sobre a origem da industrialização no país, a ideia nesse momento é buscar compreender de que forma os conflitos vividos na Europa durante a Primeira Guerra refletiram na Leal Santos & C. aqui no Brasil. Para tanto, a

⁹⁸ A Primeira Guerra Mundial, também conhecida como Primeira Grande Guerra ou Guerra Total, foi um conflito centrado principalmente no continente europeu. As questões imperialistas e nacionais foram algumas das motivadoras da Guerra, que ficou dividida em Tríplice Aliança (Alemanha, Áustria-Hungria, Itália e Império Otomano eram os principais países) e Tríplice Entente (Rússia, Grã-Bretanha e França).

imprensa serviu como fonte de análise e tanto a fábrica que é objeto da tese, quanto outros indícios impressos nas folhas do jornal podem apontar para tais reflexos. No caso específico da Leal, Santos & C., encontrei uma notícia no *Echo do Sul* em janeiro de 1915 falando sobre uma nova parceria entre ela e a Fábrica Ritter, de Pelotas:

Nova indústria

As linhas que passamos a reproduzir foram publicados pelo Correio Mercantil, da cidade vizinha:

“Como se sabe a cervejaria Ritter, não emprega rolhas no seu engarrafamento, porém, tampas, ou cápsulas de folha de feitio que toda gente conhece. **Por motivo de conflagração europeia a fábrica Ritter teve fortemente perturbado o seu suprimento de tais cápsulas e nesta emergência, previamente inspirado, o seu ativo proprietário Carlos Ritter providenciou de forma que o obteve ser abastecido daquele especial e indispensável artefato, fabricado, a propósito, neste Estado: foi a grande Fábrica de Conservas Leal, Santos & C., do Rio Grande, quem resolveu o problema, preparando em suas bem montadas oficinas as cápsulas para garrafas do modelo (crown cork).** Esta solução que vem correspondendo à criação de uma verdadeira “nova indústria” demonstra, mais uma vez, **que a dificuldade é a mão da inventiva**”. Parabéns as duas prontas firmas industriais que tão bem souberam encaminhar e resolver a questão, a contexto dos seus mútuos interesses e créditos técnicos (*Echo do Sul*, 15/01/1915, p. 1 - grifo meu).

A Leal Santos passou a produzir as cápsulas para a cervejaria vizinha em decorrência da dificuldade em importar suas embalagens. O jornal faz a leitura desse fato dando importância aos dois estabelecimentos e seus proprietários, que utilizam o momento que seria desfavorável para um novo “crescimento”, “uma nova parceria” que resolve “mútuos interesses”. Esse pode ser visto, portanto, como um fator positivo resultante do conflito externo, pois houve uma demanda que muito provavelmente não existiria não fosse a guerra na Europa e a dificuldade de importação.

Mas, de maneira geral, o que é estampado na imprensa local é um clima de certa tensão e de dificuldade de abastecimento, da mesma forma em que as casas comerciais e industriais da cidade divulgam que não passam por problemas de estoque:

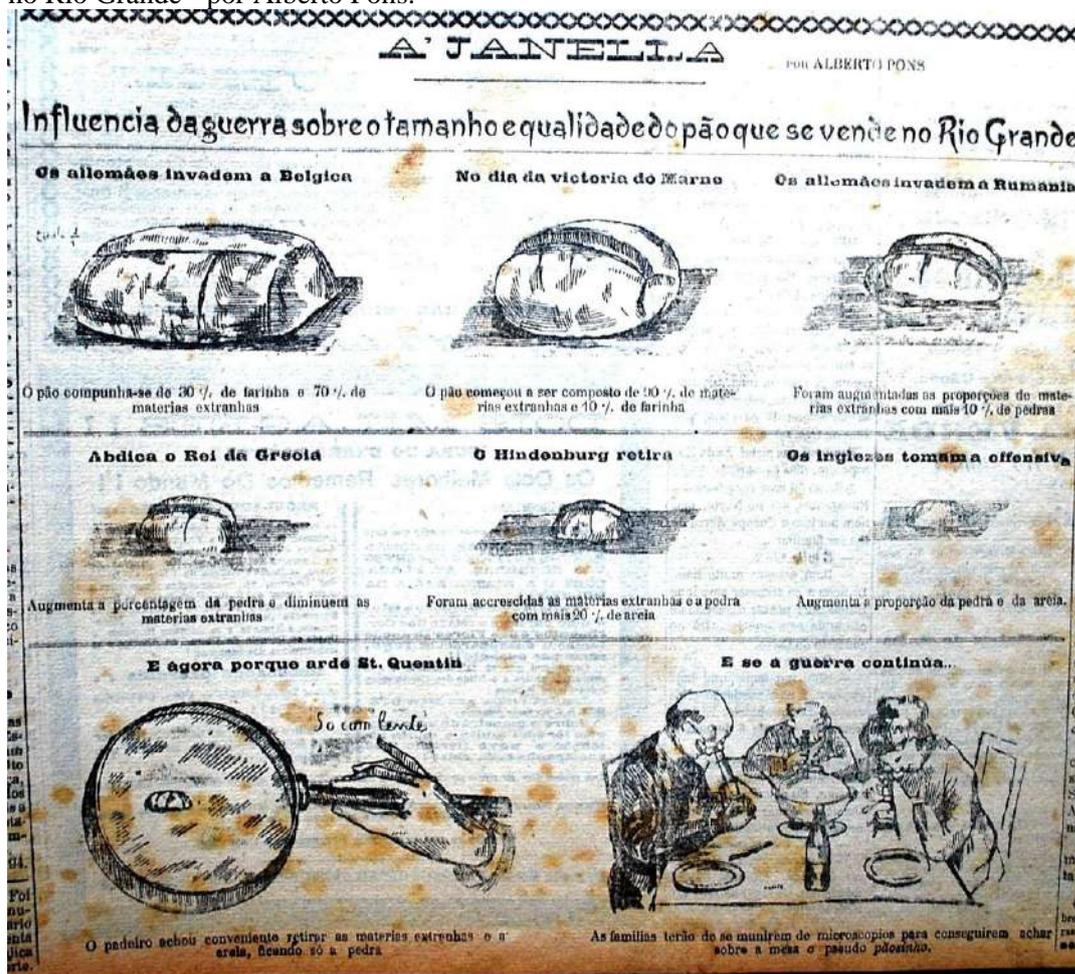
Figura 58: Anúncio da Bromberg & C. e Sociedade Industrial Suíça, 1915.

Fonte: *Echo do Sul*, 19/07/1915 e 04/09/1915, p. 3.

Na primeira imagem (Figura 58) a Bromberg & C. afirma que a Guerra ainda não atingiu seus estoques. Já a Industrial Suíça avisa aos industriais que “continua a receber com regularidade todo o material enviado da Suíça”. Mesmo que voltados para públicos diferentes, percebemos que ambos os anúncios desejam passar a mesma mensagem. Interessante que a propaganda da Industrial Suíça (Figura 58) utiliza a chamada “Força da Reserva” ao lado de um braço masculino musculoso, forte, que levanta, carrega e entrega os maquinários suíços, indicando tanto que havia material em estoque e da sua importância, quanto também uma referência aos soldados, à força dos combatentes.

Se a situação estivesse normal, não seria preciso realizar tais anúncios, percebe-se que o comércio local foi atingido pelo conflito europeu e pela dificuldade de importação, mesmo que algumas casas ainda conseguissem o abastecimento. Sobre isso, o *Echo do Sul* apresenta uma charge sobre a falta de pão nas casas dos riograndinos (Figura 59)

Figura 59: Charge “À Janela” - Influência da guerra sobre o tamanho e qualidade do pão que se vende no Rio Grande - por Alberto Pons.



Fonte: *Echo do Sul*, 25/08/1915, p. 1

Na charge, a cada batalha, ou fase da Primeira Guerra, os pães na mesa do morador diminuem. No último quadro indicam “Se a guerra continua... as famílias terão de se munirem de microscópios para conseguirem achar sobre a mesa o pseudo pãozinho”. Ou seja, de alguma maneira os estabelecimentos locais foram afetados pela crise de abastecimento europeia. Cabe lembrar que Rio Grande possuía Moinhos que forneciam farinha para as indústrias locais, o que poderia facilitar o acesso ao produto, quanto à própria fabricação do pão. Entretanto, a charge indica um reflexo direto na mesa dos riograndinos no preço que o produto “básico” da mesa alimentar possuía, bem como o seu tamanho.

Por outro lado, outro fator também atingia os trabalhadores brasileiros e locais e, da mesma forma que a charge denunciava a precariedade do pão em Rio Grande, a segunda imagem também tem o mesmo caráter. No período da Primeira Guerra outro grande conflito marcou 1917: as greves. Segundo Toledo (2017) o ano de 1917 foi de grandes movimentações e reivindicações populares e operárias, sendo a greve um dos mais

emblemáticos. Edilene Toledo (2017) afirma que o movimento grevista que impulsionou as demais cidades brasileiras teve início em São Paulo, no bairro industrial e operário Mooca.

[...] cerca de 400 operários iniciaram o movimento reivindicando um aumento salarial de 15 a 20% e protestando contra a extensão do horário de trabalho noturno, imposto pela fábrica para atender ao aumento da produção e ocasionado também pela desestabilização da economia mundial causada pela guerra (TOLEDO, 2017, p. 499).

A partir desse movimento, outros trabalhadores e organizações sindicais perceberam o momento oportuno para lutarem em diversos locais do país: “[...] manifestações quase diárias ocorreram em várias cidades contra o alto custo de vida, o trabalho de crianças, os baixos salários e tantos outros problemas que afligiam os trabalhadores no Brasil” (TOLEDO, 2017, p. 99). Sendo Rio Grande conhecida como a “cidade das chaminés” (TORRES, 2008), e, portanto, também como uma cidade operária, seria pouco provável que eles não tivessem realizado alguma manifestação ou greve, influenciados pelo movimento nacional. Entretanto, se o *Echo do Sul* se encarregou, até então, de noticiar o “passo a passo” das fábricas locais, demonstrando com orgulho a expansão e movimento dos empreendimentos locais, não localizei a greve em nenhuma notícia do jornal.

Como foi visto no início deste capítulo, as ausências também fornecem informações históricas. Nesse caso, a omissão do *Echo do Sul* em noticiar os movimentos grevistas indica uma alta probabilidade de influência do grupo industrial local em coagir as publicações. Mesmo que os motivos não sejam devidamente aprofundados nessa tese, percebo certa dificuldade do jornal em noticiar os acontecimentos que não eram só locais, mas também nacionais. Entretanto, apesar de não ter sido noticiada na folha riograndina, as mobilizações se estenderam por todo o país, e foram noticiadas no *O Paiz* (Figura 60):

diretamente dos operários as reclamações que por ventura esses tenham a formular e encaminhá-las para conveniente estudo e resolução.

3) **O Centro Industrial solicitará dos poderes públicos medidas que facilitem aos industriais melhorar as condições da vida operária. Entre essas medidas poderão figurar as que se referem a favores às sociedades cooperativas e as que cogitem de isenções de direitos para habitações operárias;**

4) O Centro Industrial pedirá também ao governo que não aumente os atuais impostos, desistindo, assim, dos aumentos que já foram oficialmente anunciados (*O Paiz*, 26/07/1917, p. 3 - grifo meu).

Portanto, de acordo com a pauta da reunião noticiada pelo jornal, uma das reivindicações operárias era a diminuição do custo de vida, de produtos básicos para alimentação e outros. Para Toledo (2017) essa era uma das lutas operárias, mas não a única, pois este movimento teve, no Brasil, em termos gerais as seguintes lutas:

[...] jornada de oito horas, semana de cinco dias e meio, fim do trabalho de crianças, restrições à contratação de mulheres e adolescentes, segurança no trabalho, pagamento pontual dos salários, aumento salarial, redução do preço dos aluguéis e do custo dos bens de consumo básicos, respeito ao direito de sindicalização, libertação dos trabalhadores presos durante as greves e recontração de todos os grevistas demitidos. Essas reivindicações expressavam os interesses e necessidades dos trabalhadores e exigiam a ação tanto do Estado como dos empregadores, e nos dizem muito sobre as dificuldades da vida e do trabalho da população pobre das cidades naquele período, mas também sobre a mudança na relação com o Estado (TOLEDO, 2017, p. 507).

A partir do que apresenta a autora, percebe-se um panorama geral das condições operárias no Brasil. Visto que a Leal Santos esteve presente na reunião sobre a greve, parto do pressuposto de que os trabalhadores da fábrica também fizeram parte do movimento grevista brasileiro, fazendo suas próprias reivindicações. Sobre o caso da greve em Rio Grande, mesmo que o *Echo do Sul* tenha se absterido de noticiar as greves na cidade, os reflexos do movimento apareceram nas suas páginas em forma de charge (Figura 61):

Figura 61: “À Janela” - As greves ou como os tempos mudam!... - Alberto Pons



Fonte: *Echo do Sul*, 18/08/1917, p. 1

A charge, estampando grande parte da primeira página presente, do lado esquerdo, o operário de antigamente chegando da greve em casa sorrindo e festejando, todos com ares de felicidade. A criança no andador exclama “Viva a greve” e a legenda diz “O operário entrava em casa cantando a ‘Internacional’ e orgulhoso da força do seu direito. Do outro lado, o homem chega em casa machucado, com o braço apoiado em tipoia e com ar abatido. A mulher também tem uma expressão negativa: “Hoje o operário entra em casa depois da derrota, amaldiçoando o inventar do facão, e pedindo à mulher arnica e algodão boricado”.

A charge é uma crítica clara a situação do operário durante o período da greve e à repressão sofrida durante os embates. Apesar de não mencionarem a Leal Santos & C., as duas charges (sobre a Primeira Guerra e sobre a Greve) demonstram o cenário local e a relação com os acontecimentos nacionais e internacionais. Os desfechos finais da greve na cidade também não foram noticiados pela imprensa local e também não localizei nos demais jornais alguma informação específica sobre o caso de Rio Grande. Entretanto, identifiquei um fator relevante no *Echo do Sul*:

Figura 62: Anúncio da Cooperativa Leal Santos

Operarios!!

Não ha mais crise

Generos de graça um dia no mez na

- Cooperativa Leal Santos -

Xarque especial, kilo	1200
Carne de porco, kilo	1000
Ubre secco, kilo	800
Feijão preto, kilo	400
Perniz de porco, kilo	400
Bolacha especial, kilo	1000
Sabão solido de 1ª, kilo	800
Sabão solido de 2ª, kilo	500
Costellas seccas a	1000
Vinho de Caxias, garrafa	300

Rua Aquidaban, 46 - Telephone, 297

d. s. d. n. 10 Set.

Fonte: *Echo do Sul*, 19/08/1917, p. 2.

A chamada para os Operários (Figura 62), direcionada para os trabalhos da Leal Santos indicam a distribuição gratuita dos produtos ali escritos, uma vez no mês, reforçando que “Não há mais crise”. Retomando algumas das lutas operárias dentro da greve de 1917 sobre a diminuição dos preços de itens básicos, o anúncio da Cooperativa reforça o aspecto contextual do movimento operário em Rio Grande e para o possível cumprimento de algumas destas exigências. A Cooperativa Leal Santos fazia parte do complexo fabril criado pela fábrica “embora de forma mais modesta, a Leal Santos construiu vinte casas destinadas aos operários e um armazém onde eram vendidos os mantimentos aos trabalhadores fabris” (MARTINS; PIMENTA, 2004, p. 88).

Tais fatos aqui apresentados esclarecem alguns pontos sobre a interferência de acontecimentos externos e internos Leal Santos e no local onde ela estava inserida. Em paralelo ao crescimento e expansão da fábrica nos mais de dez anos aqui percorridos, houve também momentos de crise e de adaptação. Ao analisar esse período, que nomeio como expansão, percebi como a Leal Santos não pode ser desconectada de seu contexto local e nacional, e ainda, como a fábrica conseguiu difundir seu alcance nesses anos. Para se adaptar e expandir, a Leal Santos investiu fortemente em sua imagem de fábrica moderna e tecnológica, mas também de relações pacíficas e harmônicas com o operário, e tais imagens eram difundidas pela imprensa aqui analisada.

Nesse sentido, durante a análise dos jornais percebi que muito do que era “digno” de notícia sobre a Leal Santos era a participação da fábrica nas exposições nacionais, regionais e internacionais. Esse foi um dos fatores que mobilizava a imprensa para divulgar os feitos da fábrica, sobretudo porque também indicava os “louros” da indústria local e brasileira. Será, portanto, este item que me deterei a partir de então.

Prêmios e Exposições

Em meio ao desejo de ser moderno e de estruturar o país na filosofia capitalista, que assolava o Brasil e os outros países, os grupos que encabeçaram esse movimento se esforçavam em mostrar para a população mundial as vitórias e benefícios que o progresso trazia para sua localidade. Naquele momento, não bastava incentivar os detentores de capital e de estrutura para alavancar a indústria, ou construir novas, era preciso convencer e divulgar que esse investimento seria a solução para muitos problemas enfrentados pelo país e que, a partir dela, seria possível construir um “mundo melhor” e mais moderno.

Nesse aspecto, desde o século XIX houve uma proliferação de eventos com esse intuito: organizados em vários cantos do mundo as exposições e demais eventos buscavam construir e divulgar a imagem do progresso. Para isso, os organizadores e participantes investiram fortemente na construção de uma estrutura que fizesse jus ao discurso defendido e ao sonho de um povo civilizado e de acordo com o progresso. Era o momento de ser visto de forma digna e condizente com o cenário e a mentalidade da época.

Pesquisadora das exposições universais, a historiadora Sandra Pesavento, utilizando as leituras de Walter Benjamin, afirma que “através das exposições universais, manifestava-se uma certa forma de representação do real, que vulgarizava o ideário burguês, ao mesmo tempo que cristalizava os sonhos da época” (PESAVENTO, 1994, p. 154). “O palco” era

montado, com todo o cenário e aparato necessário, para que os protagonistas do progresso se apresentassem para o público, e por ele, fossem aplaudidos. Não é por menos que esses eventos eram também pautados por premiações e distribuições de medalhas e honrarias para aqueles que mais se destacassem em suas categorias. Havia uma disputa simbólica para ser o representante fiel do progresso e de tudo aquilo que o moderno, o industrial e o artístico representavam no período. Na mesma linha, Amado Mendes (1998) salienta que as exposições desse período, segunda metade do século XIX, eram contextualizadas pelo “acelerado progresso da industrialização exigia a procura de novos mercados - numa altura em que ainda escasseavam os meios publicitários e de "marketing" -, a transferência de tecnologias inovadoras e, bem assim, a formação de mão-de-obra adequada” (MENDES, 1998, p. 251)

O que a burguesia entendia por progresso, segundo Pesavento, ainda estava relacionado aos ideais iluministas e a prevalência da razão e da ciência, era o desejável, “o desenvolvimento da técnica produzia um mundo melhor e o futuro se apresentava como a concretização da sociedade do bem-estar” (PESAVENTO, 1994, p. 155). Nicolau Sevchenko (2004) destaca que os anseios modernos e progressistas do século XIX e XX resultaram em uma sociedade do espetáculo, que utilizou a tecnologia e os recursos da comunicação para montar grandes espetáculos para grandes públicos. É nesse contexto que, conforme dito anteriormente, surgem as exposições que vão divulgar e apresentar ao mundo as obras do progresso. Assim, para as exposições “fundamental foi, pois, a ideologia do progresso. Daí a relevância que, nas diversas exposições, tem sido dada aos fenômenos de invenção e de inovação” (MENDES, 1998, p. 258). Segundo Heloisa Barbuy (1996), entre 1851 e 1915, foram organizadas trinta e quatro exposições universais, tendo o Brasil participado em diversas delas.

Pouco mais de seis anos após a sua fundação, a Leal Santos participou de uma exposição, em 1896, como já apresentamos no início do capítulo. Naquele momento, apesar dos fortes elogios para a qualidade dos produtos e da prosperidade da fábrica, a crítica do jornal *O Paiz* focou na utilização no nome Lisboa em maior destaque do que o Rio Grande do Sul. A valorização da indústria nacional e dos sentimentos patrióticos eram realmente presentes nas exposições e a construção de um imaginário de nação era um dos vários objetivos desses eventos (PESAVENTO, 1994).

Esse não foi um fato isolado e diversas vezes a imprensa deu destaque ao caráter nacionalista das indústrias, principalmente nesses eventos. Após 1896, a próxima participação

da Leal Santos que encontrei foi em 1900, na Associação dos Empregados do Comércio do Rio de Janeiro. Naquele evento houve a distribuição de biscoitos, sendo estes divulgados nas páginas dos jornais *O Paiz*

Os biscoitos especiais de qualidade e sortimento igual ao inglês,[...] que os Srs. Leal Santos & C expõem, oferecem agradável impressão pelo modo que estão acondicionados e dispostos são produtos de boa qualidade, fabricados no Rio Grande do Sul e que **podem competir com os que nos vêm do estrangeiro (*O Paiz*, 17/05/1900, p. 3).**

Conforme será visto no decorrer deste item, a distribuição de biscoitos, ou outros produtos, era recorrente nas exposições. Era a ocasião ideal para divulgar a qualidade dos produtos e demonstrar como eram fabricados, através dessa grande “vitrine” que eram as exposições, pois eram frequentadas por muitas pessoas, de vários grupos sociais e econômicos.

No ano seguinte, foi inaugurada a Exposição Estadual de 1901 (Figura 63) do Rio Grande do Sul, no atual Parque da Redenção. Ela, assim como as outras, tinha o intuito de divulgar os méritos e qualidades naturais e industriais da região e atestar a importância do estado para a economia e cultura do país. “Nenhum estado da União possui uma mais extensa natural navegabilidade fluvial, devidamente aproveitada para o transporte de mercadorias de seus centros produtores”⁹⁹. A apresentação do catálogo demonstra o caráter propagandista do evento, que contava com centenas de participantes e expositores de várias cidades do estado.

Figura 63: Expositor Leal, Santos & C. - Exposição Estadual de 1901.

⁹⁹ Catálogo da Exposição Estadual, 1901, p.1

Sala Joaquim Pedro Soares

Grupo IX — Classe I — Letra B.

Massas alimentícias e conservas

RIO GRANDE.

Expositores: *Leal, Santos & C.*, fabrica de biscoitos, 27 latas de biscoitos das seguintes marcas:

2951.	Uma lata de biscoitos	Araruta.
2952.	" " " "	Amorosos.
2953.	" " " "	Agua.
2954.	" " " "	Americanos.
2955.	" " " "	Bolo de natal.
2956.	" " " "	Baunilha.
2957.	" " " "	Cracknell.
2958.	" " " "	Combinação.
2959.	" " " "	Canella.
2960.	" " " "	Champagne.
2961.	" " " "	Camelias.
2962.	" " " "	Dulces.
2963.	" " " "	Ignéz.
2964.	" " " "	Lingua de gato.
2965.	" " " "	Leite.
2966.	" " " "	Letras.
2967.	" " " "	Maria.
2968.	" " " "	Nic-Nac.
2969.	" " " "	Gauchos.
2970.	" " " "	Alberto.
2971.	" " " "	Perolas.
2972.	" " " "	Petropolitanas.
2973.	" " " "	Pão-de-ló torrado.
2974.	" " " "	Pivets.
2975.	" " " "	Rio Grande.
2976.	" " " "	Zoologicos.

Fonte: Catálogo da Exposição Estadual, 1901

A participação da Leal Santos nesse evento gerou para ela o primeiro prêmio que os biscoitos ganharam no país, levando a Medalha de Ouro. A fábrica apresentou diversos sabores dos seus biscoitos (Figura 63), alguns que até então não tinha aparecido em outro catálogo ou notícia, como é o caso do “Rio Grande” e “Gauchos” – nesse caso, é possível que esses biscoitos tenham sido estrategicamente apresentados na exposição para fortalecer o caráter regional.

A primeira exposição universal que a Leal Santos participou foi a St. Louis nos Estados Unidos em 1904, que aconteceu em paralelo aos Jogos Olímpicos. Segundo Barbuy (1996), nesse evento, dos 15.009 participantes, 1.140 eram brasileiros. Sobre essa exposição, o jornal *Echo do Sul* anunciou:

[...] Quanta grandeza, quanto saber, quanto esforço se não vai encontrar naquela feira colossal, monstruosamente bela, onde o espírito humano exporá em parcelas preciosas o fruto de longos séculos de estudos, de sacrifícios inauditos, de martírios sem nome! **O futuro deverá curvar-se ante as nossas obras**, como nós nos curvamos ante o passado; porque **cada época tem os seus heróis** [...] **Glória aos povos que souberam conquistar uma civilização onde desapareceram as fronteiras para a ciência e o progresso** [...] **Glória a ciência** que destruiu os antagonismos de raças e a diversidade de idiomas, para interessar a humanidade nas obras de comum benefício, fazendo-a **orgulhar-se dos feitos que atestem progresso**, venham elas do sul ou do norte, do oriente ou do ocidente. A exposição de S.

Luiz é mais um triunfo para a civilização (*Echo do Sul*, 01/02/1904, p. 1 - grifos meus).

Eis a saudação do *Echo do Sul* para o evento nos Estados Unidos, parabenizando os avanços da ciência para caminhar em direção ao progresso, tal como propõe o pensamento positivista e industrial do período. Nesse trecho o jornal apresenta outro aspecto interessante, que é estudado também por Barbuy (1996) e Pesavento (1994) sobre o espaço de convivência e internacionalização que esses grandes eventos promoveram nos séculos XIX e XX. Nas exposições onde a participação de diversos países era intensa, o encontro de nações e de línguas era algo marcante e causava certo alvoroço. Era a teatralidade (BARBUY, 1996) que exigia normas de comportamento rígidas que fossem de acordo com o conceito de pessoas civilizadas (PESAVENTO, 1994) que, apesar das divergências, compartilhavam o mesmo projeto: o desejo do moderno, do progresso.

Aqui, portanto, cabe lembrar a ideia de civilização e civilizado apresentada por Norbet Elias (1994) como um conjunto de valores, regras e instituições que definem as diferentes formas de comportamento. Ou seja, nesses eventos sociais com a grande circulação de pessoas representantes do “moderno e progresso” elas buscavam compartilhar e padronizar ações, regras e modos de se portar, agir, comer, vestir condizentes com a situação e com o contexto vivido. Nesse caso, tais atitudes eram inclusivas ou excludentes de quem de fato pertencia ao grupo de pessoas modernas e civilizadas, e tal escolha era baseada, sobretudo, nesse conjunto de ações e valores materiais e simbólicos.

Portanto, é possível afirmar que esses eventos tinham um clima de ampla magnitude, de grande significado social e simbólico. E no caso das casas comerciais e industriais que ali apresentavam seus produtos, não seria diferente, era preciso dar conta da quantidade de “pré-requisitos” simbólicos e previamente estabelecidos para ser uma empresa digna de premiação e de reconhecimento de qualidade, superioridade, de moderna. Essas eram mais facilmente identificadas pelo público-alvo, ou consumidor, bem como para as concorrentes enquanto “modelos” a serem seguidos e alcançados.

O Brasil teve uma participação significativa nessa exposição, levou representantes de vários estados da federação. Era o momento de ser visto por outros países, e demonstrar as transformações do século XX e da modernização do Brasil, tanto do ponto de vista industrial, quanto da arquitetura. Para isso foi construído o Palácio Monroe (Figura 64) que serviria para abrigar o país na exposição: “o Brasil galhardamente sobressaiu na recepção à distinta comitiva presidencial. Roosevelt se recordará do Brasil e da exposição por toda a vida”, esse foi o parecer publicado, segundo o Senado Federal do Brasil, no *Louis Globe-Democrat* após

a visita do presidente Theodore Roosevelt no pavilhão brasileiro (*Jornal do Senado*, 04/05/2015, p.6).

Figura 64: Pavilhão do Brasil “Monroe” - Exposição Universal de S. Luiz, 1904.



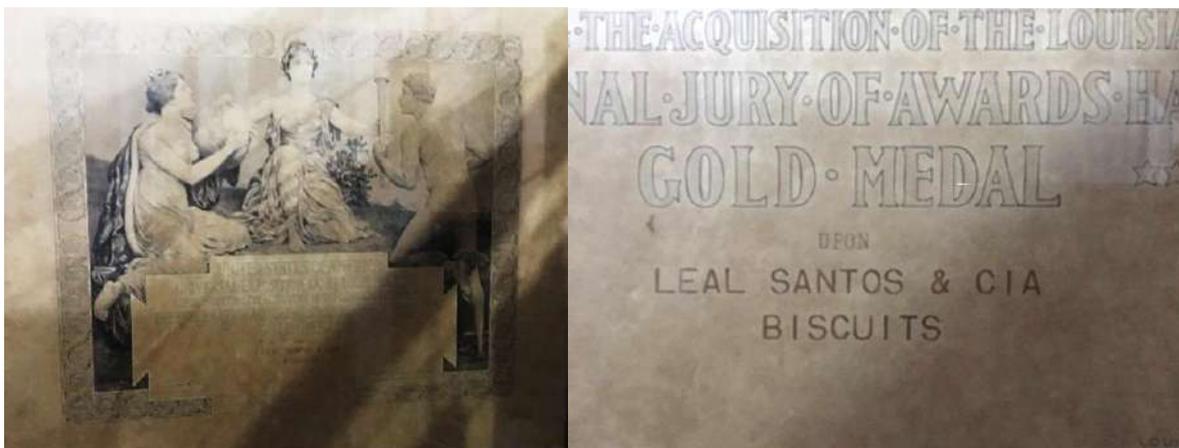
Fonte: Braziliana Fotográfica - Biblioteca Nacional

O país não mediu esforços para demonstrar os seus triunfos e tentar alcançar os parâmetros europeus e norte-americanos ali presentes. Cumprindo seu papel o prédio “fez o mundo crer num Brasil moderno e civilizado, capaz de grandes feitos, adiantado em comparação com os vizinhos” (*Jornal do Senado*, 04/05/2015, p.6). Posteriormente, o prédio foi transferido para a Avenida Rio Branco no Rio de Janeiro, na Cinelândia, abrigando a Câmara dos Deputados e posteriormente o Senado Federal.

A Leal Santos & C. também causou boa impressão na exposição, levou medalhas de ouro (Figura 65) tanto pelos biscoitos quanto pelas conservas. Além dela, 130 outros prêmios foram conquistados pelo Rio Grande do Sul na exposição, segundo notícia¹⁰⁰ no *Jornal A Federação*.

¹⁰⁰ *A Federação*, 23/12/1904, p. 1

Figura 65: Diploma de medalha de ouro Exposição St. Louis, 1904



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande

O Rio Grande do Sul não deixou de organizar outros eventos desse gênero para promover as suas indústrias e produções regionais. Nesse sentido, em 1907 o Museu Comercial de Porto Alegre inaugurou uma exposição de produtos industriais, agrários, vinho e couro.

A exposição modesta e simples, de produtos do Rio Grande do Sul, já mostra bem o **valor extraordinário do trabalho daquele Estado**; mas ninguém pode prever, mesmo com o espírito mais otimista, o futuro colossal que lhe está reservado. Esse futuro não entra na categoria das coisas remotas, nem é fenômeno que dependa da sucessão de gerações, é um futuro próximo, que **só depende da abertura da barra como válvula de expansão** para essa atividade que apesar de tudo tem-se desenvolvido, caracterizando uma raça fortalecida pelo meio de um clima maravilhoso. **Não se vai tratar de iniciar um desenvolvimento, mas de acelerá-lo por que o impulso já está dado.** Neste momento, só com a notícia de que a barra será uma realidade, o valor daquelas terras ubérrimas, daquelas pastagens dobradas [...]. E os pequenos ecos registram este fato, com o prazer que todos nós brasileiros devemos experimentar e constatá-lo (*A Federação*, 05/06/1907, p. 1).

A notícia publicada no jornal porto-alegrense destaca os valores do Rio Grande do Sul e seu futuro próspero. A folha salienta a importância da abertura da barra que, no caso, se refere à barra da cidade do Rio Grande, local de maior escoamento e recebimento de produtos da época. Essa preocupação assolava não só o estado e o país, mas, principalmente os riograndinos, que desde o século XIX lutavam pela ampliação do seu acesso. Segundo Francisco das Neves Alves (2009), o ano de 1881 foi um dos mais emblemáticos para demonstrar a gravidade da situação da barra, “uma vez que, mormente ao longo do inverno, foram inúmeras as embarcações que ficaram presas na costa rio-grandina, umas querendo entrar e outras, sair, mas não podendo transpor a Barra” (ALVES, 2009, p. 46).

A saída da Laguna dos Patos para o Oceano Atlântico sempre foi dificultosa às embarcações devido ao constante assoreamento do canal de acesso. Os

comerciantes da cidade e posteriormente os industriais buscavam já algumas décadas solução para o problema [...] (MARTINS, 2004, p. 11).

A imprensa local teve um papel fundamental nessa campanha, conforme apresenta Alves (2006), tanto a chamada pequena imprensa, quanto os jornais diários, utilizavam suas páginas para promover longos debates e demonstrar o quanto sofria a cidade e a região pelas limitações da barra. No jornal *Echo do Sul* foi possível encontrar diversos textos sobre o assunto, com cobranças para o governo para que fossem tomadas medidas em modernizar o acesso a barra e também o cais do porto e seus pavilhões. Sobre a campanha do periódico, Francisco diz que para o *Echo* “era a ruína da província o que se deparava no fundo daquele deplorável quadro, era o desaparecimento da navegação de longo curso e de cabotagem e o próprio desaparecimento da província em todos os seus elementos de riqueza e de prosperidade” (ALVES, 2009, p. 54).

Foram longos anos de campanha e espera até que, em 1915, a *Cie. Française du Port du Rio Grande do Sul*¹⁰¹ inaugurou os Molhes da Barra, importante obra para o desenvolvimento comercial, industrial e portuário da região. “Estas construções representaram notáveis obras de engenharia, se considerarmos os recursos da época” (FERREIRA, 2016, p.54). Entretanto, em 1907, ano da exposição em Porto Alegre, essas ampliações eram apenas projetos, e as exposições também eram momentos para discutir as necessidades da região e quais melhorias e investimentos deveriam ser feitos. Da exposição no Museu Comercial, a Leal Santos saiu com mais uma medalha de ouro por seus biscoitos.

A exposição de maior abrangência no Brasil durante esse período foi em 1908 com a organização da Exposição Nacional no Rio de Janeiro (Figura 66). Tendo como tema de a abertura dos portos de 1808, a exposição inaugurada pelo presidente Affonso Penna, no atual bairro da Urca, movimentou a vida dos cariocas e de todos os estados. “Seus organizadores pretenderam, com essa estratégia expositiva, apresentar a ‘evolução’ do país desde a chegada do príncipe regente D. João em 1808 até o Brasil republicano de 1908, procurando reter o excepcional ao recordar um século de história” (HEIZER, 2016, p.17). Assim como as demais exposições já apresentadas aqui, a Exposição Nacional era uma forma de exibir o crescimento

¹⁰¹ A Companhia Francesa do Porto do Rio Grande teve autorização para construir as obras no Porto do Rio Grande em 1908. A vinda da companhia para a cidade trouxe efetivas modificações na paisagem e na cultura local, principalmente com a chegada de engenheiros, mestres de obras e suas famílias francesas. Desde 1908 começaram as preparações para as obras, que demandavam uma série de outras estruturas como transportes, casas, iluminação, etc. As pedras utilizadas para os Molhes da Barra vieram de pedreiras da região, sendo a principal delas localizada na atual cidade de Capão do Leão. Sobre o assunto: Hugo Alberto Pereira Neves (1980), Francisco das Neves Alves (2009 e 2005), e Gladis Rejane Ferreira (2016).

do país. Cada estado da federação tinha um pavilhão onde eram expostos os resultados do “progresso” e “desenvolvimento”, demonstrando as riquezas naturais e culturais de cada região.

Era necessário tentar apagar os vestígios de anos de colonização e escravidão, mostrar em imagens e prédios um país que saiu da condição de atraso para o topo dos países modernos e industrializados (HEIZER, 2016). A exposição, que também recebeu visita de outros países, obteve “mais de um milhão de pagantes” (MARIANI, 2010, p. 134), e todos - expositores ou visitantes - prestigiaram um evento de grandes proporções e alto investimento, e assim como nas demais exposições,

[...] Estas grandes feiras representaram um dos mais importantes espaços educativos da cultura do século XIX, ensinando as novas massas urbanas a observar cidades, povos, culturas e também a hierarquizá-los a partir de uma visão única e evolucionista de desenvolvimento e história (PEREIRA, 2010, p.8).

Os aspectos visuais e estéticos eram de extrema importância nesses eventos (Figura 66). A partir deles também surgiu um importante movimento propagandístico e publicitário, tanto para propagar a mensagem do progresso, quanto para seduzir trabalhadores e consumidores para o universo industrial e moderno (PESAVENTO, 1994).

Figura 66: Exposição Nacional de 1908



Fonte: Pereira (2010)

O lema era ver e ser visto, demonstrar as diferenças sociais e os costumes da *Belle Époque*, “olhar o mundo, e em seguida, classificá-lo, fez com que a arquitetura e a imagem das cidades fossem vistas como um “retrato” das civilizações e dos povos” (PEREIRA, 2010, p.8). Para tanto, a Leal Santos & C. também investiu fortemente na divulgação dos seus produtos e na construção da imagem da fábrica condizente com os pensamentos evolucionistas do período, preparando mostruários (Figura 67) e vitrines de grande porte, além da distribuição dos seus biscoitos.

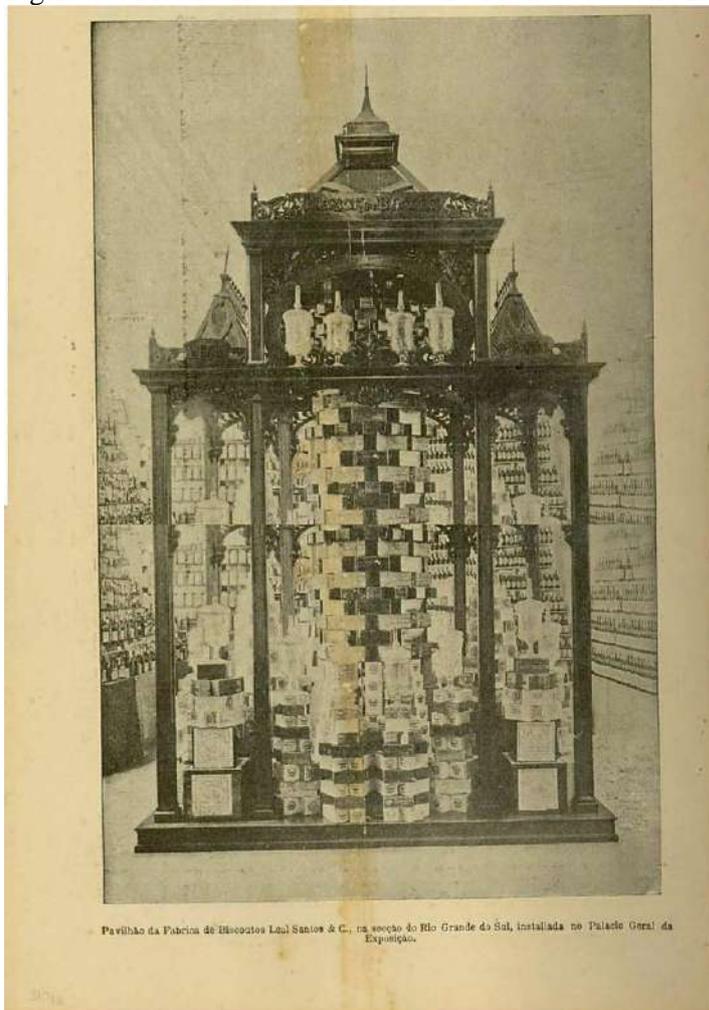
A indústria local
Leal, Santos & C.

Devem estes industriais estar satisfeitos pela recompensa moral que vêm de ter os seus esforços pelo progresso local, de que são, inegavelmente, grandes colaboradores, mantendo duas importantes fábricas, cujos produtos derramam-se já em todos os mercados do Brasil. E essa recompensa assinala-se na Exposição Nacional, em que os produtos dos srs. Leal Santos & C., estão despertando a atenção de todos, unânimes em tecer gabos incondicionais pela inteligência industrial revelada pelos dignos proprietários das fábricas de conservas e biscoitos aqui estabelecidas, para orgulho nosso. [...] A obra desses homens, extraordinariamente enérgica, está ai patente aos olhos de todos pela importante mostra dos seus produtos atualmente expostos na seção do Rio Grande do Sul. A rápida aceitação que tiveram os produtos da fábrica Leal Santos, levaram os seus proprietários a desenvolver a produção e da modesta fábrica fundada em 1889 surgiu o importante centro industrial, que, hoje, abastece de biscoitos e conservas

quase todos os mercados de sul a norte do país, **sem recear a concorrência dos produtos similares importados do estrangeiro** (*Echo do Sul*, 08/09/1908, p.1 - grifos meus).

A imprensa local orgulhosamente publicava notícias sobre o desempenho da Leal Santos na Exposição Nacional, a distribuição dos biscoitos e os elogios a eles também foram alvos de várias notas nos jornais em Porto Alegre e no Rio de Janeiro. Era uma feira que objetivava incentivar o consumo de uma sociedade que havia se despertado para a mentalidade liberal (PEREIRA, 2010), o cenário perfeito para que houvesse assim um crescimento das propagandas.

Figura 67: Mostruário dos Biscoitos Leal Santos & C. na Exposição Nacional de 1908



Fonte: *O Malho*, 1908, p. 5.

A Exposição Nacional contou com uma forte campanha de reclames, inclusive continha um serviço postal dentro da feira, onde os visitantes podiam comprar e enviar para

outros lugares as recordações do evento. O jornal carioca *O Paiz*, anunciando sobre os postais contou que:

[...] É de presumir que o serviço postal da exposição seja grande, dado o cunho histórico que terão as cartas e cartões postais expedidos dali, e avultará tanto mais quanto, além dos cartões oficiais comemorativos do grande certâmen, outros vão ser distribuídos por diversos Estados e expositores. **Dentre os cartões postais mandados imprimir por expositores, destacam-se os da fábrica Leal, Santos & C., que não poupa meios de reclame.** Esses postais são duplos, como os da comissão executiva, e têm no verso o panorama da exposição e uma das faces interiores a vista da fábrica. **O trabalho é artístico. Tais cartões serão oferecidos ao visitante, já selados, para que ele os escreva e os empregados da fábrica na exposição se encarreguem de pô-los no correio. Como reclame, é inteligente** (*O Paiz*, 19/09/1908, p. 1 – grifos meus).

Pela notícia do jornal carioca, A Leal Santos ganhou destaque na exposição pelo requinte dos postais, demonstrando a preocupação com a imagem da empresa e o grande investimento em propaganda e nos mostruários. A exposição, os reclames, postais e distribuição de produtos eram estratégias de divulgação e de construção de uma imagem e, público-alvo, conforme irei desenvolver no próximo capítulo. Esse conjunto de ações também visava o aumento das vendas dos produtos, e era também uma forma de lidar diretamente com a concorrência, tendo em vista que outras fábricas de biscoitos do período também participavam das exposições, conforme foi apresentado anteriormente. Sabendo desses objetivos, a própria imprensa consultou alguns expositores sobre os resultados já sentidos nas empresas no que tange à procura:

Dos srs Leal Santos & C. do Rio Grande:

“Cumpre-nos comunicar a v. s. que, após a exposição de produtos rio-grandenses, tão sabidamente organizada por v.s. , **no extremo norte, observamos que os nossos negócios, para ali, no ramo biscoitos, sofreram um sensível aumento de procura.** Em conservas não nos é dado por enquanto informar o mesmo, mas sabendo nós, por experiência própria, **quão benéficos são os resultados da propaganda e do reclame honesto,** acreditamos que não estará longe o dia em que essa nossa seção industrial auferirá como resultado daquele certâmen, **os mesmos proventos que já constatamos nos biscoitos**”. [...] (*A Federação*, 30/04/1908, p. 1 – grifo meu).

Os representantes da Leal, Santos & C. na Exposição Nacional atestam o aumento da procura dos biscoitos no norte do país, e salientam que esse aumento ainda não podia ser percebido nas conservas. Tais reflexões demonstram o papel que o biscoito tinha para a fábrica, que não só ele era premiado nas exposições, como também dava indícios de maior

lucro/procura do que as conservas. Na exposição de 1908, a Leal Santos saiu novamente com os grandes prêmios tanto para os biscoitos quanto para as conservas.

Em 1909 a fábrica também integrou a Exposição Internacional de Higiene, levando medalha de ouro para os biscoitos e conservas. Já em nível local, em 1912, entre junho e julho, foi organizada a Exposição Industrial do Município do Rio Grande em paralelo à inauguração do novo prédio Clube Caixeiral, local que abrigou o evento. Naquele momento a cidade aproveitou para seguir o movimento de demonstrar as qualidades e progressos locais, criando salas para cada setor e especialidade das empresas. A Leal Santos & C. expôs na sala Rio Branco juntamente com outras importantes fábricas do período, como a Rheingantz, Ítalo-Brasileira, pois esta era a sala destinada para as “grandes indústrias” da cidade. Nesse evento, além dos prêmios recebidos, outro destaque dado pela imprensa foi:

Entre os produtos dos adiantados industriais srs. Leal, Santos & C., e que agora recebem, como é de justiça, novo galardão, está **o chocolate, que vem enriquecer a indústria local e que é exposto pela primeira vez.** Como sucede com as conservas e os biscoitos, vão os srs. Leal, Santos & C. **fechar as portas à entrada do similar estrangeiro** (*Echo do Sul*, 22/07/1912, p. 1).

O chocolate Leal Santos, que já havia sido noticiado como produção da filial no Rio de Janeiro, era apresentado pela primeira vez em Rio Grande. Esses eventos, portanto, serviam para dar destaque ao que estava sendo produzido nas indústrias, momento de demonstrar o caráter desenvolvimentista e progressista da região. Conforme apresentado anteriormente, as exposições estavam inseridas em um contexto de incentivo ao consumo, de novas formas de produzir e vender os produtos industriais. Enquanto espaços de exibição e divulgação, o investimento em propagandas e anúncios eram muito importantes e serviam como ferramentas para chegar até o consumidor, ao público-alvo, de forma mais convincente.

Nesse aspecto, a Leal Santos também participou da exposição “Propaganda Comercial, Industrial e Artística” ocorrida entre 1916 e 1917 em Porto Alegre. Tal como demonstra o nome do evento, percebe-se a importância que a publicidade passava a ter na sociedade do período. Nessa, assim como nas demais exposições, os jornais anunciaram a grande receptividade que os biscoitos Leal Santos tinham com o público:

Tanto as amostras de biscoitos, como de conservas, têm sido muito admiradas, não só pelo público da capital, como pelos forasteiros que visitam o recinto desse certâmen. O acondicionamento dos produtos das fábricas Leal, Santos & C., não pode ser mais perfeito e elegante, pois todas as latas são estampadas artisticamente (*A Federação*, 26/10/1916, p. 1).

Assim, se formava uma rede de exposições, por todos os cantos do país, onde eram premiadas as empresas que mais condiziam com o pensamento da época. A Leal Santos

demonstrou-se atenta ao novo sistema de produção e consumo, e foi uma das empresas com mais destaque na imprensa pesquisada, sobretudo no que tange a apresentação dos seus produtos, quanto dos seus mostruários. Somado a isso, era também o momento dos indivíduos colocarem em prática os costumes europeus e burgueses da *Belle Époque*, o andar, o falar, o vestir eram carregados de simbolismos. As exposições, como defendem Heloisa Barbuy (1996) e Sandra Pesavento (1994), eram palcos de teatralização, de exibir as aproximações com a Europa e de atestar de que pertenciam ao grupo dominante, a burguesia do início do século, a elite intelectual, os defensores do progresso, da ciência e do desenvolvimento.

A Leal Santos, que desde a sua fundação buscava alcançar um destaque na indústria, principalmente para substituição de produtos estrangeiros, participou de forma significativa nesses eventos. Eles eram importantes para demonstrar a qualidade dos seus produtos e conquistar público e mercado. As exposições faziam parte da alma de progresso e industrialização não só no Brasil, mas em todo o globo, e os biscoitos ali premiados e expostos ao olhar do moderno, eram o exemplo de um produto fino e de luxo. Ou seja, esses eventos eram o cenário perfeito para conquistar o público presente, que também almejava os ares modernos e civilizados tão apresentados nas exposições.

A importância desses eventos também pode ser medida na quantidade de matérias sobre a Leal Santos nesses períodos. Nesse caso, antes de encerrar o capítulo, cabe refletir sobre os questionamentos feitos no início dessa investigação, a respeito das singularidades das notícias e de cada jornal ao apresentar a Leal Santos. Conforme apresentado anteriormente, a escolha em investigar os três jornais esteve pautada na relevância de compreender a fábrica em um cenário regional e nacional, e não exclusivamente local. A análise dos resultados, tanto quantitativos, como qualitativos, esboça alguns aspectos que merecem ser aqui aprofundados.

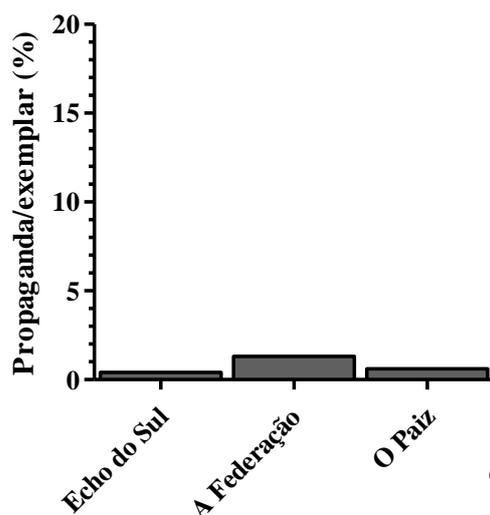
Avançando nas análises

Retomando o que foi apresentado no início deste capítulo, sobre as possíveis influências ocorridas na imprensa, e tal, como apontou Luca (2010): “importante é **inquirir sobre suas ligações cotidianas com diferentes poderes e interesses financeiros, aí incluídos os de caráter publicitário**” (LUCA, 2010, p. 140). A partir desse momento buscarei refletir sobre as influências possíveis em cada jornal aqui analisado, tanto a nível quantitativo quanto qualitativo.

Um primeiro aspecto que merece ser abordado é a presença de publicidade – de anúncios – da Leal Santos nos jornais. No jornal *O Paiz* localizei alguns anúncios da fábrica em 1906 e em 1912, totalizando entre os dois anos cerca de 65 anúncios. Há alguns casos, como o apresentado neste capítulo, de casas comerciais que divulgam a venda de produtos Leal Santos, mas não se trata de uma propaganda encomendada (paga) por ela, e sim de um outro estabelecimento.

Já o jornal *A Federação*, em 1912 e 1913 anuncia outro produto da Leal Santos: a Semolina Phosphatada. Localizei cerca de 120 anúncios na parte de classificados do produto nos dois anos. E em 1916 e 1917, o jornal também apresenta o anúncio dos biscoitos, cerca de 23 ocorrências nesses dois anos. No caso do *Echo do Sul*, as únicas propagandas da fábrica foram encontradas em 1914 (quatro ocorrências) e 1917 e 1918, a partir de outubro (cerca de 30 ocorrências). Nesse sentido, percebendo que a presença publicitária na imprensa pode servir como uma das influências, na medida em que é pagante do jornal. Dessa forma, o jornal porto-alegrense é o que apresenta um maior número de anúncios no período analisado, tal como apresenta a Figura 68, seguido do *O Paiz* e, por último *Echo do Sul*. Ou seja, ainda que não seja um número expressivo em quantidade e tempo – considerando que são anos pontuais –, não é possível desconsiderar tais informações ao analisar a forma como a imprensa divulga a Leal Santos & C.

Figura 68: Gráfico número de propagandas da Leal Santos por exemplar (%) nos jornais



Fonte: Elaborado pela autora.

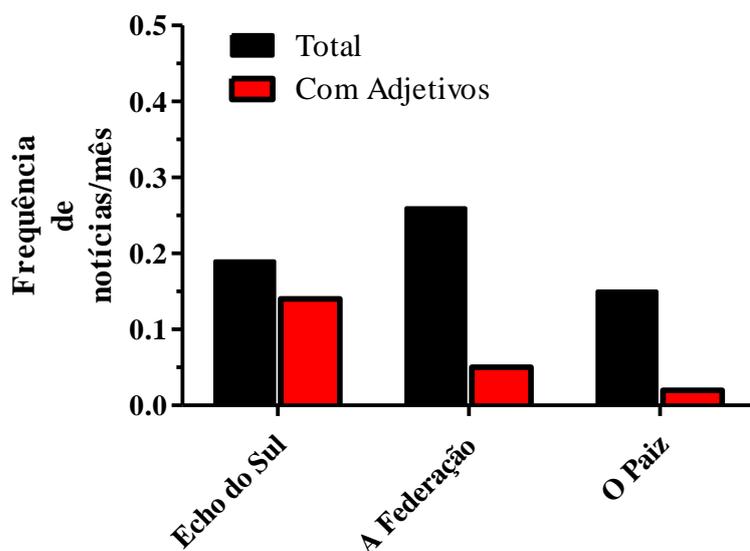
A partir desse gráfico, é possível observar que embora haja propaganda nos três jornais, ao considerarmos o período e o número analisados em cada título, o percentual de anúncios não é muito significativo, sendo mais expressivo no caso do *A Federação*, a mesma

folha com maior número de notícias sobre a Leal Santos. Pois, no período pesquisado (1889-1918)¹⁰², foram encontradas um total de 206 notícias sobre a fábrica no *Echo do Sul*, *A Federação* e *O Paiz*. Desse total, 45,14% são provenientes do jornal *A Federação*, 28,64% do *Echo do Sul* e 26,21% do *O Paiz*. Entretanto, apesar do número maior de notícias ser do jornal porto-alegrense, cabe destacar que o *Echo do Sul* não foi consultado em sua íntegra, pois alguns exemplares não se encontravam para pesquisa na Biblioteca Riograndense. Além disso, há uma significativa diferença no teor das notícias sobre a fábrica entre as três folhas, sobretudo no que tange a maneira como a fábrica é apresentada. Mas cabe também lembrar que apesar de não ter muitas propagandas, e que estas podem ser vistas como uma espécie de patrocínio, tal como lembrou Barbosa (2010), havia o recorrente envio de “presentes” de amostras de biscoitos Leal Santos para os três jornais. Esse tipo de regalia também pode ser compreendido como uma forma de encomenda, ou de influência da fábrica nos jornais.

Sobre isso, Luca (2010, p. 140) defende que “a ênfase em certos **temas**, a **linguagem** e a **natureza do conteúdo** tampouco se dissociam do **público que o jornal ou revista pretende atingir**”. Dessa forma, na medida em que apresentei as notícias sobre os acontecimentos da fábrica nesse período, também identifiquei o discurso da imprensa sobre a industrialização e a própria Fábrica Leal Santos. O uso dos adjetivos, salientado no decorrer desse capítulo, indicava um trabalho claro feito pela imprensa, sobretudo a riograndina, em evidenciar a fábrica e seus feitos. Com base nessa perspectiva, contabilizei a quantidade de adjetivos utilizados para se referir à Leal Santos em cada uma das 206 notícias.

¹⁰² O jornal *Echo do Sul*, apesar de ter sido publicado em todo o período estudado (1889-1918), não está disponível na íntegra para pesquisa. Dos 360 meses correspondentes aos 29 anos, 314 estavam disponíveis para consulta na Biblioteca Riograndense. Essa diferença pode influenciar na quantidade de notícias encontradas nessa pesquisa sobre a Leal Santos.

Figura 69: Gráfico frequência de notícias da Leal Santos por mês nos jornais



Fonte: Elaborado pela autora

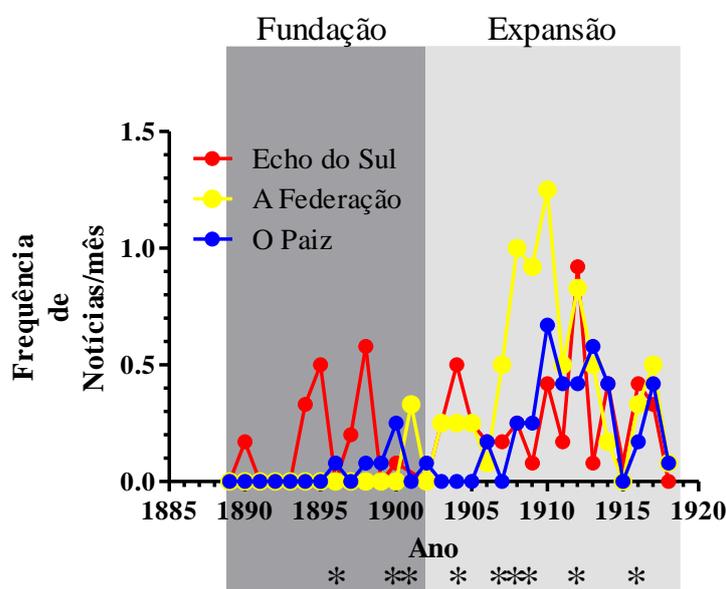
Calculando a frequência de notícias por mês de cada jornal, e analisando o uso de adjetivos em cada uma delas, percebe-se que apesar de ter uma maior quantidade de notícias, *A Federação* pouco se refere à Leal Santos dessa forma, sobretudo quando comparada com o *Echo do Sul*, que qualifica a fábrica de forma positiva na maioria de suas notícias. Esses números refletem o tipo de notícia que *A Federação* apresenta sobre a Leal Santos: textos mais objetivos, curtos e muitos na coluna de Serviço Telegráfico. Outro aspecto interessante é que o uso de adjetivos diminui com a distância geográfica da cidade do Rio Grande, indicando as possíveis influências e interesses que o *Echo do Sul* possuía com relação as indústrias locais. A partir desses resultados, cabe também refletir sobre o papel claro efetuado pela folha riograndina em defender a industrialização na cidade.

Diversos textos do jornal reforçavam esse perfil industrial, tal como foi apresentado durante o capítulo. Além disso, sustento a hipótese de que a proximidade geográfica facilitava o contato entre os proprietários e gerentes da Leal Santos e os editores e jornalistas do *Echo do Sul*. Portanto, ao divulgar as notícias sobre a Leal Santos, e talvez o mesmo tenha acontecido em outras empresas, era preciso reforçar essa imagem e divulgar o quão benéfico e positivo era a presença e o trabalho das indústrias.

Além disso, analisando as recorrências de notícias, de maneira geral, percebi que havia alguns picos de ocorrência ao longo dos anos de notícias sobre a Leal Santos, e algumas peculiaridades dentro de cada jornal. Ao retomar a divisão feita entre período de fundação e

expansão, percebi que nos anos iniciais a presença da Leal Santos nos jornais *A Federação* e *O Paiz* é praticamente inexistente, tal como demonstra a Figura 70:

Figura 70: Frequência de notícias sobre a Leal Santos por mês



As marcações em cinza correspondem aos períodos identificados como fundação e expansão da fábrica, apresentados neste capítulo e os asteriscos correspondem aos anos em que a Leal, Santos & C. participou de exposições.

Fonte: Elaborado pela autora.

Por outro lado, no período identificado como “expansão”, há um crescimento dessas notícias nos três jornais. Esse resultado corrobora a divisão estruturada nesta tese, bem como demonstra como a fábrica foi aumentando seu alcance e repercussão. No Gráfico da Figura 70, sinalizei em asterisco os anos em que a Leal Santos participou de exposições, independentemente do nível. Assim, percebe-se um relativo aumento de matérias sobre nesses momentos e, além disso, que tais exposições também cumpriam o seu objetivo no que tange à divulgação das indústrias, dos seus produtos e “louros”.

A imprensa noticiava os preparativos, expositores e acontecimentos durante as exposições e, posteriormente, os vencedores dos prêmios. Assim justifica-se o aumento das notícias nesses períodos. Somado a isso, o período expansionista da Leal Santos também foi fortemente marcado pela abertura das filiais no Rio de Janeiro, São Lourenço e Pelotas e, ainda, sobre o processo contra os jornalistas do *Diário do Rio Grande*. Nesse caso, entre 1909-1911, esses eventos movimentaram tanto a vida da fábrica, quanto a sua divulgação na imprensa. Tais reflexões vão ao encontro do que Luca (2010) identifica como necessário nos

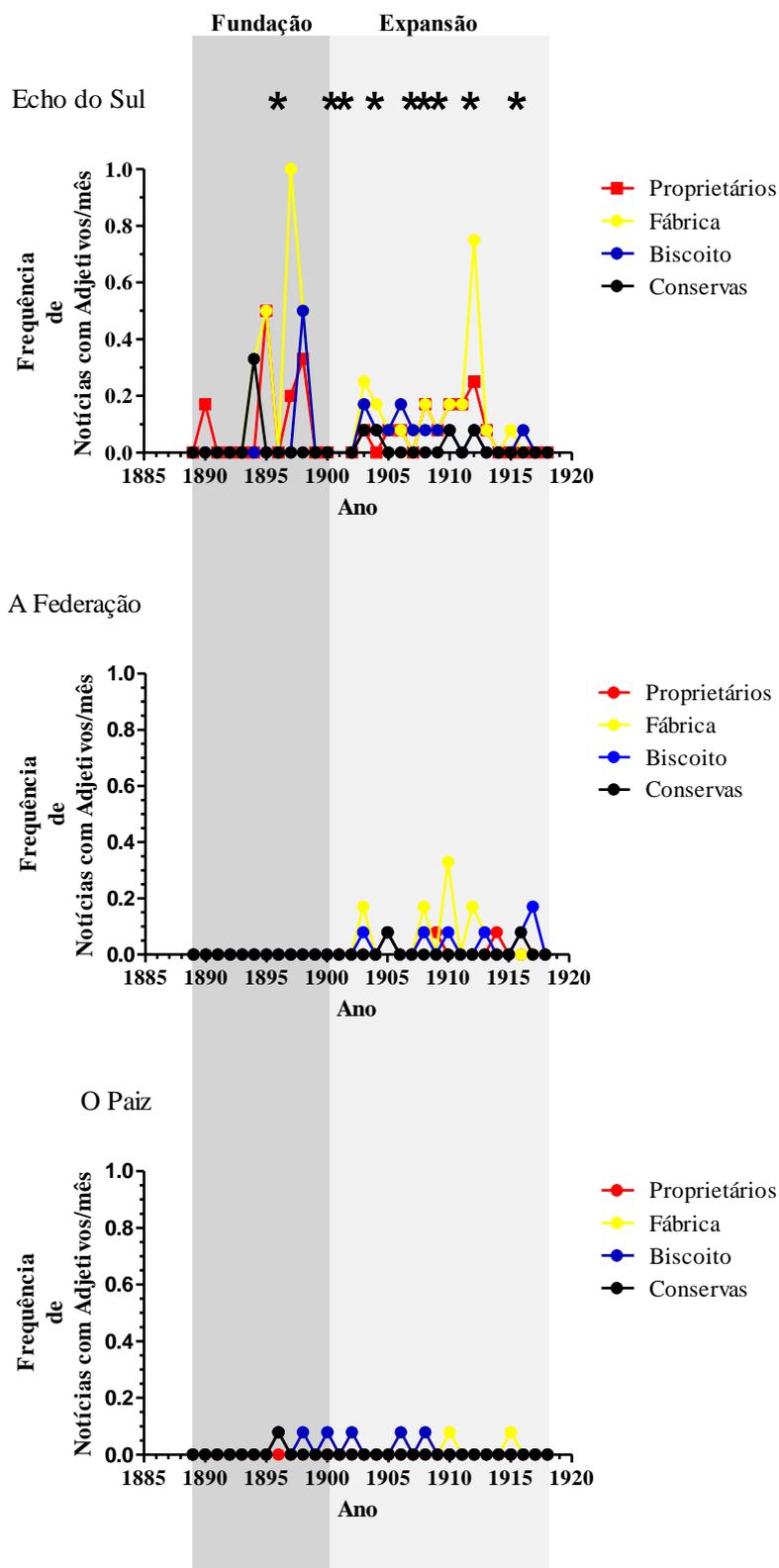
trabalhos que utilizam a imprensa como fonte, pois é preciso entender os motivos que levam a publicidade das notícias, e as ênfases dadas em certas temáticas.

No que tange ao uso dos adjetivos nas notícias sobre a Leal Santos, Jurandir Ferreira Júnior (2011), ao analisar o uso dos adjetivos na imprensa panfletária do século XIX, entende que essa é uma das estratégias de linguagem da imprensa. Segundo o autor, “o adjetivo, por ser uma categoria gramatical eminentemente qualificativa, exerce relevante papel no universo de criação midiática, sendo um elemento predicativo” (FERREIRA JÚNIOR, 2011, p. 45). Continuando, Jurandir explana sobre as diversas funções que o adjetivo pode ter em um texto da imprensa, como a qualificação, comparação, identificação de propriedades, etc. Pensando especificamente no caso da imprensa aqui analisada, os adjetivos foram utilizados para identificar a Leal Santos e caracterizá-la dentro de características positivas. Não encontrei, em nenhum dos jornais, o uso de adjetivos que desqualificassem a fábrica ou seus produtos, muito pelo contrário, ao utilizá-los, a imprensa sempre referenciava a fábrica com adjetivos de qualidade, positivos.

Para compreender o uso dos adjetivos sobre a Leal Santos, analisei-os a partir de quatro categorias: proprietários, fábrica, biscoitos e conservas. Essas categorias permitiram visualizar, de forma mais clara, como a fábrica era noticiada pela imprensa, e, ainda, qual a relevância da Leal Santos e dos biscoitos no cenário social e industrial do período. Assim como explicitado anteriormente, utilizei a Análise de Conteúdo como metodologia para investigar todos os aspectos apresentados aqui neste capítulo.

A fim de melhor visualizar o uso de adjetivos sobre a Leal Santos nos jornais, organizei os dados em um gráfico (Figura 71):

Figura 71: Gráfico frequência de notícias com adjetivos por mês - por categoria



As marcações em cinza correspondem aos períodos identificados como fundação e expansão da fábrica, apresentados neste capítulo e os asteriscos correspondem aos anos em que a Leal, Santos & C. participou de exposições.

Fonte: Elaborado pela autora.

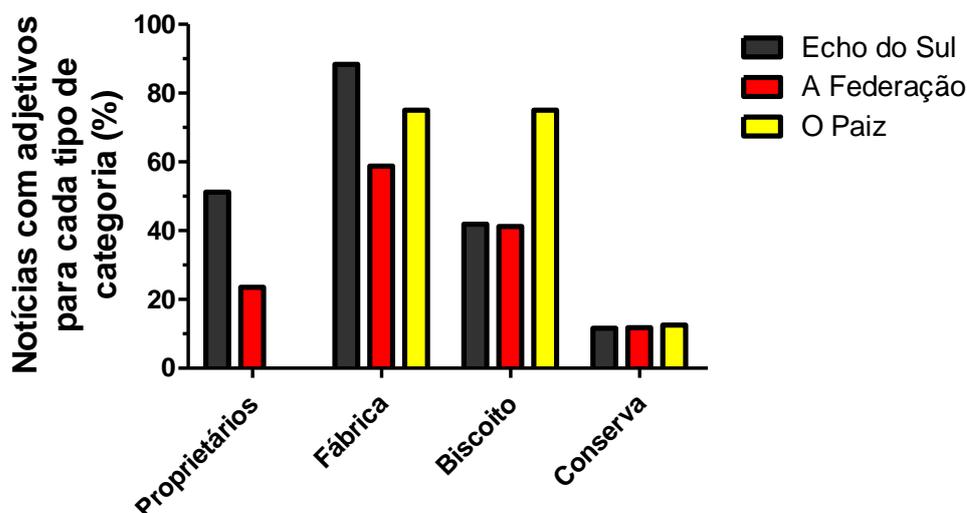
O gráfico (Figura 71) demonstra que a frequência de notícias sobre a Leal Santos com adjetivos dentro dessas quatro categorias é significativamente maior no *Echo do Sul*. No período de fundação, esses números são mais evidentes, demonstrando, inclusive, que é nesse momento onde os adjetivos sobre a fábrica, proprietários e biscoito também é maior. A partir disso, articulo a interpretação de que, novamente, o objetivo do jornal era divulgar as qualidades industriais da cidade, evidenciando a importância do setor industrial para a sociedade. Para isso, utilizou do artifício da linguagem para atestar e convencer seu público leitor, de que se tratava de mais um exemplo de qualidade industrial em Rio Grande.

Cabe também refletir que a ênfase nas qualidades de um empreendimento em seus anos iniciais, pode ser fundamental para a aceitação do público. Sendo o *Echo do Sul* uma das folhas mais importantes do período, tal como destacou Alves (2006), seu parecer podia ser crucial para o desempenho da Leal Santos ao estar recém instalada, em uma cidade onde, ao que parece, não possuía uma rede de contatos estruturada como havia a família Pancada no Paraná. Portanto, o apoio da imprensa era fundamental.

Com relação aos outros jornais, percebe-se que o uso de adjetivos para se referir aos proprietários é consideravelmente inferior. No caso do *O Paiz*, ele é nulo: não encontrei nenhuma notícia sobre a fábrica que referenciasse os proprietários da fábrica com tais adjetivos. Tal constatação sustenta a realizada anteriormente, da possível influência da família *Leal, Santos & C.* diminuir proporcionalmente a distância geográfica do jornal analisado.

No caso do *A Federação* e do *O Paiz*, percebe-se que a maior recorrência de adjetivos é para a Fábrica e, posteriormente, para os biscoitos. Entretanto, o momento de maior pico dessas referências é diferente, sendo no caso da folha porto-alegrense nos últimos anos analisados – dentro do contexto de processo, filiais e exposições, – e no *O Paiz* a referência positiva aos biscoitos é mais recorrente no período anterior a 1910. Sobre as conservas, há um equilíbrio maior no uso dos adjetivos, sendo casos bem pontuais e em bem menor quantidade do que as demais categorias, incluindo no *Echo do Sul*. A diferença entre as categorias pode ser melhor visualizada no seguinte gráfico (Figura 72):

Figura 72: Gráfico notícias com adjetivos para cada tipo de categoria (%)



Fonte: Elaborado pela autora.

Aqui, percebe-se que a fábrica é a mais qualificada pela imprensa, dentro das categorias sua referência positiva é quase igual aos biscoitos, no caso do *O Paiz*. Pensando nos produtos da Leal Santos aqui analisados, há uma diferença significativa na menção dos biscoitos e conservas. Esse resultado traduz a importância dos biscoitos para a fábrica e também corrobora com a hipótese inicial deste trabalho, de que esse produto é em grande parte responsável pela longevidade, sucesso e expansão da fábrica nesse período analisado. O uso de adjetivos para os biscoitos no jornal do Rio de Janeiro, também pode indicar o alcance nacional positivo que o produto teve na capital do país, centro do processo de modernização que o Brasil vivenciava. Servindo também de indício da aceitação que os biscoitos da Leal Santos tinham no Rio.

Mais quais eram esses adjetivos? Localizei uma média de 75 adjetivos utilizados nas categorias, que variam entre: importante, honrada, digna, elegante, magnífica, asseada, etc. Tendo em vista que o objetivo da tese é analisar a fábrica a partir dos biscoitos, apresento aqui uma nuvem de palavras¹⁰³ (Figura 73) com os adjetivos utilizados para identificar os biscoitos, organizados de acordo com o número de ocorrências:

¹⁰³ A nuvem de palavras foi criada no site <https://www.wordclouds.com/>. Acrescentei os adjetivos utilizados, agrupando os semelhantes e acrescentei o número de vezes que aquele adjetivo foi utilizado em todas as notícias. Esse número é evidenciado nas palavras com maior destaque. No caso de adjetivos como “melhores que os estrangeiros”, o site divide em duas palavras. Nesses casos numerei com a mesma quantidade as duas palavras. De qualquer forma, trata-se de uma ferramenta que auxilia na visualização dos principais adjetivos utilizados para apresentar o biscoito. Os adjetivos das outras categorias estão em anexo deste trabalho – Apêndice F.

Figura 73: Nuvem de adjetivos utilizados para os biscoitos Leal Santos & C.



Fonte: Elaborado pela autora

Todos esses adjetivos foram utilizados ao longo de quase três décadas de notícias sobre a Leal Santos. Essas qualidades esboçam o delineamento de um perfil de produto, do seu público-alvo, e das características de distinção social a ele associados. “Elegante”, “perfeito”, “magníficos” ou “delicados”, eram qualidades que também condiziam com os valores do que se entendia por civilizado no período da *Belle Époque*. Qualidades também que eram importantes no convencimento do público consumidor, tanto frente a outras marcas brasileiras de biscoitos, como a de estrangeiros. Assim, justifica-se o uso recorrente da palavra “estrangeiros” acompanhada de “melhores” ou “superiores/superioridade”. A substituição das marcas internacionais era um dos principais objetivos da fábrica, e a comparação com estes pode ser visto também na imprensa.

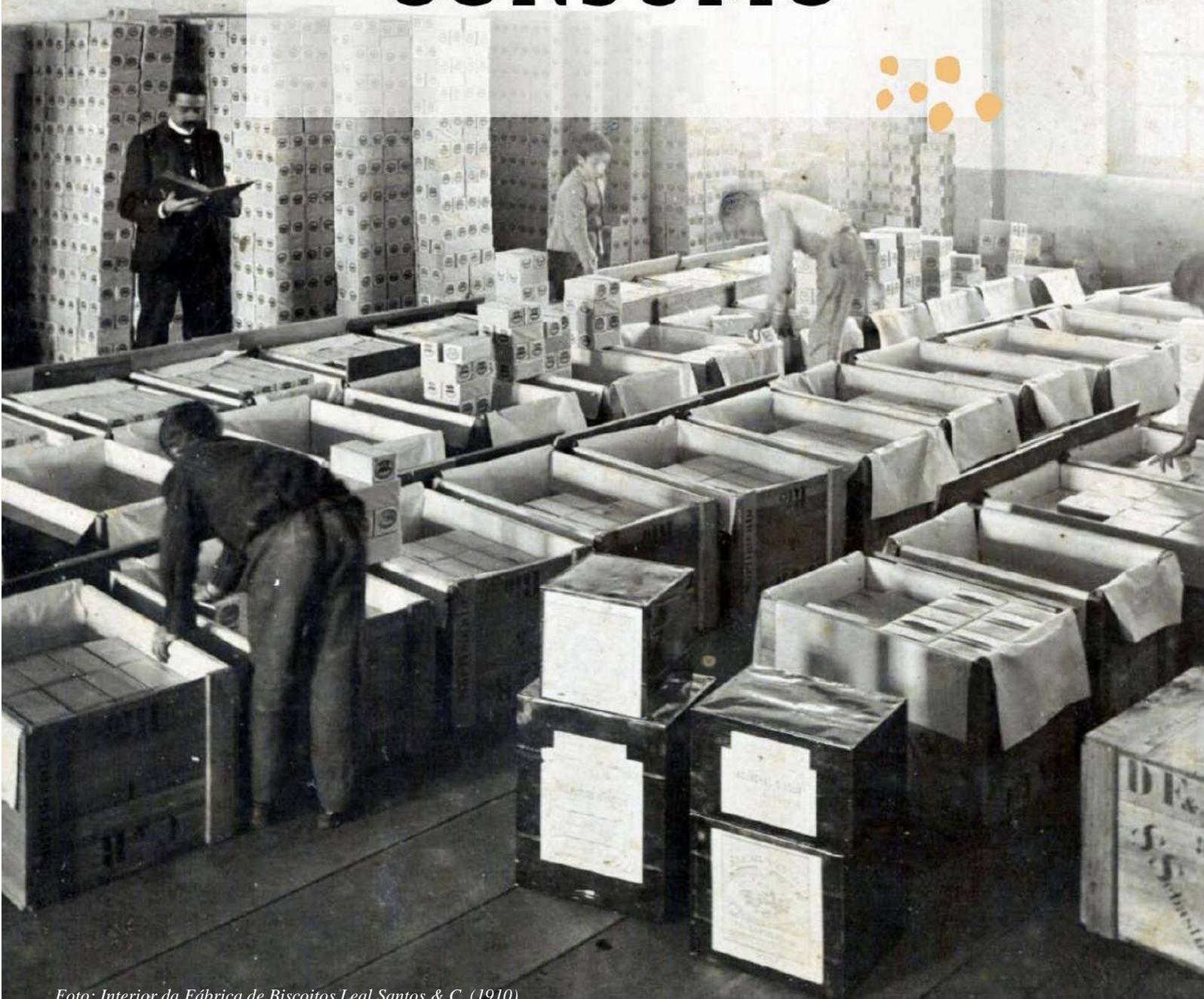
Para além disso, o uso dos adjetivos para apresentar e mencionar a Leal Santos nas notícias jornalísticas também pode indicar o papel da imprensa na construção do público consumidor desses produtos. O jornal era o meio de comunicação mais importante desse período, e tal como defende Patrick Charaudeau (2013), a crença do público na imprensa é o próprio contrato entre receptor e emissor. Ou seja, é possível dizer que, em alguma medida, havia uma crença no que a imprensa diz, muito embora ela não seja realizada de forma passiva. De qualquer forma, essas análises demonstram que a imprensa teve um papel singular na construção do biscoito enquanto um produto de qualidade, na medida em que reforçava isso periodicamente em suas matérias.

Portanto, a análise da trajetória do biscoito Leal Santos perpassa a imprensa, pois ela teve um papel fundamental na divulgação desse produto. Sobre isso, cabe refletir que mesmo aqueles que não tiveram acesso às propagandas, podiam conhecer as características do produto através dos jornais. A imprensa contribuiu, mesmo que de maneira diferente em cada jornal, para a aceitação desse produto em âmbito nacional. Entretanto, os jornais não construíam tal imagem sozinhos. A Leal Santos investiu fortemente em propaganda para fortalecer e vender a imagem de um biscoito de qualidade, a altura dos estrangeiros e com valores mais acessíveis para a sociedade brasileira, como abordarei a partir de agora.



PARTE III

VENDA E CONSUMO



*Foto: Interior da Fábrica de Biscoitos Leal Santos & C. (1910)
Setor do encaixotamento
Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande*



Através de recursos metafóricos mágicos, a publicidade cria signos ilusórios que acabam traduzidos como experiência real ao serem incorporados, aprovados, usados, replicados por quem compra. [...] (AUCAR; ROCHA; PEREIRA, 2015, p. 41).

PARTE III - VENDA E CONSUMO

Para chegar até aqui foi preciso entender quais os fatores que permearam a fundação da Leal Santos & C e o início da fabricação dos biscoitos, entender também de que forma a trajetória dessa fábrica foi acompanhada e divulgada pela imprensa brasileira. Todos esses elementos até então apresentados se materializam na maneira como a Leal Santos anunciava seus biscoitos e acrescentava a ele valores simbólicos.

O objetivo dessa terceira parte da tese é investigar a etapa da vida do biscoito depois que ele já foi produzido, e está sendo anunciado e consumido. A relevância desses questionamentos está pautada na busca por um conhecimento mais aprofundado sobre o que significava produzir, vender e consumir biscoitos “estilo inglês” no final do século XIX e nas primeiras décadas do século XX. Como é possível utilizar a Leal Santos e seus produtos para compreender o contexto industrial, cultural e econômico vivido pelo Brasil? Como a relação da fábrica com a propaganda pode demonstrar a nascente cultura consumidora e capitalista? Os biscoitos Leal, Santos & C. premiados nas exposições e divulgados nas páginas dos jornais eram consumidos por quem? De que forma a fábrica Leal, Santos & C. influenciou o mercado nacional dos biscoitos, e qual a mensagem direcionada aos consumidores?

Tais questionamentos permitem definir as estratégias empresariais utilizadas para atingir o mercado e a construção de uma identidade, uma imagem da fábrica e dos seus biscoitos. De um lado os potenciais consumidores, do outro a fábrica. A mediação desta

relação é feita como? Também pelas propagandas. No capítulo anterior, a notícia sobre a Leal Santos no jornal carioca *A Imprensa*, indicava aquilo que será aqui aprofundado:

Um belo dia aparecem no mercado, estrepitosamente, acompanhados de um séquito de **reclames inteligentes**, as marcas dos biscoitos Leal Santos, **e o consumidor, mirado pelo barulho dos anúncios e dos cartazes, pediu que lhe dessem biscoitos daqueles fabricantes. Logo a primeira impressão foi magnífica** (*A Imprensa*, 05/06/1910, p. 3 - grifo meu).

Ou seja, essa notícia demonstrava a importância do “barulho dos anúncios” feito pela Leal Santos e como isso acabou penetrando no cotidiano das cidades, dos potenciais consumidores, e convencendo-os a comprar, consumir. Desde a primeira parte dessa tese foi possível perceber como a Leal, Santos & C. se esforçou para construir a imagem de uma empresa de qualidade e condizente com o momento de progresso. Portanto, nesses dois capítulos que seguem será possível olhar o fenômeno da publicidade um pouco mais de perto, compreendendo como ela foi fundamental para a construção de um mercado consumidor forte que estivesse de acordo com a imagem e valores que a fábrica gostaria de passar.

Capítulo 6. Vender: propaganda e discurso

Entendendo o processo de valorização do biscoito, me atentarei na mensagem atribuída ao biscoito da Leal, Santos & C. através da análise das propagandas. Anunciada como de qualidade, exemplo de progresso e modernidade industrial pela imprensa, a fábrica Leal Santos se utilizava da propaganda para reforçar tais aspectos. Nesse caso, como a fábrica construiu sua própria imagem empresarial calcada nessas características? De que forma a mensagem publicitária auxiliou na construção do biscoito enquanto um bem cultural de distinção social? Portanto, esse capítulo está pautado na compreensão de tais questionamentos, partindo da hipótese de que a fábrica utilizou as propagandas para construir e reforçar a imagem de empresa de qualidade e de orgulho nacional, bem como entendia que o seu biscoito era fino e representava a indústria nacional na medida em que seria a melhor opção na substituição do biscoito inglês.

Em face disso, cabe questionar os motivos que decorrem tal associação. Ou seja, no Brasil do final do século XIX e início do XX, o que significava um produto ser igual ao inglês? Além disso, o que caracterizava um produto de luxo e de que forma ele se diferenciava de um comum? Como a empresa utilizou tais referências e representações para pautar e delinear um público-alvo e sua identidade empresarial? Essas perguntas nortearam esse trecho do trabalho, e buscam compreender as outras fases do biscoito: sua venda e consumo.

Um produto “igual ao estrangeiro”

Tanto a questão comercial quanto a do consumo surgem em paralelo à industrialização e a instalação do capitalismo. Assim, “a cultura do consumo seria o resultado da expansão do capitalismo, vinculada ao controle dos desejos e à produção de uma subjetividade amarrada ao consumo” (ARIZTÍA, 2016, p. 21). No caso do Brasil, do período aqui estudado, a autora Milena Oliveira (2014) esboça um país que buscava a modernização e aos poucos alterava a paisagem e a vida cotidiana das cidades, principalmente as capitais, onde “o consumo passou a ser uma esfera de construção das distinções sociais, sendo a principal fonte de diferenciação a adoção aos padrões importados” (OLIVEIRA, 2014, p. 179).

Nesse caso, os padrões importados destacados pela autora, e já abordados aqui neste trabalho, serão fundamentais para a constituição e expansão do biscoito Leal, Santos & C. e das demais fábricas que seguiam tal referência. A autora Milena Oliveira (2014) em sua tese “*Consumo e cultura material, São Paulo “Belle Époque” (1890-1915)*” ainda articula sobre o

crescimento do consumo de bens importados entre 1890-1910, período de expansão da economia cafeeira paulista. Essa elite brasileira ligada ao café será a grande consumidora de produtos importados,

Não se trata somente da importação de alimentos de primeira necessidade, mas também alimentos para as camadas mais abastadas, como queijos e vinhos franceses, manteiga, azeite de oliva, conservas que, juntamente com o bacalhau e o trigo perfaziam cerca de 70% das importações de alimentos para a província de São Paulo na primeira década do século XX, passando a 90% na década seguinte (OLIVEIRA, 2014, p. 183).

O consumo de bens importados era um privilégio das classes mais abastadas, conforme apresenta a autora. Era a elite brasileira que detinha condições financeiras para incluir no seu cotidiano os produtos além-mar, muito embora o acesso aos importados não fosse uma exclusividade do período da República. “Desde o Império, a mesa farta não era privilégio das cidades litorâneas. No interior, chegavam os produtos importados, mencionados na imprensa, para a mesa do senhor de engenho ou do fazendeiro rico” (PRIORE, 2016, p.273). André Cauduro D’Angelo (2006) em seu estudo sobre o consumo do luxo no Brasil corrobora as visões das autoras e aponta que a chegada dos imigrantes no Brasil “estimulou a apreciação de produtos importados e levou ao refinamento do gosto das altas classes” (D’ANGELO, 2006, p. 73). Tal fenômeno é igualmente lembrado por Gilberto Freyre

A valorização social começara a fazer-se em volta de outros elementos: em torno da Europa, mas uma Europa burguesa, de onde nos foram chegando novos estilos de vida, contrários aos rurais e mesmo aos patriarcais: o chá, o governo de gabinete, a cerveja inglesa, a botina Clark, o biscoito de lata (FREYRE, 2013, p. 446).

E é justamente esse biscoito em latas que irei me deter. O que caracterizava um biscoito inglês enquanto um bem de luxo era, justamente, sua procedência e, claro, valor e marca. Entretanto, os fatores definidores de um bem de luxo são dinâmicos e mutáveis. O luxo é um valor simbólico agregado a um bem, que o carregará de uma aura (LIPOVETSKY, 2005), mas são as visões contextualizadas do local e do tempo em que se está que o reconhecerá como um bem de luxo. Nesse caso, o produto que é de luxo em um momento, pode deixar de ser em outro (D’ANGELO, 2006).

Mas no final do século XIX e início do XX, pelas razões aqui já levantadas, um biscoito inglês, principalmente da marca *Huntley and Palmers* era um produto de luxo. E, tendo essa carga simbólica, seu acesso era limitado e, ao mesmo tempo, cobiçado. Nesse caso, faz sentido a afirmação de André D’Angelo (2006) ao identificar as cinco principais características de um bem de luxo: 1) “os produtos e serviços de luxo são dotados de

qualidade superior, devido à excepcionalidade de sua matéria-prima, de seu processo de fabricação [...] ou da tecnologia ou técnica empregada.” (D’ANGELO, 2006, p. 28). Pensando nesse primeiro aspecto, um tanto subjetivo, é difícil precisar a superioridade do biscoito, mas refletindo sobre a tecnologia industrial e de maquinário da Inglaterra no período, é possível defender que o processo de fabricação da marca inglesa era superior aos das brasileiras. 2) “o luxo é caro” (D’ANGELO, 2006, p. 28). Não encontrei o valor dos respectivos biscoitos ingleses no comércio brasileiro, pois os jornais e revistas que apresentam anúncios das casas de produtos importados especializados, como *Huntley and Palmers*, nenhum deles divulga o preço. Por outro lado, é possível delimitar que assim como os demais produtos estrangeiros, esses eram de valor elevado e, ainda, considerando a frase “mais baratos que os estrangeiros” presentes nas propagandas da Leal Santos, e também nas semelhantes, pode-se atestar essa característica.

Em terceiro lugar o autor destaca o quesito raridade, o que pode ser constatado pela venda exclusiva em casas de importação ou armazéns especializados em produtos importados. Em quarto, “o luxo é esteticamente elaborado. O produto de luxo tem uma aparência particular, reconhecível, diferente da do objeto convencional” (D’ANGELO, 2006, p. 28). A esse aspecto, pode-se relembrar a questão estética das latas e das propagandas da empresa inglesa abordadas nos capítulos anteriores, que se tornaram marcas registradas da empresa e eram referências para as demais. E, por último, “o luxo é dotado de uma marca famosa, de imagem reconhecida em vários lugares do mundo” (D’ANGELO, 2006, p. 28). Para o autor essa última característica é substancial para identificar um bem de luxo, pois é a marca que servirá como ponto de referência elementar e facilmente reconhecida pelos consumidores, “a marca é, sobretudo, uma garantia do luxo” (D’ANGELO, 2006, p. 28). Assim, a marca *Huntley and Palmers* referenciada pelas fábricas de biscoitos no Brasil e em Portugal, é a marca de maior valor simbólico do ramo nesse período, valor reforçado pela imprensa e pelas propagandas. Por tal razão é que ela serviu como inspiração para as demais, incluindo a Leal, Santos & C.. Seu caráter pioneiro e de qualidade é reforçado e lembrado nas propagandas de seus representantes no Brasil, como demonstra a Figura 74:

Figura 74: Anúncio do representante da Huntley and Palmers no Rio de Janeiro em 1916.



HUNTLEY & PALMERS' Biscuit Manufactory, READING, ENGLAND

Os biscoitos e bolos fabricados por **HUNTLEY & PALMERS**, se compoem de mais de 400 variedades e não têm rival em sabor e qualidade.

No fabrico é empregado o melhor e mais puro material: farinha de trigo especial, leite fresco, manteiga fresca, ovos frescos e tudo do melhor. Não se empregam substitutos.

O leite e manteiga empregados diariamente representam a produção de 20,000 vacas, — os ovos, de 150,000 galinhas.

Nos grandes Certamens Internacionaes **HUNTLEY & PALMERS** obtiveram as mais altas recompensas. O Jury Internacional de Paris, assim se exprimo:

Casa sem rival, conhecida em todo o universo pela sua enorme produção e pela excellente qualidade dos seus productos.

E acrescentou:

Esta firma nunca cessou de progredir, seja na extensão do seu negocio ou seja na excellencia dos seus productos.

PEÇAM CATALOGOS AO REPRESENTANTE:

GERMANO BOETTCHER

CAIXA DO CORREIO 207 - RIO

Fonte: *Fon-Fon*, 18/05/1916, p. 62.

Reconhecendo a *Huntley and Palmers* como referência de biscoito de luxo, é preciso refletir sobre o papel simbólico, dentro do universo do consumo e de luxo, desempenhado pela Leal, Santos & C. Ao analisar o acondicionamento, os tipos de biscoito produzidos e as propagandas da fábrica brasileira, é notável a tentativa de aproximação e de igualdade que a marca buscava. Além das semelhanças das latas, conforme apresentei anteriormente, da visita

de um representante da fábrica inglesa nas dependências da Leal Santos e sua notícia nos jornais, encontrei também a alusão direta em algumas propagandas, como é o caso desta no jornal *O Commercio*, de São Paulo (Figura 75):

Figura 75: Anúncio do representante da fábrica Leal Santos & Wald – Miranda & Comp.



. “Biscoitos e Bolachas da importante fábrica de Leal Santos & Wald, do Rio Grande do Sul, com especial preparo e acondicionamento igual ao da conhecida fábrica da Europa Huntley & Palmers, sortido em lata de todo tamanho e qualidade. Encontra-se em todos os empórios desta praça. Únicos agentes neste Estado - Miranda & Comp.” Fonte: *Jornal O Commercio*, 02/03/1899.

“Com especial preparo e acondicionamento igual ao da conhecida fábrica da Europa *Huntley & Palmers*”. A frase utilizada pela casa comercial é dotada de representações previamente estabelecidas e conhecidas. Por outro lado, esse anúncio data de 1899, início da produção de biscoitos na Leal Santos, que nessa altura ainda atendia pelo nome Leal, Santos & Wald, o que também pode justificar a necessidade dessa associação com a fábrica inglesa, tendo em vista que a Leal Santos ainda não era reconhecida no mercado nacional e essa vinculação era mais importante para cativar e convencer o público.

Reforço também que o uso do nome *Huntley and Palmers* não era por acaso: a casa comercial Miranda & Comp. sabia que essa era a maior fábrica do ramo e que seu nome carregava uma aura de luxo, tal como apontou Lipovetsky (2005). Esse fenômeno é também explicado pelo mesmo autor, ao sustentar que as indústrias alteraram a forma de consumir e de definir um bem de luxo, pois a mecanização e industrialização resultou na produção em larga escala de alguns bens. Nesse caso, as indústrias também serviram para uma espécie de

“democratização” dos bens de luxo na medida em que possibilitou a produção de similares, através dos “semi luxos ou falsos luxos” (LIPOVETSKY, 2005, p. 45).

A busca pela aproximação e, de certa forma, apropriação da aura luxuosa dos biscoitos ingleses foi constante nas propagandas da Leal Santos. Com tal análise é possível reconhecer aspectos importantes que merecem ser destacados e lembrados antes de prosseguir: a) a Leal Santos & C. não era a única indústria brasileira a produzir biscoitos “iguais aos ingleses”, a fábrica estava imersa em um contexto industrial crescente e que incluía outros países, tal como abordado nos capítulos anteriores. b) O biscoito inglês, nomeadamente o da *Huntley and Palmers*, era o item de maior valor na hierarquia dos biscoitos, era o *verdadeiro* luxo. c) Havia uma necessidade de construir uma demanda, e um público-consumidor para tais produtos, e as propagandas evidenciavam a qualidade similar do biscoito inglês para convencer o leitor. d) As fábricas também utilizavam estratégias, através da mensagem publicitária, na tentativa de construir a imagem de um biscoito de luxo, fino e de qualidade. Nesse caso, a partir desse momento me deterei nesses dois últimos itens, analisando o poder que as propagandas dos biscoitos Leal, Santos & C. desempenharam para a construção do seu valor simbólico, do mercado consumidor e da imagem empresarial.

A mensagem por trás do biscoito

As propagandas dos biscoitos Leal, Santos & C. foram emblemáticas para a constituição desta tese. Ao definir a fábrica como objeto de estudo e iniciar a pesquisa de literatura e fontes localizei – quase que acidentalmente – uma expressiva variedade de propagandas dos biscoitos na revista ilustrada *O Malho* entre 1902-1908. Mesmo ainda na fase do projeto, identifiquei um potencial para a investigação, o que se concretiza na construção deste capítulo. Face aos aspectos interessantes dos anúncios inicialmente encontrados, passei a buscar leituras teóricas e metodológicas que fornecessem as ferramentas e questionamentos necessários para utilizar a fonte de forma adequada no trabalho. A propaganda tem sido utilizada como fonte histórica há algumas décadas (CERRI, 2015; MOURÃO, 2010), mas, segundo a historiadora Alda Mourão, a conscientização desse papel e o seu uso nos trabalhos científicos ganhou mais força na década de 1990 (MOURÃO, 2010).

Utilizada para compreender tanto o contexto histórico-cultural, simbólico, de valores e linguagem dos períodos, como a construção da imagem e identidade empresarial, as propagandas demonstram uma série de fatores “invisíveis” e simbólicos, que permitem o investigador um leque de oportunidades de abordagens. É relevante também o que aponta

Cerri (2005) sobre o uso das propagandas para pesquisar “os sonhos, desejos, as expectativas das pessoas [...] às quais os anúncios se dirigem para satisfazer e criar necessidades. É por vender mais do que produtos ou serviços que a propaganda acaba por tornar-se uma referência fundamental para o estudo do imaginário” (CERRI, 2005, p. 321).

Na mesma linha, Alda Mourão (2010) sustenta que a “ao participar na construção do imaginário comum, com que os indivíduos percebem o mundo, a publicidade participa também na construção de realidades culturais e sociais” (MOURÃO, 2010, p. 1521). Pensando na problemática e nos objetivos da tese, as propagandas contribuem no delineamento da repercussão e do papel desempenhado pela fábrica no cenário nacional, da mesma forma que representam a sociedade da época e seus hábitos de consumo. Nesse caso, tomada como fonte histórica ela passa a ser essencial para responder os principais questionamentos que norteiam essa tese: qual o papel desempenhado pela Leal, Santos & C. na indústria alimentícia do país no período? Que aspectos imateriais e simbólicos permeiam os biscoitos Leal Santos vendidos no cenário nacional? Como a Leal Santos pode contribuir para compreendermos a sociedade e o contexto histórico que está inserida?

Nesse caso, através desses questionamentos gerais da tese, a propaganda torna-se mais uma das fontes passíveis de análise. Além dos aspectos já aqui abordados, no que tange a importância da publicidade enquanto fonte histórica, cabe também ressaltar que o seu uso permite uma análise mais completa sobre a relação de venda e consumo dos biscoitos. Pois, segundo Aucar, Rocha e Pereira (2015):

A publicidade veiculada nas revistas começava a associar a identidade do produto à identidade do consumidor. Através de recursos metafóricos, mágicos, a publicidade cria signos ilusórios que acabam traduzidos como experiência real ao serem incorporados, aprovados, usados, replicados por quem compra. [...] as mensagens dos anúncios impressos nas revistas ilustradas vão estimular códigos de conduta através das simbologias atribuídas aos bens. (AUCAR; ROCHA; PEREIRA, 2015, p. 41).

Portanto, ao compreender o biscoito enquanto fio condutor da história da fábrica, a fim de investigar as fases de produção, venda e consumo do produto, as propagandas tornam-se indispensáveis para o trabalho. Convém lembrar que o momento estudado é referente ao período de inclusão das novas formas de consumo, influenciadas pelo que se entendia por moderno e civilizado na época. Em decorrência de tal contexto, existem algumas imprecisões conceituais, conforme apontam Bruna Aucar, Everardo Rocha e Claudia Pereira (2015). Com o intuito de evitar anacronismos, os autores definem anúncios como:

[...] os textos e imagens das revistas ilustradas que objetivavam vender produtos e serviços, sem entrar na complexa discussão envolvida no emprego de termos como “publicidade”, “propaganda” ou “anúncio” naquele contexto histórico, ao menos na primeira década do século passado. [...] A questão é que, se assumirmos que qualquer coisa “anunciada”, ou o termo “anúncio”, traduz automática e arbitrariamente o que hoje chamamos “publicidade”, seria não apenas anacronismo, como nos levaria - no limite - à situação surreal de acreditar que a “publicidade” surgiu com a própria atividade simbólica humana. “Anunciar coisas” é apenas “anunciar coisas”. A atividade publicitária, como de resto qualquer outra, requer um contexto que a sustente. E este, no caso da publicidade, só será dado pelo capitalismo moderno e, assim mesmo, lentamente (AUCAR; ROCHA; PEREIRA, 2015, p. 25-26).

Nesse caso, assim como os autores, neste trabalho utilizarei os termos publicidade, propaganda ou anúncio desconsiderando as atuais diferenças conceituais que, como apontam os autores, não devem ser associadas ao princípio do século XX. Da mesma forma, é preciso considerar que a profissão da área da publicidade e marketing, tal como conhecemos hoje, não existia naquele momento. Corroborando a visão dos autores, Mourão (2010) salienta que a atividade de propaganda “enquanto domínio do saber, conscientemente desenvolvida para apoio às atividades empresariais, ela acompanhou o desenvolvimento econômico da segunda metade do século XX” (MOURÃO, 2010, p 313). Entretanto, como

[...] conjunto de técnicas de comunicação que a empresa domina para se dirigir ao público interno (funcionários) e ao público externo (clientes e sociedade, no geral), a comunicação empresarial já foi praticada, como forma estratégica de afirmação, desde finais do século XIX (MOURÃO, 2010, p 313).

Assim, determinando a relevância da análise das propagandas para este trabalho, e compreendendo inicialmente o contexto de produção e circulação destes anúncios, cabe agora esclarecer a metodologia empregada para tal fonte. Segundo Mourão (2010) as propagandas exigem um “desafio metodológico”, necessitando de uma investigação específica que dê conta da complexidade da mensagem ali presente.

Tomando por referência o trabalho do sociólogo francês Roland Barthes sobre a ausência de qualquer inocência no texto publicitário, tal como apontou também Fontanari (2015), é preciso estar atento para as representações, signos e questões simbólicas presentes em cada anúncio. Nesse caso, utilizo a análise de conteúdo segundo os critérios de Bardin (1979) e Moraes (1999) em uma abordagem quanti-qualitativa para investigar as propagandas dos biscoitos da Leal Santos. Segundo Bardin (1979) a análise de conteúdo pode ser vista enquanto uma técnica (ou técnicas) que busca desvendar o conteúdo de comunicações e mensagens. O seu uso permite que a investigação tenha acesso a dados e conclusões únicas,

através de critérios científicos e éticos, ultrapassando as incertezas e enriquecendo as leituras (BARDIN, 1979, p. 29).

A análise de conteúdo aplicada nas propagandas da fábrica é pertinente na medida que possibilita enxergar o conjunto (quantitativa e qualitativamente) e as especificidades de cada uma. Além disso, Bardin (1970), na tentativa de exemplificar as diversas formas de uso do método, aponta que ela é aplicável para

[...] seguir a evolução da moral da nossa época, através dos anúncios de uma revista; [...] fazer o recenseamento do repertório semântico ou sintaxe de base, de um setor publicitário [...] provar que os objetos da nossa vida cotidiana funcionam como uma linguagem; que o vestuário é mensagem, que o nosso apartamento “fala”, etc. (BARDIN, 1979, p. 31- 32)

Nesse sentido, corroborando com as ideias do autor e aplicando o método neste trabalho, a propaganda é vista como uma forma de compreender os aspectos culturais e simbólicos que permeiam os biscoitos, a fábrica Leal Santos, e a sociedade da época. Ainda do ponto de vista metodológico, a historiadora Alda Mourão (2010) propõe uma análise da propaganda, tendo trabalhos de análise fotográfica como referência, dividida em quatro etapas, assim resumidos:

- 1) estudo teórico que permita conhecer o contexto de produção, recepção e circulação;
- 2) análise quantitativa do conjunto de propagandas e das conjunturas
- 3) análise qualitativa do conjunto e também das propagandas, individualmente
- 4) descrição da mensagem publicitária, considerando as características externas (ano, mês, produto) e internas de forma (localização, dimensão, cor etc.) e conteúdo (textos, figuras, cenário, palavra-chave e mensagem) de cada propaganda

A análise de conteúdo defendida por Bardin (1979) também pressupõe etapas essenciais, como, por exemplo, a organização do material a ser analisado, codificação, categorização, inferência e análise. Para Moraes (1999) as etapas são: preparação das informações, unitarização ou transformação do conteúdo em unidades, categorização, descrição, interpretação. Nesse caso, muito embora haja uma variedade de nomenclatura e formas das técnicas da metodologia da AC, adaptei os trabalhos dos dois autores juntamente com a pesquisa de Mourão (2010) para criar um método de análise mais coerente com o

conjunto de propagandas da Leal Santos. A metodologia empregada pode ser resumida e explicada da seguinte forma (Figura 76):

Figura 76: Esquema da metodologia de análise das propagandas dos biscoitos Leal, Santos & C.



Fonte: Adaptação feita com base em Mourão (2010), Barthes (1963) e Bardin (1979).

Além das etapas essenciais da análise de conteúdo, escolhi algumas propagandas tendo em vista as suas relevâncias, para analisar de forma mais aprofundada e descritiva. Luis Fernando Cerri (2005) ao utilizar Roland Barthes, indica uma análise semântica da publicidade, tendo como inspiração os estudos de linguagem e linguística. O argumento de Barthes é que todo texto publicitário tem duas mensagens e, para entendê-las, é preciso renunciar, em um primeiro momento, a observação do emissor e receptor (BARTHES, 1963). A primeira mensagem é constituída do texto em si, sem a compreensão de todos os aspectos culturais, simbólicos e sociais por detrás dela. Para analisar essa mensagem Barthes indica que o investigador assuma um papel de hipotético de um “ser de outro planeta”, que não conhece os símbolos e culturas da região, conhecendo apenas e unicamente a língua (para ele, francesa). Assim, será extraída a mensagem mais crua, mais denotativa e literal da publicidade (BARTHES, 1963), pois “essa mensagem não inclui ainda todo o pensamento e a cultura de quem usou esse código, suas metáforas e significados que se superpõem e se sedimentam sobre os fonemas, palavras e expressões” (CERRI, 2005, p. 324).

Já a segunda mensagem constitui-se da “mensagem global” (BARTHES, 1963, p. 92). “Quando este significado segundo é percebido, a meta publicitária é atingida. Essas mensagens se relacionam de forma especial: no ato de propaganda, a primeira mensagem torna-se apenas a significante da segunda mensagem” (CERRI, 2005, p. 324). Pode-se dizer, portanto, que esse seria o caráter conotativo da propaganda, “aquele que é ‘pescado’ pelo espectador a partir do que, segundo as suas referências culturais, a mensagem ‘quer dizer’” (CERRI, 2005, p. 324).

Portanto, neste trecho do capítulo buscarei responder aos questionamentos norteadores sobre a venda e consumo dos biscoitos Leal, Santos & C. através de um conjunto de propagandas. As etapas metodológicas utilizadas para tal, explicitadas anteriormente, não estarão demarcadas ou evidenciadas por títulos ou subtítulos, mas estão dispostas de forma contínua como intuito de tornar o texto mais harmônico e lógico.

Nesse caso, retomo de imediato a fase contextual proposta por Mourão (2010), vista como a que deve anteceder a análise do material publicitário. A contextualização do período está presente nos capítulos anteriores e no princípio deste, muito embora alguns assuntos sejam retomados nesta parte do trabalho para complementar as análises. No que tange a revista onde estão localizadas as propagandas aqui analisadas, cabe ressaltar que *O Malho* era uma revista ilustrada semanal, de cunho caricato, fundada em 1902, era impressa e circulava no Rio de Janeiro, “trazia no início um conteúdo apenas humorístico, mas já a partir de 1904 tornou-se também político” (SOBRAL, 2007, p. 36). Segundo o CPDOC¹⁰⁴, “*O Malho* reuniu em suas páginas o maior número de desenhistas da época”¹⁰⁵ e “caricaturistas do porte de Raul Pederneiras, K. Lixto, J. Carlos, Yantok, Guevara e Figueroa” (SOBRAL, 2007, p. 36).

Segundo Aucar, Rocha e Pereira (2015), o surgimento de *O Malho* não pode ser dissociado do contexto cultural do início do século e as mudanças modernas que o Brasil vivenciava.

[...] o florescimento das revistas também significava a emergência de um consumo cultural homogeneizado, simplificado, que associava a necessidade informativa às nuances do entretenimento. Novos leitores semi-alfabetizados eram conquistados por publicações abundantemente ilustradas e repletas de caricaturas. As notícias eram produzidas de modo a agradar o cidadão comum que começava a ter acesso a este tipo de cultura.[...] As revistas representaram uma renovação imagética da imprensa e promoveram um

¹⁰⁴ Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil

¹⁰⁵ <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/malho-o>

diálogo entre a sociedade instruída e a iletrada. A cultura visual interferiu não só na produção de significados decorrentes das novas leituras, como também na composição de outros arranjos sociais (AUCAR; ROCHA; PEREIRA, 2015, p. 30).

Conforme já abordado, o período da *Belle Époque* brasileira foi marcado por transformações na vida cotidiana, na inclusão de novas tecnologias em vários âmbitos da sociedade. “Um momento no qual a troca de ideias e informações era intensa graças à imprensa, particularmente a ilustrada, com suas representações visuais que assumiam ares civilizatórios, no estilo dos padrões europeus” (PIRES, 2016, p.106). Corroborando com Pires (2016), os autores Aucar, Rocha e Pereira (2015) afirmam que:

[...] através delas e dos “anúncios” que veiculavam é possível termos uma perspectiva da construção histórica dos significados culturais brasileiros em um período de transformações substanciais e de complexa negociação de nossa identidade cultural (AUCAR; ROCHA; PEREIRA, 2015, p. 25).

Portanto, as propagandas aqui analisadas carregam as características desse período, um momento de consolidação capitalista e da construção do desejo do consumo, cujos anúncios tiveram um papel essencial. Mais do que vender um produto, demonstravam um estilo de vida moderno e civilizado, e as mensagens publicitárias agregavam valores simbólicos e modernos às coisas, o que será percebido no decorrer das análises. Os anúncios dos biscoitos Leal Santos & C. na revista *O Malho*, não podem ser dissociados nem do momento histórico-cultural da *Belle Époque* e dos anseios de um Brasil moderno, nem do papel desempenhado pelo periódico no fortalecimento de tais ideais e tampouco do seu caráter político-caricato.

Partindo para a primeira e fundamental etapa da análise de conteúdo, a organização, defendida tanto por Bardin (1919) quanto Moraes (1999), elaborei uma tabela contendo as informações mais básicas (ano, número da revista, cor, texto, imagem e a presença ou não assinatura do artista/autor) de cada tipo de propaganda do biscoito Leal Santos encontrado na referida revista, totalizando o número de 79¹⁰⁶ anúncios diferentes. O recorte temporal estabelecido foi de 1902 (início da revista) a 1918 (recorte desta etapa da tese, correspondente ao final da Primeira Guerra Mundial), entretanto, o último anúncio dos biscoitos Leal, Santos & C. encontrado em *O Malho* foi em 1907. Esta lacuna de dez anos de ausência será

¹⁰⁶ Este número corresponde ao número total de variedade de propagandas encontradas, e não o número total de anúncios divulgados na revista, visto que muitas propagandas repetiam vários números. Considerei como diferentes inclusive aquelas propagandas que tinham o mesmo conteúdo mas uma era preta e branca e a outra colorida.

desenvolvida no decorrer da análise, apontando para as hipóteses da interrupção do anúncio nesta publicação.

Posteriormente, elaborei um formulário na plataforma *Google Forms* para preencher os dados quantitativos e qualitativos de cada uma das setenta e nove encontradas, incluindo, assim dados apontados por Mourão (2010) como relevantes para a compreensão da mensagem publicitária do conjunto e individualmente, foram eles:

- 1) Ano
- 2) Cor
- 3) Tema
- 4) Título
- 5) Cenário
- 6) Personagens
- 7) Assinatura
- 8) Texto
- 9) As latas aparecem?
- 10) Os biscoitos aparecem?
- 11) Comem os biscoitos?
- 12) Média de ocorrências

A descrição dos itens do formulário encontra-se em anexo¹⁰⁷ neste trabalho onde apresento detalhadamente quais os critérios utilizados para o preenchimento. Inclui a categorização da AC enquanto estratégia metodológica e a divisão das 79 propagandas em categorias temáticas considerando os personagens, o texto, o cenário e o teor da mensagem. Essas categorias foram criadas a partir de uma análise inicial do conjunto de propagandas, buscando compreender as variedades ali encontradas. Foram criadas oito divisões: vida cotidiana, política, vida noturna e paquera, fábrica, prêmios, datas comemorativas, acontecimentos e outros.

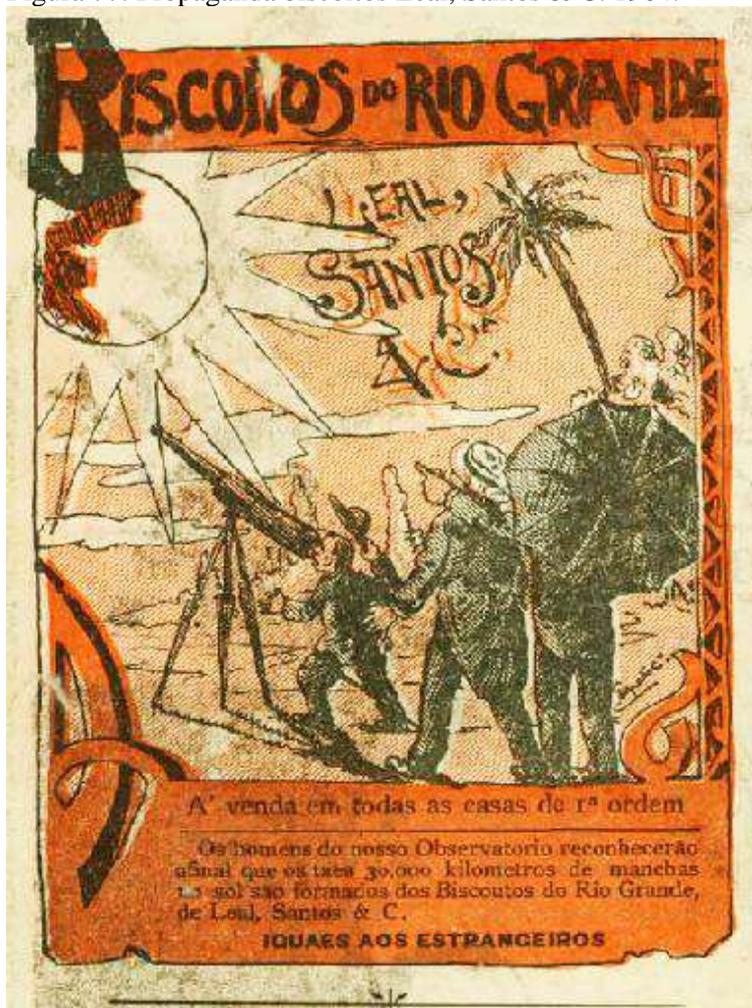
Através dessa divisão percebi que a maioria dos anúncios era sobre a vida cotidiana, totalizando 49%. As duas outras categorias que tiveram o segundo maior número foram política e vida noturna e paquera, ambas com 16% cada. A análise do conjunto, da série total de propagandas tal como aponta Mourão (2010), demonstrou que a maior variedade de

¹⁰⁷ Apêndice G

propaganda ocorreu nos anos 1906 (28) e 1907 (27). Os com menor variedade foram 1902 (3) e 1904 (5), além da inexistência de propagandas dos biscoitos da fábrica entre 1908-1918.

Dessas setenta e nove propagandas, 75,9% são coloridas contra 24,1% preto e branca. Outro aspecto interessante, é que a maioria das propagandas (84,8%) aparece apenas uma vez na revista, ou seja, são únicas, e a propaganda com maior número teve 22 repetições, ela faz referência ao descobrimento de manchas solares (Figura 77), e pertence a categoria temática “acontecimento”:

Figura 77: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C. 1904.



Biscoitos do Rio Grande Leal Santos & C. À venda em todas as casas de 1ª ordem. “Os homens do nosso Observatório reconhecerão afinal que os tais 30.000 quilômetros de manchas no sol são formados dos biscoitos do Rio Grande de Leal Santos & C”. Iguais aos estrangeiros

Fonte: Revista *O Malho*, 1904.

O uso da aparição das manchas solares foi recorrente nos anúncios da Leal Santos, além dessa propaganda (Figura 77), localizei mais três tipos de anúncio com o mesmo assunto. Pressuponho que tal recorrência esteja relacionada com a popularidade do acontecimento no período. Nesse sentido, busquei, novamente junto aos jornais, alguma

indicação do fenômeno para compreender as mensagens presentes na propaganda. O jornal *O Paiz* anunciou:

Manchas solares - Continuando a informar sobre o curioso fenômeno solar que já há muitos dias apareceu, mandou-nos a seguinte nota o Observatório do Rio de Janeiro: “Está agora bem visível na região central do sol uma mancha, acompanhada de grupo composto de manchas menores, e uma segunda de grande extensão. O seu núcleo ocupa cerca de 120 milhões de quilômetros quadrados, mas a área ocupada pela penumbra tem mais de 150km quadrados de superfície. Estas duas manchas apareceram depois do dia 10 e foram assinaladas na observação do dia 23”. Estas observações foram feitas às 9 horas e 20 minutos da manhã de ontem (*O Paiz*, 27/04/1904, p. 1)

Assim, a propaganda se utiliza de um acontecimento recente, noticiado pela imprensa e provavelmente comentado pela população, para anunciar os biscoitos. Também cabe a interpretação de que a escolha por veicular o anúncio várias vezes, algo não usual da fábrica, pode estar associada pela durabilidade do próprio fenômeno, com o intuito de que enquanto a mancha lá estivesse (no Sol) as pessoas lembrassem-se dos biscoitos, pois a publicidade afirma que as manchas são na realidade os biscoitos. Na categoria “acontecimento” estão também duas propagandas sobre os voos de Santos Dumont em Paris e uma sobre um desfile militar. Entretanto, estas apareceram apenas uma vez na revista.

Voltando para análise quantitativa das propagandas, ao enumerar os personagens presentes em cada anúncio, e as suas características (homem, mulher, branco(a), negro(a), crianças, animais, etc.) chegou-se a prevalência significativa de homens brancos, correspondendo a 41,8% quando aparecem fora do contexto de casal. As mulheres brancas correspondem a 15,2% e crianças brancas (independente do gênero) a 29,1%. Os homens aparecem enquanto políticos, trabalhadores (pintor, policial, militar, garçom, palhaço, etc.), homens de família (pai, esposo e genro) e, ainda, enquanto galanteadores. Já as mulheres aparecem como mães, esposas, empregadas domésticas, e sendo cortejadas por homens. Tanto figuras masculinas quanto femininas aparecem em forma de alegorias, sendo que as primeiras aparecem representando unicamente os países (Estados Unidos Alemanha, Inglaterra, etc) e uma mulher é a alegoria da Fábrica Lea, Santos & C.. Das crianças, apenas uma propaganda apresenta uma menina negra, que será alvo de uma descrição posterior, e todas as demais são com meninos e meninas brancos(as).

A partir dessa observação é possível pontuar algumas hipóteses e interpretações que direcionem o entendimento, tanto do motivo pela prevalência de figuras masculinas, quanto pela forma como homens, mulheres e crianças são representados nos papéis de consumidores

dos biscoitos. Enquanto produto da representação social, as propagandas representam aspectos culturais da sociedade, servindo como signos e símbolos (MOSCOVICI, 2001). Como apresentaram Serge Moscovici (2001) e Pitkin (1979) o conceito de representação sofreu transformações e foi utilizado de maneiras diferentes, tanto no âmbito político quanto no social. No caso das propagandas aqui estudadas, entendo representação como um produto/resultado de uma construção de visão de mundo, ao mesmo tempo em que auxilia a construir esta visão e atua no seu reforço. Para Sandra Pesavento a representação social faz

[...] com que os homens percebam a realidade e pautem sua existência. São matrizes geradoras de condutas e práticas sociais, dotadas de força integradora e coesiva, bem como explicativa do real. Indivíduos e grupos dão sentido ao mundo por meio das representações que constroem sobre a realidade (PESAVENTO, 2005, p. 21).

Moscovici (2001) aponta que a representação não pode ser vista como homogênea, “eis por que os diferentes tipos de sociedade que se representam diferentemente o mundo, vivem em mundos diferentes” (MOSCOVICI, 2001, p. 51). Para Pitkin (1979), uma das formas de representação do social é através de símbolos: “uma ideia ou uma pessoa podem estar presentes, não através de uma descrição ou de um retrato, mas através de um símbolo, sendo simbolizada ou representada simbolicamente” (PITKIN, 1979, p. 16). Nesse caso, a partir desse conceito compreende-se tanto o uso de alegorias como formas de representação da fábrica e países, como também das próprias propagandas ao representarem a sociedade brasileira do período, suas ideias e visões de mundo. É o que salienta Moscovici (2001) ao dizer que:

Representando-se uma coisa ou uma noção, não produzimos unicamente nossas próprias ideias e imagens, criamos e transmitimos um produto progressivamente elaborado em inúmeros lugares, segundo regras variadas. Dentro destes limites, o fenômeno pode ser denominado representação social (MOSCOVICI, 2001, p. 63).

Portanto, compreendendo que as propagandas não são inocentes (BARTHES, 1963) e que funcionam como representação social. Convém lembrar que o intuito de uma publicidade é convencer o público de comprar e consumir o produto, criando em paralelo a imagem da marca e do bem que está sendo anunciado. Ou seja, a escolha de tais personagens não é feita de forma ingênua, conforme apontou Barthes (1963), pois eles estão representando o público-alvo, os potenciais consumidores dos biscoitos Leal Santos, pois:

A publicidade veiculada nas revistas começava a associar a identidade do produto à identidade do consumidor. Através de recursos metafóricos, mágicos, a publicidade cria signos ilusórios que acabam traduzidos como

experiência real ao serem incorporados, aprovados, usados, replicados por quem compra (AUCAR; ROCHA; PEREIRA, 2015, p. 41).

O biscoito é um bem de consumo, cujas propagandas o transformam em bem simbólico - ou seja, detentor de um valor e de um poder simbólico de *status* - e de distinção social. Essa distinção é evidenciada através dos signos, dos elementos apontados por Bourdieu (2007) como definidores de uma classe dominante e de um bom gosto, ou seja, são símbolos, signos e referências de um grupo. Para Bourdieu “os gostos (ou seja, as preferências manifestadas) são a afirmação prática de uma diferença inevitável” (BOURDIEU, 2007, p. 56), da mesma forma que “classifica aquele que procede à classificação: sujeitos sociais distinguem-se pelas distinções que eles operam entre o belo e o feio, o distinto e o vulgar; por intermédio, exprime-se ou traduz-se a oposição desses sujeitos nas classificações objetivas” (BOURDIEU, 2007, p. 13). Assim, os gostos são expressões de um conjunto de preferências classificatórias que determinam um estilo de vida, e no caso desta tese, um consumidor dos biscoitos (e seus estilos de vida):

O gosto, propensão e aptidão à apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida. O estilo de vida é um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou héxis corporal, a mesma intenção expressiva, princípio da unidade de estilo que se entrega diretamente à instituição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados (BOURDIEU; SAINT-MARTIN, 1976, p. 2).

Retomando o conceito de Bourdieu apresentado no primeiro capítulo, o gosto e o estilo de vida são características inerentes ao *habitus* (estrutura incorporada) ou “estrutura [...], estruturada [...] e estruturante” (CATANI, 2017, p.215). Um conjunto de categorias, visões de mundo, valores e percepções que são incorporadas nas ações de cada sujeito, adquiridas ao longo da vida e que formam uma espécie de bagagem que é levada e aplicada nas ações de cada pessoa (agente).

Para Bourdieu, o *habitus* pode indicar possíveis ações, mas nunca dizer exatamente como um indivíduo irá reagir frente a uma situação. Afinal, o autor defende que os agentes sociais são diferentes dos atores sociais: eles não seguem um roteiro pré-definido e estipulado por categorias e estruturas, mas sim, agem de maneira livre e conseguem fazer suas próprias escolhas, mesmo que essas sejam, de certa forma, estruturadas (BOURDIEU, 2007). O *habitus* pode ser tanto individual como de classe, este último ocorre quando um grupo de indivíduos compartilha experiências similares de locais de origem, de trajetórias e de outras questões como, por exemplo, o trabalho. De maneira geral é preciso levar em conta o gênero,

local de nascimento e criação, parentesco, capital econômico e cultural familiar etc. de um indivíduo para compreendermos seu *habitus*. A ação do *habitus* não é algo que o indivíduo perceba de maneira clara e totalmente consciente, mas, para Bourdieu, não deve ser visto como algo extremamente inconsciente, e sim pré-reflexivo, que não é estagnado, finalizado. Ele é a interiorização de estruturas sociais “que orientam seus comportamentos, suas condutas, suas escolhas e seus gostos” (BOURDIEU; CHARTIER, 2011, p. 57).

Portanto, todos os bens consumidos são definidores da posição dos sujeitos, pois o consumo está diretamente relacionado à questão do gosto, ao *habitus*, e ao grupo que pertencem (e sua posição nesse grupo): o das classes mais altas (dominantes) e das classes mais baixas (dominados). O gosto, enquanto manifestação de uma objetividade interiorizada, orienta e determina escolhas estéticas e reproduz as relações de poder. Ou seja, é possível entender que o gosto por certo produto e o poder (condição) de consumi-lo é uma forma de distinção social. A teoria Bourdiana norteou a análise das propagandas, forneceu conceitos e teorias fundamentais para compreender que, enquanto representações sociais, as mensagens publicitárias dos biscoitos Leal Santos buscavam distinguir os produtos dos demais, evidenciando a característica de luxo, de bom gosto, e de qualidade fina e, assim, vendendo a mensagem de que quem os consumisse seria portador de tais valores.

Biscoito fino e elegante

A partir da visão de Bourdieu percebe-se que as propagandas definem os biscoitos enquanto produtos de “bom gosto” e de distinção social. E essa relação de consumo, ou de sua expectativa, aponta para aspectos que fortalecem tal teoria, tendo em vista que utiliza signos e elementos vistos por Bourdieu como de distinção social. Nesse caso, as propagandas não são apenas a representação da cultura do período, como também acabam criando e reforçando identidades de cada agente, de *habitus*, e de capital a partir do consumo do produto. Assim, cabe analisar de que forma as propagandas representam seus consumidores, e como utilizam representações sociais para construir e ideia de que o biscoito é um bem de luxo e distinção social. Na figura 78 percebo alguns elementos, principalmente sobre o grupo econômico que está representado.

Figura 78: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., 1905.



“Ela – Papagaio, comes milho? Eil-o aqui na minha mão! Mete o bico, mata a fome, Papagaio, maganão!... Papagaio: - Isso é milho? Qual história! Tem mais alta serventia: É biscoito Rio Grande Leal Santos, Companhia. Ele: - Não te disse já Miloca: Papagaio não é tolo, quando eleito, mete o bico do subsídio no bolo!... - Biscoitos do Rio Grande de Leal Santos & C - À venda em todas as casas de primeira ordem. Iguais aos estrangeiros e 50% mais baratos.”

Fonte: Fonte: Revista *O Malho*, 1905, n. 152.

Considerando o contexto do início do século XX no que tange a moda, cultura e ideias, percebe-se o quanto as propagandas representam tais costumes. Homem e mulher são retratados de forma elegante, condizente com o que se entendia por civilizado no período, relembrando o que diz Elias (1994) sobre a importância dos hábitos à mesa, aos gestos e aos próprios alimentos para identificar o que era civilizado. A presença do chapéu feminino, da cartola, a posição de mãos e braços, a postura: todos esses elementos caracterizam a moda da *Belle Époque*, influenciada pela *Art-Nouveau* (LIMA, 2017). Do final do século XIX até aproximadamente 1910, o chapéu feminino teve um papel essencial no jogo de distinção social e na classificação da elite brasileira, o seu tamanho e uso de adereços como flores e plumas funcionavam como elementos para identificar uma mulher moderna (LIMA, 2017). Junto ao chapéu também estavam o espartilho, que fornecia a postura firme, elevando o busto, caracterizando a cintura em “S” marcante do período.

Ainda se faz uso do espartilho reto e as saias roçam no chão. Com mangas que vão até o cotovelo ou pulso, o conjunto é bem sóbrio e, por isso, é carregado de acessórios em ocasiões que pediam mais, como coletes, rendas, apliques de flores de veludo (LIMA, 2017, p.10).

Corroborando o papel de distinção da roupa e dos acessórios da *Belle Époque*, Denise B. de Sant'anna afirma que:

As roupas, os calçados e os adereços serviam como prova maior de beleza e distinção. Para as mulheres ricas, buscavam-se o luxo das joias, a elegância trazida pelo porte do chapéu, o esmero das luvas e do leque. Por baixo das várias subsaias, os coletes ou cintas, alguns acoplados a porta-seios, apertando o ventre (SANT'ANNA, 2013, p. 106)

Vários desses elementos estão presentes, de alguma forma, no casal da propaganda, principalmente na mulher que tem destaque no primeiro plano: chapéu, luvas, saia, espartilho, plumas e rendas. Se a mensagem denotativa, conforme Barthes, demonstra um casal alimentando um papagaio com os biscoitos Leal, Santos & C.. No sentido conotativo é um casal que pertence a elite, em um hábito do cotidiano, apreciando os biscoitos Leal Santos com a sua mascote. Essa segunda mensagem aponta que eles sabem o que é um produto de qualidade, que têm condições (capital econômico e cultural) para realizar tal distinção, ao ponto que até o papagaio consegue diferenciar e reconhecer os tais biscoitos e sua qualidade.

A representação dos consumidores do biscoito com tais características traduz não só a mentalidade do período, cultura, hábitos e costumes, como aquilo que Pierre Bourdieu identifica como formas de distinção social:

Assim, na classe dominante, pode-se distinguir, simplificando, três estruturas de consumo distribuídas em três itens principais: alimentação, cultura e despesas com apresentação de si e com representação (vestuário, cuidados de beleza, artigos de higiene, pessoal de serviço) (BOURDIEU, 2007, p. 174).

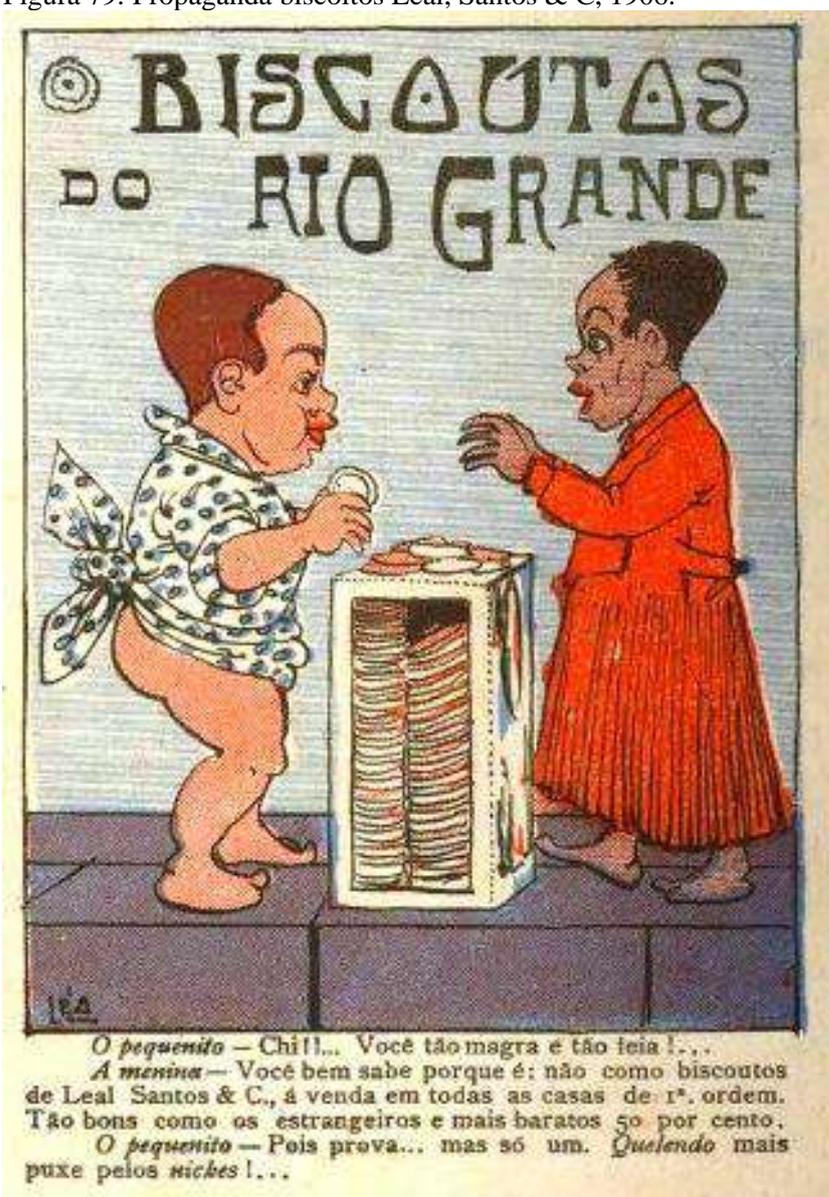
Eis, portanto, que as propagandas acabam reforçando tais distinções, cuja alimentação é representada pelo gosto e consumo dos biscoitos Leal Santos, hábitos como frequência de teatros, cafés, restaurantes, e com a apresentação visual dos consumidores como: finos, elegantes, bem vestidos, com postura e gestualidade condizentes com uma elite brasileira do princípio do século. É quando o gosto vira corpo de classe (BOURDIEU, 2007), “[...] segue-se que o corpo é a objetivação mais irrecusável do gosto de classe, manifestado sob várias maneiras” (BOURDIEU, 2007, p. 179). Essas características,

[...] acentuadas pelas diferenças de atitude, diferenças na maneira de portar o corpo, de apresentar-se, de comportar-se em que se exprime a relação com o mundo social. A esses itens, acrescentam-se todas as correções intencionalmente introduzidas no aspecto modificável do corpo, em particular, pelo conjunto das marcas relativas à cosmética, penteado, maquiagem, barba, bigode, suíças etc. – ou ao vestuário que, dependendo dos meios econômicos e culturais suscetíveis de serem investidos aí, são outras tantas marcas sociais que recebem seu sentido e seu valor de sua

posição no sistema de sinais distintivos que elas constituem, além de que ele próprio é homólogo do sistema de posições sociais (BOURDIEU, 2007, p. 183).

É na categoria temática “vida cotidiana” que as propagandas demonstram com mais detalhes a construção do consumidor “ideal”: seu corpo, gosto, perfil e identidade. Ao exercer atividades rotineiras, os personagens, através de falas, gestos e roupas representam a imagem dos consumidores dos biscoitos, como é o caso da Figura 79:

Figura 79: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C, 1906.



“Biscoitos do Rio Grande - *O pequenito: - Chill.... Você é tão magra e tão feia! A menina: - Você bem sabe porque é: Não como os biscoitos Leal Santos a venda em todas as casas de 1ª Ordem. Tão bom como os estrangeiros e mais baratos, 50%. O pequenito: Pois prova... mas só um! Querendo mais puxe pelos nickles!...*”

Fonte: *O Malho*, 1906, n. 204.

A propaganda (Figura 79) apresenta duas crianças e entre elas uma lata de biscoitos. O menino, branco, com roupas de criança e com bochechas grandes, ao avistar a menina, negra, com um vestido vermelho, cabelos curtos, e bem magra exclama: “Você é tão magra e tão feia”. Ela responde que é assim, pois não come os biscoitos Leal Santos – tão bom como os estrangeiros. A análise conotativa dessa propaganda reitera a divisão: aqueles que comem e os que não comem os biscoitos Leal Santos. Os que comem são brancos, aspecto saudável e belo, e possuem dinheiro para comprá-los. Os que não comem são negros, feios, magros, com aspectos enfermos, e pobres por não possuírem dinheiro para comprar seus próprios biscoitos. Nesse aspecto, este é o primeiro fator de distinção entre os indivíduos, pois “aqueles que consomem os bens simbólicos distribuídos no mercado ocupam posições sociais determinadas em função do capital econômico e cultural que dispõe” (BOURDIEU, 2007, p. 25). O próprio bem consumido torna-se, portanto, poder. A propaganda também demarca as diferenças sociais e econômicas através do gosto, e como ele incorpora no sujeito que o consome características físicas, do corpo, como salienta Bourdieu:

O gosto em matéria alimentar depende também da ideia que cada classe faz do seu corpo e dos **efeitos da alimentação sobre o corpo, ou seja, sobre sua força, sua saúde e sua beleza, assim como das categorias que ela utiliza para avaliar tais efeitos** (BOURDIEU, 2007, p. 179- grifo meu).

Nesse caso, o anúncio reitera a visão do autor sobre os efeitos que o consumo de certos alimentos pode causar no corpo: “bela x feia”, “magra x saudável”, na medida em que a representação da menina que não consome é feita para inferiorizá-la. Esta propaganda também demarca a desigualdade social e racial do início do século. Retomando as ideias de representação nas propagandas, apresentadas no início deste capítulo, é possível compreender que essa, em específico, condizia com o que o Brasil vivenciava em termos de desigualdade econômica e racial, dos preconceitos interiorizados em um país que acabava de abolir a escravidão (1888).

Além desses aspectos de distinção social, Pierre Bourdieu (2007) ainda identifica outro: o pessoal de serviço, que é encontrado em uma das propagandas (Figura 80):

Figura 80: Propaganda dos biscoitos Leal, Santos & C. “Menina sabida”, 1905.



“A criada – Nenê! Mamãe manda estes biscoitos do Rio Grande para você tomar com o leite. A menina – Mamãe é muito boa, mas eu já tive o cuidado de trazer comigo desses mesmos biscoitos de Leal dos Santos & C. Sem eles não passo, não, que eu não sou tola!... A venda em todas as casas de 1ª ordem. Tão bons como os estrangeiros e 50 por cento mais baratos”.

Fonte: *O Malho*, 1906, n. 105.

Além da presença da empregada doméstica, fator que atesta a condição financeira da família e da casa, também existe outros elementos que merecem ser observados. Nesta propaganda a “criada” oferece os biscoitos Leal Santos para a menina tomar com leite enquanto ela está sentada à mesa, comendo, servida de bolo, bebida na jarra e dois pratos; há também um vaso com flores. Nesse caso, há uma maneira correta de comer os biscoitos: com leite, e com um cenário condizente com a qualidade do produto, lembrando o ritual do chá apresentado no início do capítulo.

Segundo Pilla “às funções sociais dos alimentos [...] somam-se funções imaginárias, ou seja, a composição do cardápio e a maneira de consumir certos alimentos, regras de boas maneiras, podem compor ícones de distinção social” (PILLA, 2005, p. 65). Em detrimento às colocações da autora, cabe lembrar que o biscoito Leal, Santos & C. carregava consigo elementos de distinção de um bem alimentício, e que o gosto e a seleção dos alimentos é um dos critérios vistos por Bourdieu como definidores do gosto e da classe que pertencem. Para o

autor, se por um lado as classes populares privilegiam “ao ‘comer sem formalidades’ [...], a burguesia se opõe a preocupação em comer nos conformes” (BOURDIEU, 2007, p. 186).

Por outro lado, cabe lembrar que na visão de Bourdieu a escolha dos alimentos e o seu caráter distintivo está diretamente relacionado com o afastamento da sua função puramente nutritiva, de necessidade. É o que o autor entende por gostos de luxo *versus* gostos de necessidade:

[...] os primeiros caracterizam os indivíduos que são o produto de condições materiais de existência definidas pela *distância da necessidade*, pelas liberdades ou, como se diz, às vezes, pelas facilidades garantidas pela posse de um capital; por sua vez, os segundos exprimem, em seu próprio ajuste, as necessidades de que são o produto (BOURDIEU, 2007, p. 169).

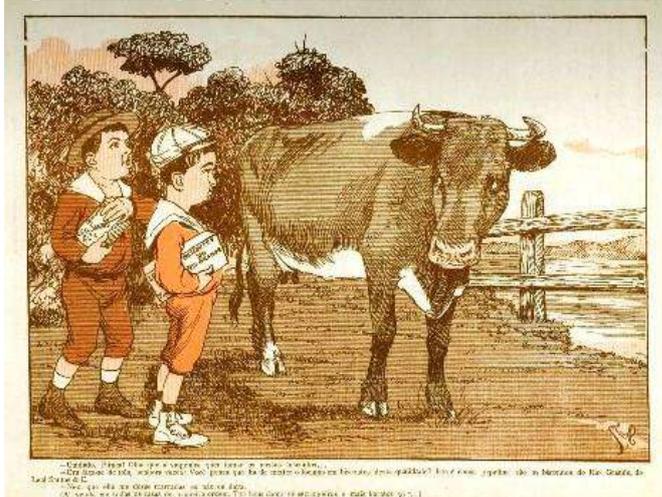
É nesse aspecto que também podemos analisar a propaganda das duas crianças (Figura 79), o biscoito não é um alimento necessário do ponto de vista da base alimentar. Seu consumo se aproxima do prazer, do gosto de luxo muito mais do que o comer para nutrir-se, alimentar-se- como seria o caso de alimentos como feijão, arroz, carne e pão (na dieta brasileira), por exemplo. “Mais que alimentar-se conforme o meio a que pertence, o homem se alimenta de acordo com a sociedade a que pertence e, ainda mais precisamente, ao grupo, estabelecendo distinções e marcando fronteiras precisas” (MACIEL, 2001, p. 149). Assim, a distinção entre as duas crianças fica ainda mais marcante, sustentando a visão dos autores, pois o consumo do biscoito deixa marcas no corpo, reforçando a distinção do gosto e da classe econômica.

Cabe lembrar, portanto, que o biscoito Leal, Santos & C. está contextualizado pelo período de extrema influência europeia, sobretudo da França e Inglaterra, e que os biscoitos estrangeiros (leia-se ingleses) são os legítimos, e os que inspiram toda a produção brasileira e também de outros países. As propagandas dos biscoitos do Rio Grande buscavam reforçar todo esse caráter simbólico, demarcando não só que são melhores que os estrangeiros, apesar de mais baratos, mas apresentando as diferenças sociais que os consumidores dos biscoitos carregavam, pois a “identidade social define-se e afirma-se na diferença” (BOURDIEU, 2007, p. 165), ou seja, os que comem e os que não comem os biscoitos Leal Santos ou, ainda, os que comem os biscoitos ingleses e os que comem os nacionais, análise que será desenvolvida posteriormente.

Se, por um lado, a propaganda (Figura 79) faz a distinção entre aqueles que comem e os que não comem os biscoitos Leal Santos, outras também demarcam que esse produto não é

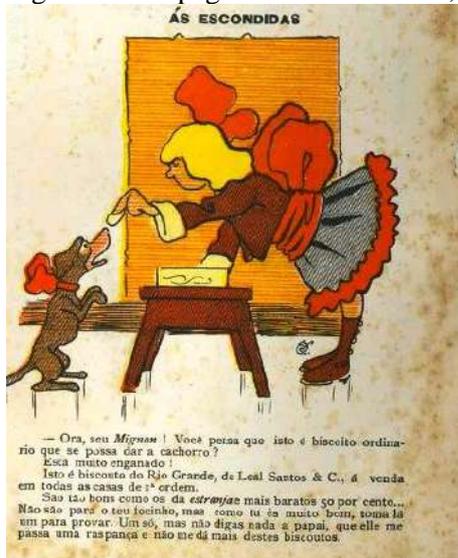
para todos. Utilizando animais (como cachorro e vaca), alguns anúncios vendem a ideia de biscoito fino é para um público limitado ao reforçarem que “isto não é para o teu focinho”.

Figura 81: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., 1906.



*Cuidado, Pituca! Olha que a vaquinha quer tomar os nossos biscoitos... - Ora faça-se de tola, senhora vaca! Você pensa que há de meter o focinho em biscoitos desta qualidade? Isto é coisa papafina: são os biscoitos Leal Santos & C. - Nem que ela me desse mamadas eu não os dava. (À venda em todas as casas de primeira ordem. Tão bons como os estrangeiros e mais baratos 50%
Fonte: O Malho, 1906, n. 182.*

Figura 82: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., "Às escondidas", 1907.



Ora, seu Mignon! Você pensa que isto é biscoito ordinário que se possa dar a cachorro? Está muito enganado! Isto é biscoito do Rio Grande, de Leal Santos & C., à venda em todas as casas de 1ª ordem. São tão bons como os da estrangeira e mais baratos 50 por cento... Não são para o teu focinho, mas como tu és muito bom, toma lá um para provar. Um só, mas não digas nada a papai, que ele me passa uma raspança e não me dá mais destes biscoitos.

Fonte: O Malho, 1907, n. 228,

Nesse caso, as propagandas (Figuras 81 e 82) demonstram que o produto é destinado para paladares especiais, pois sua qualidade “papafina” é alta e não é para qualquer um. Em

uma análise conotativa desses diálogos: “Não são para o teu focinho, mas como tu és muito bom, toma lá um para provar”, encontro algumas semelhanças na conversa entre as crianças, da propaganda 79, pois apesar da menina ganhar um biscoito do menino, ele reforça que é apenas um e para experimentar. Assim, mesmo através de representações, há a mensagem de distinção e delimitação dos consumidores dos biscoitos, e quais aqueles que merecem apenas provar, pois “não são para esses focinhos” – nesse caso pode-se também ler: “não só o público-alvo/ consumidor da Leal Santos”.

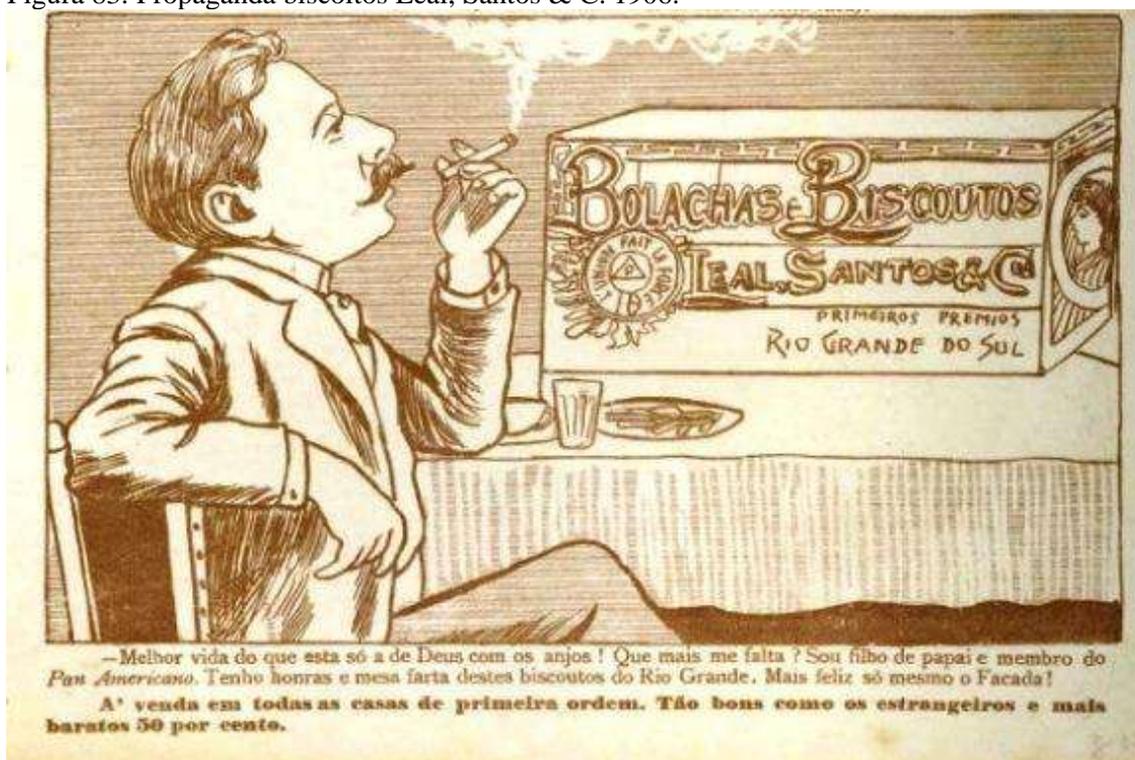
Por outro lado, os homens brancos – maioria nas propagandas dos biscoitos – eram vistos como consumidores ideais dos biscoitos, mas não apenas pelo seu aspecto físico, e sim por deterem o capital cultural e econômico adequado para tal. Enquanto homens de família, de negócios, da política ou trabalhadores, os homens sabiam a qualidade e a importância dos biscoitos do Rio Grande, segundo as propagandas da fábrica.

Na Figura 83 um desses homens é representado como extremamente feliz e realizado por ser detentor de bens simbólicos, além do capital cultural e econômico. Ao se apresentar como “Sou filho de papai” demonstra o que Bourdieu define como capital social e de prestígio, vinculados à família. Tal expressão é popularmente utilizada para definir os filhos de família rica que não “passam necessidade”, ou que são “mimados”, podendo ser usada, inclusive, de forma pejorativa. Ser “membro do Pan Americano” pode se referir a participação das Conferências Pan-Americanas:

[...] grandes fóruns dos representantes diplomáticos, delegados, funcionários do governo, ministros e presidentes dos vários países associados que se reuniam com o objetivo principal de debater questões políticas, econômicas, sociais e culturais entre os países da América (GUEDES, 2011, p. 1).

No ano desta propaganda, 1906, a conferência acontecia no Rio de Janeiro, com a chefia de Joaquim Nabuco, no Palácio Monroe (DULCI, 2008). Ou seja, ser membro da conferência era estar vinculado ao contexto político e econômico do país, caracterizando também aspectos distintivos e de poder, e o homem da propaganda representava seus participantes.

Figura 83: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C. 1906.



- Melhor vida do que esta só a de Deus com os anjos! Que mais me falta? Sou filho de papai e membro do Pan Americano. Tenho honras e mesa farta destes biscoitos do Rio Grande. Mais feliz mesmo só o facada! À venda em todas as casas de primeira ordem. Tão bons como os estrangeiros e mais baratos 50 por cento

Fonte: *O Malho*, 1906, n.201.

“Tenho honras e mesa farta destes biscoitos do Rio Grande” também aponta para o capital econômico, social, de prestígio e cultural. Sua postura na propaganda representa uma pessoa importante, segura: cabeça erguida, peito aberto e fumando. O texto e a imagem demonstram um homem que, apesar da importância e do papel de destaque na sociedade, saboreia de forma relaxada e descontraída os biscoitos: “melhor vida do que esta só a de Deus com os anjos”.

Consumido por paladares finos que soubessem identificar, apreciar e comprá-los, os biscoitos eram vendidos “em todas as casas de primeira ordem”, tal como é anunciado em 82,3% das propagandas encontradas. Além de serem vendidos nas “melhores” casas comerciais, também eram oferecidos em restaurantes, cafés, bailes ou hotéis, de acordo com os anúncios. Os biscoitos aparecem como exigências em algumas propagandas, demonstrando não só que são indispensáveis e incomparáveis – ao não aceitarem os de outra marca – como atestam o perfil do público-alvo, ao serem frequentadores de espaços culturais elitizados.

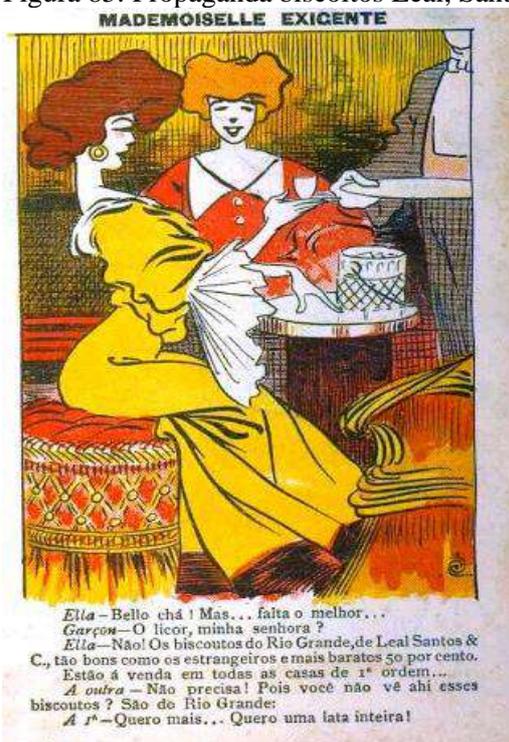
Figura 84: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C. "É expressivo!", 1906.



Um criado de hotel fino: - É assim que eu vou falar à baronesa: - “Minha senhora! Vou ter o feliz ensejo de proporcionar a V. Ex. um dos prazeres mais supimpas do mundo: vou oferecer-lhe biscoitos do Rio Grande, de Leal Santos & C.” Naturalmente a baronesa perguntar-me-á onde se vende essa preciosidade... E eu responderei: - Minha senhora! Em todas as casas de 1ª ordem. Tão bons como os estrangeiros e mais baratos 50 por cento. Provar para crer, Exma. Baronesa!...

Fonte: *O Malho*, 1906, n.221.

Figura 85: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., "Mademoiselle exigente", 1907.



Ela - Belo chá! Mas...falta o melhor.. Garçon - O licor, minha senhora? Ela - Não! Os biscoitos do Rio Grande, de Leal Santos & C., tão bons como os estrangeiros e mais baratos 50 por cento. Estão à

venda em todas as casas de 1ª ordem... A outra – Não precisa! Pois você não vê aí esses biscoitos? São do Rio Grande: A 1ª – Quero mais... Quero uma lata inteira!

Fonte:

Na Figura 84 o funcionário “de hotel fino” apresenta os biscoitos Leal Santos como preciosos, levando para a baronesa “um dos prazeres mais supimpas do mundo”, salientando que não se trata de um mero biscoito, que ele é consumido e vendido nos lugares de primeira ordem, e que seu consumo não é também um ato simples de comer, mas uma experiência prazerosa e única. Além disso, a consumidora da propaganda é uma baronesa, digna de título nobre, reforçando a ideia de Bourdieu (2007) sobre capital de prestígio. Na outra (Figura 85) a “mademoiselle exigente” exige a presença do melhor acompanhamento para o chá: os biscoitos Leal Santos e não apenas alguns, mas a lata inteira.

Aqui, a publicidade novamente aponta para a elegância do consumidor e do ambiente, também reforça o aspecto das formas de consumo do biscoito, relacionado ao chá. Nas quatro propagandas (Figuras 78, 83, 84 e 85), os consumidores também são representados com postura e gestualidade condizentes com o poder econômico, com o gosto fino e com o ambiente em que estão localizadas, reforçando o aspecto distintivo de portar-se ao alimentar-se, pois “todo o esquema corporal e, especialmente, a maneira de posicionar o corpo no ato de comer que está na origem da seleção de determinados alimentos” (BOURDIEU, 2007, p. 179).

Nesse caso, a partir das propagandas aqui apresentadas, considerando todo o conjunto e o contexto histórico-cultural de veiculação de tais anúncios, percebe-se que alguns dos elementos que eram considerados como de distinção social, como símbolos de modernidade e de “gente civilizada” estão presentes nas propagandas dos biscoitos Leal Santos. Assim, sendo a revista *O Malho* um dos ícones da imprensa ilustrada e caricata do período, esses elementos materiais estavam também presentes nas outras páginas do periódico, sendo anunciados por casas comerciais, e nas fotografias da elite carioca no contexto de uso. Ou seja, havia certa harmonia entre o que estava nas propagandas, e nas demais páginas da revista. As fotografias que passaram a estampar a sociedade carioca em passeios urbanos, as notícias políticas ou culturais, todas expressavam tais elementos culturais, sociais e distintivos.

Portanto, parto do pressuposto de que o público leitor da revista detinha os códigos e elementos necessários para decodificar as mensagens publicitárias dos biscoitos da fábrica, tanto do ponto de vista de distinção social – como um biscoito fino e elegante, “melhor que o

estrangeiro” – como sobre o contexto político, a respeito das críticas feitas aos políticos brasileiros e de acontecimentos que estavam em alta no momento.

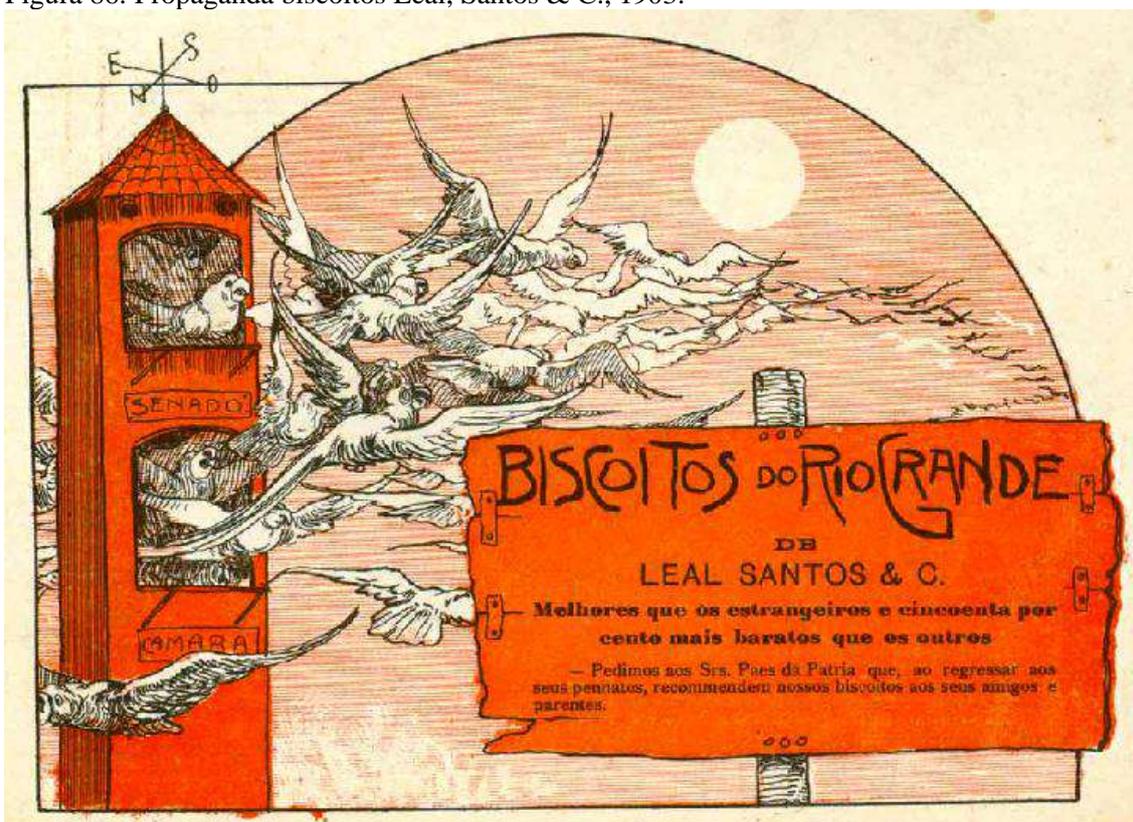
Aprovado pelos políticos

Utilizando personagens ou assuntos do momento, muitas propagandas dos biscoitos tinham cunho político. Assim como as que retratam os aspectos culturais e distintivos dentro da vida cotidiana, essas propagandas partem do pressuposto que o público leitor da revista, que era o mesmo público-alvo dos biscoitos, conseguia decifrar e compreender as mensagens e as críticas ali presentes sobre os acontecimentos políticos nacionais e internacionais.

As propagandas emitiam a mensagem de que além de ser um produto voltado para uma elite – a de bom gosto, paladar fino, detentora de capital cultural, social e econômico – o biscoito Leal Santos também era consumido e preferido pelos políticos brasileiros. A presença dessa temática nas propagandas não pode ser dissociada do caráter caricato e político da própria revista, pois “os políticos foram alvo de sátiras ilustradas e garotos-propaganda das marcas” (AUCAR; ROCHA; PEREIRA, 2015, p. 27). No caso da Leal, Santos & C., os políticos ora são ilustrados consumindo os biscoitos, ora indicam-no como sendo a solução dos problemas enfrentados. A questão levantada aqui, portanto, busca compreender de que forma a fábrica utilizou o recurso de caricaturas e sátiras políticas para anunciar os seus biscoitos, quais as mensagens presentes nessas propagandas e quais as hipóteses que podem ser suscitadas a partir desse uso.

A primeira delas é sobre a questão dos políticos enquanto consumidores dos biscoitos, e a Figura 86 demonstra a propaganda da Leal Santos sendo claramente direcionada para eles:

Figura 86: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., 1903.



“Biscoitos do Rio Grande de Leal Santos & C - Melhores que os estrangeiros e cinquenta por cento mais barato que os outros. - Pedimos aos srs. Pais da Pátria que, ao regressar ao seus penates, recomendem nossos biscoitos nos seus amigos e parentes”.

Fonte: *O Malho*, 1903, n. 54.

A mensagem denotativa desta propaganda (Figura 86) apresenta diversas aves saindo de uma espécie de poleiro onde constam portas ou janelas, com a seguinte descrição: senado e câmara. Com o seguinte texto, descrito na legenda, “Pedimos aos srs. Pais da Pátria que, ao regressar aos seus penates, recomendem nossos biscoitos nos seus amigos e parentes”. “Pais da pátria” é uma referência aos políticos da república, confirmada com o uso da divisão Câmara e Senado para nomear senadores e deputados brasileiros e por “penates” leia-se lares, casas e família. Assim, a mensagem conotativa indica que o “pedimos” pode ser entendido como a voz da fábrica Leal Santos ou da revista *O Malho*, ou de ambos, solicitando que os políticos (senadores e deputados) ao regressarem para suas casas, após o final do mandato em 1903, indiquem aos familiares os biscoitos Leal Santos – aqui também cabe a leitura de que durante o mandato, eles haviam consumido esses biscoitos. Nesse caso, esta propaganda pode ser interpretada também como um pedido de auxílio de divulgação da fábrica, além do fato de que para divulgar, é preciso conhecer e, tratando-se dos biscoitos, ter provado e aprovado.

Assim, essa primeira propaganda sobre política aponta para um produto que buscava se aproximar do campo político, seja através do consumo dos políticos ou por suas famílias.

Entretanto, 61,5% das propagandas com a temática política utilizam nomes e imagens de presidentes e ex-presidentes da República brasileira para anunciar os biscoitos. Na Figura 87 a propaganda apresenta Rodrigues Alves¹⁰⁸ e Afonso Pena¹⁰⁹ sentados à mesa conversando sobre as enchentes que afetavam o Rio de Janeiro em 1906:

Figura 87: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., 1906.



“Penna – Então, seu Chico, quais são as providências a tomar, para evitar essas enchentes? R. A. – Ora, seu Affonsinho, não me fale em providências agora! Imagina tu que estou apreciando os biscoitos Champanhe do Rio Grande, presente dos meus amigos Leal Santos & C. E sabe o que mais? Quando estou comendo uma coisa boa não gosto que me falem em futilidades”.

Fonte: O Malho, 1906, n. 184.

Afonso Pena sucedeu a Rodrigues Alves na presidência da República em novembro de 1906, dando continuidade ao projeto de reforma da capital com o lema “progresso e civilização”. Segundo Napolitano (2016), Rodrigues Alves teve como prioridade: “ampliação e modernização do velho porto do Rio de Janeiro, a reforma urbana do centro da cidade e a

¹⁰⁸ Francisco de Paula Rodrigues Alves (1848-1919) era político brasileiro, foi o quinto presidente da República entre 1902 e 19106.

¹⁰⁹ Afonso Augusto Moreira Pena (1847-1909) era político brasileiro, foi vice-presidente de Rodrigues Alves entre 1903 e 1906 e depois assumiu a presidência da República em 1906 a 1909.

higienização forçada das populações pobres” (NAPOLITANO, 2016, p. 54). Pereira Passos estava à frente da prefeitura do Rio de Janeiro (na época Distrito Federal) e juntos realizaram transformações urbanas na cidade, excluindo as camadas mais pobres da população do centro da cidade e colocando-as em áreas longínquas ou morros, destruindo cortiços, e abrindo novas avenidas, sendo a mais emblemática delas a Avenida Central, em estilo *boulevard* francês. Essas reformas foram conhecidas como “bota-abaixo” (MAIA, 2012, p. 262), e coincidiram com uma das maiores enchentes que assolaram o Rio de Janeiro até então, o que segundo Andréa Maia (2012) causou ainda mais alvoroço e descontentamento da população.

Jornais e revistas publicavam cartas indignadas de moradores que viam as tentativas de transformação do Rio em uma cidade ordenada e civilizada irem literalmente por água abaixo. De que adiantavam os novos bulevares, diziam os jornais, se quando chegavam as chuvas a população ficava a nado? Na nova praça da Bandeira, antigo largo do Matadouro, até o coreto recém-inaugurado era uma ilha. O transporte, a luz elétrica e outros sinais de modernização ficavam comprometidos pelas chuvas. Nas páginas das revistas ilustradas, chargistas ironizavam a impotência do Estado e pediam “bondes submarinos” ou “aéreos”, únicos meios de locomoção possíveis nos dias de enchente (MAIA, 2012, p. 263).

Havia, portanto, o contraste da modernização arquitetônica e de hábitos e costumes do Rio de Janeiro do início do século, com a dificuldade em lidar com as intensas chuvas de verão e as consecutivas enchentes, caso que é exposto na propaganda. Cabe salientar que o número da revista *O Malho* que apresenta esta propaganda (Figura 87) traz em sua capa uma imagem caricata de um dilúvio político, onde alguns entram na Arca da Coligação, e em diversos outros momentos da revista encontram-se charges, textos e propagandas que falam sobre as enchentes.

A propaganda da Leal Santos está localizada na última página da revista nesse número, ocupando toda a dimensão da folha. Em primeiro plano Afonso Pena – que nesse momento (março de 1906) ainda não havia assumido a presidência, mas já havia ganhado as eleições, – aparece questionando Rodrigues Alves sobre as providências a serem tomadas com a enchente. Este, por sua vez, aparece vestindo pantufas e roupão, enquanto toma café e come biscoitos Leal Santos. Ao ser indagado pelo colega responde: “Quando estou comendo uma coisa boa não gosto que me falem em futilidades”. Ou seja, apesar da presença dos biscoitos, da referência da fábrica, dos industriais como amigos do presidente, e do elogio feito ao produto, há uma crítica feita a Rodrigues Alves, tanto ao tomar como futilidade a enchente que destruiu parte da cidade, quanto de estar vestindo pijamas e comendo de forma tranquila e despreocupada os biscoitos ao invés de pensar em estratégias para conter o desastre.

Ainda sobre as enchentes, o número seguinte da revista *O Malho* apresenta outra propaganda envolvendo políticos, a enchente e o biscoito Leal Santos (Figura 88):

Figura 88: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., 1906.



“R. Alves - Você que é um grande homem, diga-me uma coisa: Que se há de fazer para contentar tanta gente descontente, principalmente depois das chuvas? Passos – Assim, de repente, é difícil, mas olha que uma distribuição de biscoitos do Rio Grande não faria mal nenhum...” À venda em todas as casas de primeira ordem. Tão bom como os estrangeiros e 50% mais baratos.

Fonte: *O Malho*, 1906. n. 185.

Nessa propaganda, Pereira Passos e Rodrigues Alves – ambos à frente do projeto de transformação urbana e “civilizatória” do Rio de Janeiro – conversam sobre a enchente. Entretanto, Rodrigues Alves interroga Pereira Passos sobre as medidas a serem tomadas para lidar com o descontentamento da população. Assim, a solução apresentada pelo engenheiro é a distribuição dos biscoitos Leal Santos. Ou seja, mesmo sem saber que providências tomar pelos estragos da enchente e a pressão popular, o político recomenda o biscoito do Rio Grande. Nesse caso a mensagem conotativa aponta para o fato de que com essa distribuição a população ficaria contente, satisfeita, e que os biscoitos serviriam como solução, ou pelo menos não fariam mal, para os problemas do momento.

Essas duas propagandas (Figura 87 e 88) exemplificam os contextos políticos nacionais nas propagandas, e como os biscoitos Leal Santos são escolhidos pelos presidentes para o consumo, e, por vezes, como resolução dos problemas. Além dessas que se referem a

enchente, uma outra série de propagandas aborda um assunto político daquele momento: a chegada do argentino General Roca no Brasil em 1907 (Figura 89, 90 e 91).

Figura 89: Propaganda biscoitos Leal, Santos & C., "No dia 11 pela manhã", 1907.



“Penna: Senhor general! Ao pisar o solo da capital do Brasil não posso deixar de oferecer a V. Ex. com as minhas mais ardentes saudações, os biscoitos do Rio Grande, de Leal Santos & C. à venda em todas as casas de 1ª ordem. Roca: - Si! Sam tam Buenos como los estrangeiros, però mas baratos 50 por ciento. No hay necesidad de probarlos para crerlos: mi gusta tanto de ellos, que los comia em Paris. Muchissimas gracias, señor consejero!”

Fonte: *O Malho*, 1907, n. 233.

Figura 90: Propaganda dos biscoitos Leal, Santos & C. - “Ideia má”:



- O Roca está a chegar. Vem com ele muitos argentinos e, dada a antipatia que nos vota a vizinha, é certo que havemos de ouvir a todo momento: los macaquitos, mira! Pois bem! Não hes demos

bananas, (Que, afinal é o que poder dar um macaquito) nem lamparinas, nem nada. Finjamos não perceber o graceje: e, em todo o five ó clock que se lhes ofereça façamos os se encherem dos magníficos biscoitos de Leal Santos & C... à venda em todas as casas de primeira ordem. É o único meio de conseguirmos estreitar os laços de amizade com a argentina, que, delicada é, não poderá de deixar de amar a pátria de tal delícia...

Fonte: *O Malho*, 1907, n. 234.

Figura 91: Propaganda dos biscoitos Leal, Santos & C. “Um discurso do ex-presidente, 1907.



“- Essa é a verdade, senhores: este mesmo povo que, por ocasião do meu embarque, tão impolidamente me tratou – agora com a chegada do Roca me deixou confuso? É que me reconheceu que nunca foi tão feio como me pintavam e me quis dar um abraço amigo, o testemunho do seu arrependimento... E assim é que a biscoito.. Perdão, por falar em biscoito, sou forçado a um parêntesis: (usai somente os do Rio Grande, os biscoitos de Leal Santos... custam 50% mais baratos que os estrangeiros e vendem-se em toda a parte!)

Fonte: *O Malho*, 1907, n. 235.

A relação entre Brasil e Argentina representada na figura do general Roca, apresenta um contexto político internacional e de assuntos que careciam de um conhecimento prévio para compreender o teor do anúncio da Leal Santos. Além disso, na Figura 89 “No dia 11 pela manhã”, a qual Penna oferece os biscoitos Leal Santos para o general, a mensagem conotativa ali presente aponta para o fato de que, mesmo não sendo brasileiro, os biscoitos do Rio Grande não eram novidade para ele. Sabia da qualidade do produto e os comia em Paris. Aqui, é possível pensar que Paris é a referência direta para a capital da França, mas também

capital simbólica de todo o movimento de *Belle Époque* e modernizador-civilizatório que o país vivia. Ou seja, não era apenas o local onde Roca morava, era a prova do alcance dos biscoitos da marca.

Por outro lado, na propaganda seguinte “Idéia má”, (Figura 90) Afonso Penna é retratado com certa preocupação com a chegada de Roca e outros argentinos ao Rio de Janeiro. Nessa imagem, a rivalidade entre Brasil e Argentina, e a “falta de simpatia” entre as duas nações, é retratada pela referência dos argentinos aos brasileiros como “macaquinhos”. Nesse caso, cabe salientar que tanto o Brasil quanto a Argentina, ainda viviam os reflexos de séculos de escravidão e que, apesar da abolição, ambos os países tinham fortes pensamentos racistas estruturados em sua cultura e cotidiano. Segundo Hernández (2017):

Os países da América Hispânica, pouco tempo depois de terem declarado a abolição de todas as formas de escravidão também se deparam com o crescimento da eugenia, um movimento pseudocientífico que buscava melhorar a raça humana preservando a pureza genética dos brancos (HERNÁNDEZ, 2017, p. 31).

Esse movimento, que ganhou força na segunda metade do século XIX, refletiu na criação de uma mentalidade racista onde o negro era visto como inferior ao branco. Tal realidade não era exclusiva dos países colonizados pela Espanha, pois também teve repercussão no Brasil, conforme defende Priore (2017). Além disso, sobre os dois países, Ribeiro (2011) salienta que algumas diferenças entre as duas nações ficaram mais evidentes com o processo de branqueamento, pois “o Brasil transformou-se em um país marcadamente branco, mestiço e negro, enquanto a Argentina tornou-se um país eminentemente branco. Um associado aos trópicos; outro associado à Europa” (RIBEIRO, 2011, p. 5). Para o autor, essas características influenciaram drasticamente as formas de representação dos dois países, dos respectivos brasileiros e argentinos, dos preconceitos e tensões.

A partir disso, percebe-se que as propagandas da Leal Santos traduzem um contexto político, cultural e social internacional que ultrapassa a questão dos biscoitos. Ribeiro (2011) salienta que a associação entre Argentina e Europa ficaram mais evidentes durante a *Belle Époque*, onde havia “uma elite voltada para a Europa e no esplendor de Buenos Aires, de uma *belle époque* portenha que, com sua arquitetura sofisticada, monumentos e metrô impõem-se definitivamente como a sinédoque da Argentina” (RIBEIRO, 2011, p. 6). Sendo assim, essa identificação da Argentina com a Europa, faz sentido quando nas propagandas eles são referenciados como “mais civilizados”, ou de “paladar exigente”, pois esses eram valores associados diretamente ao continente europeu.

A mensagem da propaganda também demonstra a preocupação em mostrar para os argentinos o quão civilizado e moderno era o Brasil. Nesse caso, ao buscar mostrar o quão civilizado é o Brasil reforça que, “em todo *five o'clock* que se ofereçam [...] os magníficos biscoitos de Leal, Santos & C.” e conclui que “este é o único meio de conseguirmos estreitar os laços de amizade com a Argentina que, delicada como é, não poderá deixar de amar a pátria de tal delícia”. Os biscoitos da fábrica tornam a aparecer relacionados ao hábito do chá da tarde, vistos como suficiente para satisfazer a delicadeza e exigência do paladar argentino, e, assim, conseguirá se aproximar do Brasil. É também possível fazer a leitura de que, o biscoito e a fábrica são demonstrados como símbolo do progresso nacional, da sua indústria e da modernidade.

Por outro lado, a Figura 91, “Um discurso do ex-presidente”, apresenta Rio Branco dizendo que ficou surpreso com a recepção argentina e o abraço que teria recebido, tendo em vista o tratamento “impolido” que havia recebido anteriormente pelos argentinos. Na propaganda, esse “abraço” é visto como “testemunho do seu arrependimento”. Nesse caso a menção ao biscoito Leal Santos aparece quase que aleatoriamente na fala do personagem, muito embora esteja dentro do que aqui se identifica como “aprovado pelos políticos”.

Segundo Bueno (2012) em 1907 havia uma tensão grande entre Brasil e Argentina, envolvendo, inclusive os personagens de Roca e Rio Branco, que tinha origem na atuação de Rio Branco no Ministério das Relações Exteriores, no rearmamento naval brasileiro e em lutas alfandegárias comerciais (BUENO, 2012). Para o autor, “na história das relações bilaterais Brasil-Argentina são constantes os momentos de aguda rivalidade entremeados por aqueles de extrema cordialidade” (BUENO, 2012, p. 179). Logo, as propagandas enunciavam o embate político sul-americano entre os dois países, e demonstram a rivalidade pré-existente entre as duas nações.

O que se percebe, portanto, é que nas propagandas de cunho político os assuntos não ficam restritos aos temas nacionais e mais cotidianos do país, mas também abordam as relações políticas internacionais, os conflitos entre os outros países. E, mesmo nesses casos, também é possível identificar a permanência dos valores simbólicos de distinção social, de paladar fino, de qualidade superior ao estrangeiro, e de honra da indústria nacional. Essas propagandas também evidenciam o caráter crítico e caricato da revista *O Malho*, e como o seu público leitor provavelmente detinha os conhecimentos prévios necessários para compreender tais críticas e assuntos políticos.

O último exemplo do biscoito, dentro do meio político, é o caso da Figura 92, onde novamente são abordados assuntos políticos internacionais.

Figura 92: Propaganda dos biscoitos Leal, Santos & C. “Os que abiscoitam, 1905.



Fonte: Revista *O Malho*, 1905, n. 127 e 128.

Esta propaganda, não apresenta quase texto, mas suas imagens contêm muita informação sobre o contexto político internacional, e é preciso estar atento para percebê-los. No primeiro plano, em maior destaque, está a alegoria da fábrica Leal, Santos & C.: uma mulher com vestido e saias volumosas, que carrega em seu busto três medalhas; na mão

direita um biscoito em formato de rosca, e a mão esquerda levanta a saia que contém o nome “Fábrica Leal, Santos & C.”. A alegoria da fábrica tem o olhar direcionado para o canto esquerdo, onde se encontram outros seis personagens, todos representando países: China, Grã-Bretanha, Alemanha, Japão, Rússia e Estados Unidos. Acima desses o dizer “Os que abiscoitam”, expressão que significa os que ganham, lucram, etc. nesse caso, há um duplo sentido do uso da expressão, por tratar-se, justamente, de uma fábrica de biscoitos.

Cada país, representado em alegorias masculinas, está envolvido com um biscoito, sendo que estes estão devidamente nomeados. A China tem o biscoito “invasão”, John Bull da Grã-Bretanha tem na boca o biscoito “Transvaal”¹¹⁰, Alemanha tem o biscoito “Guerra da África”¹¹¹, Japão possui o “Port Arthur”¹¹², Rússia “derrota”¹¹³ e Estados Unidos da América “Cuba”¹¹⁴. Nesses casos, a propaganda se refere aos embates políticos e econômicos entre os referidos países, que associados à frase “os que abiscoitam” relaciona as vitórias, ou derrotas, aos biscoitos. Uma interpretação possível, com relação à alegoria da fábrica Leal Santos, é da que ela está também representando o Brasil e estaria “abiscoitando os prêmios”. Ou, ainda, que está exportando seus biscoitos para os países presentes, e a fábrica estaria distribuindo seus produtos para o restante do mundo, servindo também como uma vitória.

Nessa ou nas demais propagandas que envolvem os assuntos políticos, os biscoitos Leal Santos são representados como um orgulho nacional e, ainda, como solução de problemas políticos por facilmente satisfazerem os paladares – desde os mais exigentes, pensando no personagem do General Roca, quanto a população brasileira descontente com as enchentes. O que percebo em todas elas, é que estavam direcionadas para o público leitor da revista *O Malho*, um público que também comprava a revista pelo seu teor político e caricato. Assim, as propagandas utilizavam, estrategicamente, assuntos que estavam em alta para cativar os seus consumidores, e ao, mesmo tempo, reforçar alguma questão presente no restante da revista.

¹¹⁰ Menção a Guerra dos Bôeres, conflito entre a Grã-Bretanha e os bôeres (colonos de origem holandesa e francesa) na cidade do Cabo, África do Sul. O primeiro conflito ocorreu no século XIX, entre 1880-1881 e o segundo entre 1899 e 1902.

¹¹¹ Provavelmente se refere a Revolta dos Hererós, contra os alemães, no sudoeste africano, colonizado pela Alemanha, resultando num grande genocídio do povo africano no início do século XX, em 1904.

¹¹² Batalha de Port Arthur entre Rússia e Japão em 1904, que deu origem a Guerra Russo-Japonesa.

¹¹³ Derrota russa na Guerra Russo-Japonesa. Essa derrota foi marcante na história dos dois países, e importante para colocar o Japão como uma potência imperialista.

¹¹⁴ Nesse caso, provavelmente a propaganda se refere a Emenda Platt, que autorizava a intervenção dos Estados Unidos em Cuba, assinada em 1901.

O reforço de valores característicos do período aqui estudado, como a ideia de civilização e de bons costumes, é representado nessas propagandas, ainda que indiretamente. A associação com os políticos também tinha por interesse agregar valor simbólico e de prestígio ao produto, que era vendido como sendo o preferido pelos políticos. As ideias nacionalistas e de orgulho nacional não ficaram restritas a essas propagandas aqui apresentadas. Algumas delas, como será visto a partir de agora, tinham um discurso explícito nesse caso, evidenciando as premiações recebidas e colocando a Leal Santos como um exemplo industrial do período.

Premiado e honra da indústria nacional

Conforme já abordado no capítulo anterior, a participação em exposições era reflexo do momento de modernização onde o progresso era medido através da qualidade industrial, do avanço tecnológico e de uma sociedade mais civilizada (tanto em termos arquitetônicos, quanto artísticos, tecnológicos e de hábitos e costumes).

Ao ser premiada com diversas medalhas de ouro e prata nas exposições, a Leal, Santos & C. não deixou de explorar tais distintivos em suas propagandas, utilizando as medalhas para fortalecer e comprovar sua qualidade superior, tanto dos produtos nacionais como dos estrangeiros. Além disso, no terceiro capítulo, analisei como a imprensa nacional contribuiu na construção e no fortalecimento da imagem da fábrica Leal Santos como sendo uma “honra para a indústria nacional”, como “exemplo de progresso” e de “excelente qualidade”. Nessas propagandas, pertencentes a diferentes categorias temáticas analisei de que forma a Leal, Santos & C. também se apropriou desse discurso para construir sua imagem empresarial e para divulgar os seus biscoitos.

Na Figura 93 o anúncio ilustra a representação da entrega das medalhas de ouro da exposição de S. Luiz nos Estados Unidos da América, na figura do Tio Sam¹¹⁵, para a Leal Santos & C. A alegoria da fábrica com os braços estendidos recebe duas medalhas, estando em destaque também a lata de “biscuitos” no canto superior direito. Essa propaganda, veiculada cerca de cinco vezes entre 1904 e 1905 pode ser vista como uma demarcação de território e de qualidade, e um símbolo de distinção e mérito adquirido pela própria fábrica e amplamente utilizado em sua divulgação.

¹¹⁵ Alegoria, ou personificação dos Estados Unidos da América.

Figura 93: Propaganda dos biscoitos Leal Santos & C., 1904.



Propaganda dos biscoitos Leal Santos & C. “Biscoitos do Rio Grande Leal, Santos & C. À venda em todas as casas de primeira ordem, iguais aos estrangeiros. Tio Sam distribuindo as medalhas de ouro que na Exposição de S. Luiz conquistaram brilhantemente os Biscoitos do Rio Grande, de Leal, Santos & C.”.

Fonte: Revista *O Malho*, 1904, n. 117.

Mas a mensagem mais utilizada, no sentido de reforçar o território e a disputa nacional, foi a da fábrica como exemplo e honra para a indústria brasileira. A industrialização do país perpassou pela necessidade de fortalecer o seu mercado, na concorrência e na substituição dos produtos estrangeiros, as indústrias nacionais precisavam convencer o público consumidor que eram de qualidade igual ou superior, bem como reforçar o sentimento de nacionalismo atrelado à escolha de um produto nacional.

Na Figura 94 a propaganda intitulada “Provar para crer” apresenta um policial civil interrogando um pintor sobre o letreiro:

Figura 94: Propaganda “Provar para crer”, 1906.



. “Civil – O senhor não sabe que é proibido pintar letreiros? O pintor – E o senhor também não sabe que eu estou pintando por ordem do sr. Affonso Penna, que quer que todo mundo conheça os primores da indústria nacional? À venda em todas as casas de 1ª ordem. Tão bons como os estrangeiros e 50 por cento mais baratos”.

Fonte: Revista *O Malho*, 1906, n. 103.

A resposta do pintor sobre o desejo de Afonso Pena em conhecer os “primores da indústria nacional” caracteriza a fábrica e seus produtos como exemplos do progresso brasileiro. A relação de Afonso Pena com a indústria brasileira, e com a própria Leal Santos, perpassa por um discurso nacionalista. Esta propaganda não pode ser descontextualizada da visita do político à cidade do Rio Grande, no mesmo período. Se no anúncio fica explícito o incentivo à indústria nacional por parte de Penna, provavelmente seja em decorrência ao seu posicionamento divulgado na imprensa rio-grandina antes de chegar à cidade. Em junho de 1906 o jornal *Echo do Sul* a seguinte matéria:

A indústria nacional e o dr. Affonso Penna

Segundo um colega fluminense, olhos indiscretos vira, numa carta de elevado e ilustre itinerante (o conselheiro de Affonso Penna), a seguinte recomendação à pessoa encarregada dos preparativos e da direção de uma viagem que acaba de ser iniciada. “Desde que o Lloyd me sirva, de preferência, desde que sejam de boa qualidade, produtos nacionais. Quero acabar de vez com o preconceito de que a nossa indústria não produz ainda nada bom e que os produtos lhe são superiores, unicamente porque trazem nomes estrangeiros e são vendidos mais caro”. E acrescenta aquela folha: “É possível que a redação não seja esta, em todas as suas palavras, pela dificuldade de guardar de memória o torneio de um período; mas o sentido e o sentimento, podemos assegurar, são rigorosamente esses. Como nacionalismo, e nesta fase de renascimento industrial, esta frase – escrita em

documento íntimo – vale um parágrafo de programa de governo (*Echo do Sul*, 01/06/1906, p. 2).

O teor da mensagem na carta do vice-presidente da república, e já candidato vencedor das eleições de 1906, aponta para os mesmos aspectos levantados pela propaganda. Destaco o trecho “Quero acabar de vez com o preconceito de que a nossa indústria não produz ainda nada bom e que os produtos lhe são superiores”. A concorrência com os produtos estrangeiros, e principalmente a questão da marca e do nome como justificativa para o alto valor, é um argumento que favorece a indústria nacional e, sobretudo, o argumento da Leal Santos em todas as suas propagandas: melhores que os estrangeiros e mais baratos 50%. Nesse aspecto, também retomo a ideia de características de um bem de luxo, tal como abordei no início do capítulo, a importância da marca para a consagração da aura do luxo. Portanto, parece que havia, por parte do político, e de parte da indústria brasileira, a tentativa de auferir aos produtos brasileiros esta aura. Era de interesse dos industriais que os produtos brasileiros não fossem vistos como inferiores, simplesmente por não carregarem a marca estrangeira, a marca de luxo.

Com a chegada de Afonso Penna na cidade do Rio Grande em agosto de 1906, o candidato foi visitar as instalações da fábrica. Recepcionado por uma comitiva e com uma faixa em um dos salões que continha o trecho anteriormente destacado:

Da Alfândega dirigiu-se s.ex. às fábricas Leal, Santos & C., onde fez também rápida visita, elogiando as instalações, asseio e ordem em tudo quanto viu. S. exa. Sabemos, provando alguns biscoitos, achou-os saborosíssimos e de delicada confecção. A mesma opinião expendeu a sua luzida comitiva. Nos edifícios das fábricas Leal Santos, apresentavam garrido aspecto. Num dos salões, especialmente, estavam ornados bonitos troféus e elegantes disposições de verdes, bandeiras, galhardetes, etc. Ao centro do troféu principal estava colocado impresso em rico cartão as seguintes palavras do Dr. Affonso Penna: **“Quero acabar de vez com o preconceito de que não produzimos ainda nada de bom e que as coisas valem somente pelo nome estrangeiro que trazem por custarem mais caro”** (*Echo do Sul*, 18/08/1906, p. 2 – grifo meu).

Novamente, percebe-se o cruzamento dos interesses e a luta da Leal Santos em conquistar o mercado e a imagem de um produto de alta qualidade, de um bem de luxo. Nesse caso, tanto pela veiculação de Penna na propaganda (Figura 94), como pela visita dele na fábrica, podem ser entendidos como a proximidade de interesses e de discursos que valorizavam a indústria nacional no momento e, conseqüentemente, a Leal Santos. A imprensa local também foi convidada para acompanhar a visita de Penna na fábrica, e, posteriormente o *Echo do Sul* divulgou a seguinte matéria a respeito:

O edifício do conceituado estabelecimento fabril que tanto honra a indústria nacional e o progresso do Rio Grande, apresentava garrido aspecto, prendendo a atenção dos visitantes não só pela caprichosa ornamentação que ostentava [...] É realmente digna de nota essa circunstância, aliás, digna de um estabelecimento dessa ordem, cujo conceito já está solidamente firmado no Brasil e no estrangeiro (*Echo do Sul*, 20/08/1906, p. 2).

Portanto, o uso do nome de Afonso Penna no anúncio não é ingênuo, tal como aponta Barthes (1994), e é condizente com a postura do político durante a sua atuação política. Enquanto presidente, Priore (2017) aponta que no seu mandato realizou a modernização de portos, “criou parques industriais e incentivou o Marechal Rondon a conquistar o oeste do país” (PRIORE, 1906, p. 38). Foi também durante o seu governo que o Brasil realizou a Exposição Nacional de 1908, evento já analisado anteriormente e importante para a divulgação industrial e tecnológica do período. Muito embora essa política progressista tenha sido também eugenista e elitizada, colocando grande parte da população pobre, sobretudo do Rio de Janeiro, em situação ainda mais precária, havia a preocupação em valorizar os produtos brasileiros.

Ao fim e ao cabo tanto a propaganda da fábrica quanto a imprensa local, culminam em fortalecer a imagem empresarial da Leal Santos como exemplo da indústria nacional, e demarcando, assim um caráter nacionalista no seu discurso. O mesmo teor e objetivo pode ser encontrado em outras duas propagandas (Figura 95 e 96)

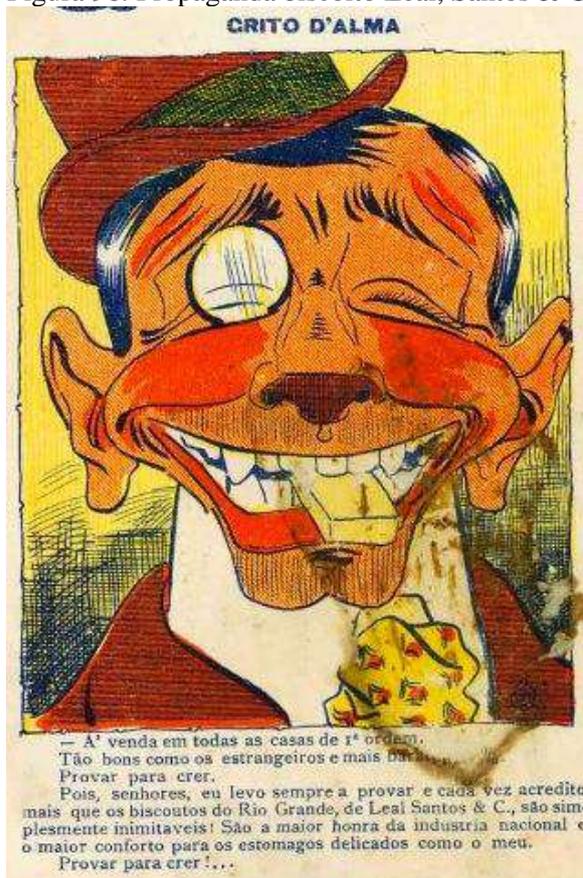
Figura 95: Propaganda biscoito Leal, Santos & C., "Valorizando", 1906.



“- Meu caro senhor, os melhores biscoitos são os do Rio Grande, de Leal Santos & C. Ora, prove um.
 - Com muito prazer excellentíssima! Vejo que V. Exa, sabe valorizar os nossos productos.. - Sem precisar de outro convênio, além do seu apetite, Sr. Conselheiro”. À venda em todas as casas de 1ª ordem. Tão bons como os estrangeiros e 50 por cento mais baratos.

Fonte: Revista *O Malho*, 1906, n. 191.

Figura 96: Propaganda biscoito Leal, Santos & C., “Grito d’alma”, 1907.



“À venda em todas as casas de 1ª ordem Tão bons como os estrangeiros e mais baratos... Provar para crer. Pois, senhores, eu levo sempre a provar e cada vez acredito mais que os biscoitos do Rio Grande, de Leal Santos & C., são simplesmente inimitáveis! São a maior honra da indústria nacional e o maior conforto para os estômagos delicados como o meu. Provar para crer”!

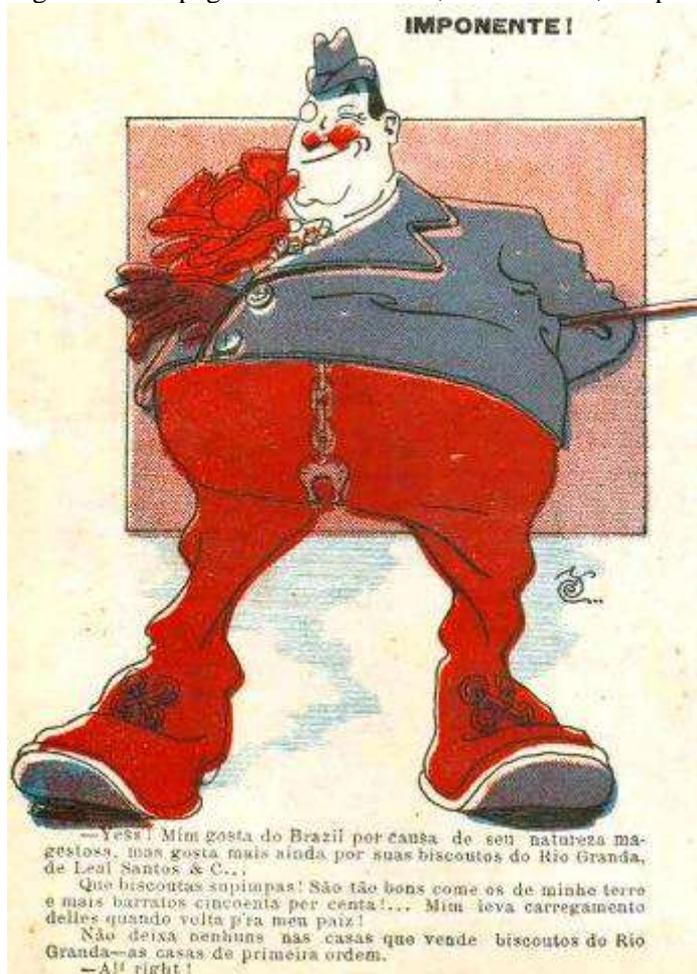
Fonte: Revista *O Malho*, 1907, n. 228.

O título da propaganda (Figura 95) “Valorizando” apresenta a frase “*Vejo que V. Exa sabe valorizar os nossos produtos*”, esse “nossos” refere-se ao país, aos produtos brasileiros. Já no outro anúncio (Figura 96) o “Grito d’alma” é sobre a superioridade dos biscoitos Leal Santos enquanto produtos nacionais, são inimitáveis “a maior honra da indústria nacional”. Sendo esse grito muito semelhante ao parecer de Afonso Pena na sua carta, e presente na faixa de recepção na Leal Santos em 1906, exposta anteriormente.

Esse conjunto de propagandas que exemplificam o esforço da fábrica em demarcar e valorizar o [seu] produto nacional pode ser interpretado na tentativa de convencimento do público leitor da revista, seu público-alvo consumidor, para optar pela compra dos biscoitos Leal Santos no lugar dos estrangeiros. Ou seja, o objetivo dessa valorização também não é ingênuo do ponto de vista da fábrica, pois o interesse é que os consumidores brasileiros de fato substituam a compra de biscoitos ingleses pelos seus. Para isso ela utiliza dos fatores de distinção social e de valores nacionalistas para atingir o seu objetivo, pois além de serem

símbolo de modernidade, distinção social, consumido pelos políticos, eles também valorizam o que é “nosso”. Esse discurso concretiza-se na propaganda “Imponente” (Figura 97)

Figura 97: Propaganda biscoito Leal, Santos & C., "Imponente", 1907.



“- Yes! Mim gosta do Brasil por causa de seu natureza majestosa mas gosta mais ainda por suas biscoitos do Rio Grande, de Leal Santos & C. Que biscoitos supimpas! São tão bons como os da minha terra e mais baratos cinquenta por centa! Mim teve carregamento deles quando volta pra meu país! Não deixa nenhuns nas casas que vende biscoitos do Rio Grande – as casas de primeira ordem. All right.”

Fonte: Revista *O Malho*, 1907, n. 251.

Ao colocarem um inglês falando sobre a qualidade dos biscoitos Leal Santos “tão bons como os da minha terra” reforça a ideia de que os biscoitos são reconhecidos enquanto iguais aos estrangeiros inclusive pelos ingleses. Mas também acaba reforçando a própria consagração e aura do biscoito inglês como a grande referência de luxo e inspiração, pois ele é o “imponente”, que dá título à propaganda. Aqui, ainda que haja o desejo de aproximação e do reconhecimento, por parte do personagem inglês no anúncio, do biscoito Leal Santos como de alta qualidade, ele está – ainda – menor do que o inglês. Percebe-se, portanto, que a fábrica utilizou as propagandas na revista para agregar valores simbólicos aos seus produtos,

buscando convencer o público da qualidade dos biscoitos e de que ao consumi-los, estariam consumindo todos esses valores, além de auxiliarem no progresso nacional.

Entretanto, antes de encerrar as análises sobre os aspectos nacionalistas da indústria nas propagandas, é preciso salientar outro fator: a questão regional. “Biscoitos do Rio Grande” aparece em 91,1% das propagandas, frente a 88,6% de “Leal Santos & C”. A superioridade de vezes que a fábrica e os seus produtos são apresentadas como “do Rio Grande” frente ao próprio nome da empresa, além do destaque em primeiro plano, aponta para uma questão que vai além do nacionalismo, mas de regionalismo.

Esse aspecto pode ser interpretado de algumas formas. A primeira que sustento, é que a Leal Santos era a única¹¹⁶ fábrica de biscoitos do Rio Grande do Sul no período, mas como já mencionado anteriormente, o país possuía outras espalhadas por região: sudeste (Rio de Janeiro e São Paulo), norte (Pará), nordeste (Pernambuco) e sul (Paraná e Rio Grande do Sul). Nesse caso, a ênfase para “biscoitos do Rio Grande”, tanto nas propagandas como nas latas, pode ser uma estratégia de demarcação de região e certa exclusividade.

Segundo Araújo (2002), o Rio Grande do Sul teve uma característica forte na indústria alimentícia brasileira, sobretudo nas regiões de Porto Alegre e Rio Grande e Pelotas. Assim, a segunda hipótese está pautada no interesse em fomentar a indústria do Rio Grande do Sul, de maneira geral. Divulgar as potencialidades que o estado oferecia naquele momento, e colocá-lo como protagonista do cenário industrial do período, em evidência e em concorrência, principalmente, com o estado de São Paulo. Nesse caso, tendo em vista as reflexões aqui apresentadas acerca das propagandas da Leal, Santos & C. e as mensagens publicitárias nelas encontradas, faz-se necessário retomar algumas questões a fim de concluir algumas análises.

Avançando nas análises

Relembrando as ideias de Roland Barthes sobre o teor das mensagens publicitárias, percebe-se que a fábrica utilizava elementos simbólicos para construir a imagem de consumidor ideal para o seu produto, bem como buscava convencer os leitores da revista *O Malho* da superioridade no setor, tanto em comparação aos nacionais quanto aos estrangeiros. O uso de figuras e contextos políticos nas propagandas demonstra uma complexidade

¹¹⁶ Durante a pesquisa para a tese não encontrei nenhuma outra fábrica de biscoitos, a nível industrial, no Rio Grande do Sul durante o período estudado (1889-1918).

publicitária, onde além de apresentar que os mais altos políticos “consumiam” os biscoitos da marca, faz críticas aos acontecimentos políticos do momento.

Na análise do conjunto, percebo que a Leal, Santos & C. investiu fortemente na publicidade dos biscoitos, principalmente ao considerar que até 1909 a Leal fábrica não havia aberto ainda sua filial na capital carioca, e os produtos eram vendidos apenas em casas comerciais ou por representantes da firma na região e em outros estados brasileiros. O cenário da imprensa ilustrada do período marcava as novas relações de consumo, e “aos poucos, as empresas começavam a se preocupar com a fixação de suas marcas no imaginário do consumidor” (AUCAR, ROCHA, PEREIRA, 2015, p.32), investindo fortemente nos anúncios.

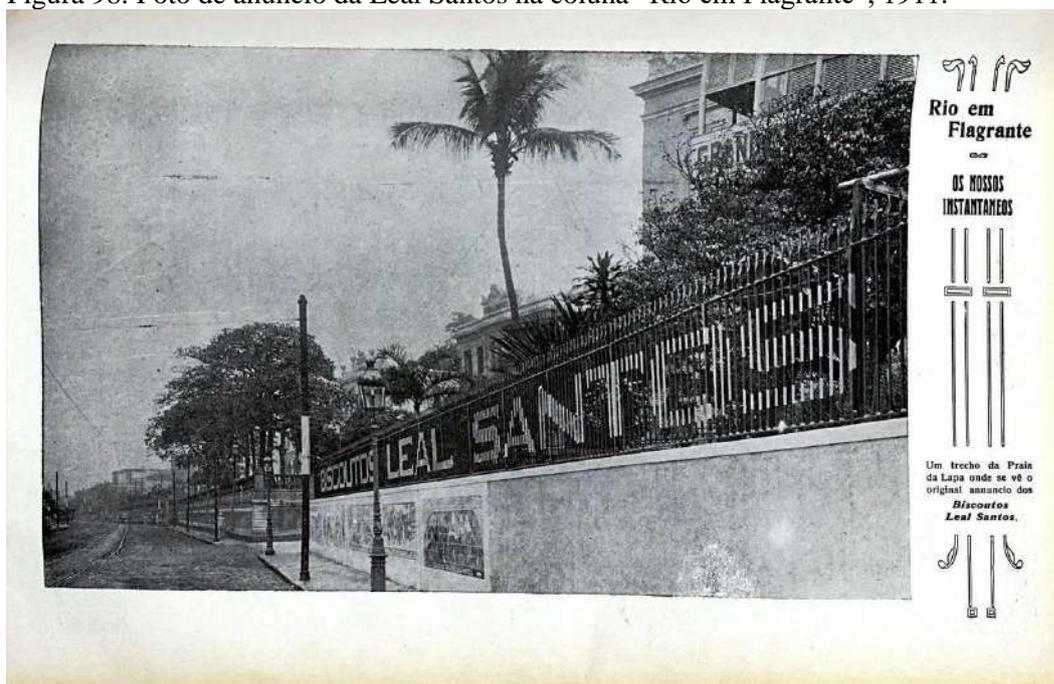
Muito embora algumas propagandas da Leal Santos não tenham assinaturas dos desenhistas, outras são autorias de importantes caricaturistas daquele momento, como é o caso de K. Lixto, J. Carlos (AUCAR, ROCHA, PEREIRA, 2015), atestando o investimento nos desenhos e na qualidade dos textos. Sobre esse aspecto, há de se pensar que a autoria dos anúncios podia influenciar no seu teor crítico. Nesse caso, ficam algumas lacunas sobre as ideias para tais propagandas, e sobre a relação de encomenda entre a fábrica e o desenhista. Por outro lado, parto do pressuposto de que a fábrica aprovava e autorizava e veiculação da propaganda, ou seja, ainda que os artistas tivessem certa autonomia para estabelecer críticas políticas, essas propagandas eram autorizadas pela Leal Santos antes de estamparem as páginas da revista.

A escolha da revista *O Malho* também não era por acaso, conforme abordado anteriormente, o periódico era uma das mais importantes nessa categoria, e marcava o momento de influência europeia e *art-nouveau* na *Belle Époque* brasileira. Ela apresentava em suas páginas aquilo que era almejado por grande parte da sociedade brasileira, e que inspirava os hábitos culturais, sociais e de consumo. Era uma referência dos valores desse período, e a veiculação das propagandas do biscoito nesse periódico, indicam o olhar voltado para o mercado, para a consolidação de um público-alvo.

Entretanto, as propagandas dos biscoitos Leal Santos não eram exclusividades desta revista, pois também localizei outros exemplares (de características diferentes das aqui

analisadas) em outras revistas do período como a *Fon-Fon*¹¹⁷ e a *Careta*¹¹⁸, além das encontradas nos jornais. As diferenças dessas propagandas apontam para a adaptação do anúncio, e da fábrica, para cada perfil de periódico, de público leitor. Na revista *Fon-Fon*, localizei três propagandas dos biscoitos Leal Santos, sendo que, no mesmo periódico, a coluna “*Rio em Flagrante*”¹¹⁹ apresentou duas fotografias de anúncios urbanos dos biscoitos Leal Santos (Figura 98).

Figura 98: Foto de anúncio da Leal Santos na coluna “*Rio em Flagrante*”, 1911.



Fonte: Revista *Fon-Fon*, 30/09/1911, p.

Na *Fon-Fon* e na *Careta* localizei o uso de figuras políticas para anunciar os biscoitos, nos dois casos o presidente Hermes da Fonseca que em 1910 havia visitado a Leal Santos e escrito um depoimento a respeito da visita no livro de ouro da empresa, conforme apresentado anteriormente. O parecer do presidente foi transformado em uma propaganda (Figura 99), demonstrando que até o mais alto escalão da política brasileira aprovava e recomendava os biscoitos Leal Santos e atestava seu progresso industrial:

¹¹⁷ Revista ilustrada semanal, brasileira, fundada no Rio de Janeiro em 1907 com circulação até 1958. Assim como *O Malho*, era uma revista que veiculava os valores da modernidade, inclusive pela referência às buzinas dos carros em seu título.

¹¹⁸ Revista ilustrada de caráter humorístico brasileira fundada em 1908, com circulação até 1960. Contemporânea a outras revistas importantes no período, mencionadas neste trabalho, também tinha valores da modernidade do século XX.

¹¹⁹ Coluna que apresentava fotografias do cotidiano do Rio de Janeiro, tanto de pessoas quanto do aspecto urbano da cidade.

Figura 100: Propaganda biscoitos quebrados Leal Santos & C. - Biscoitos quebrados na cooperativa Leal Santos.



Fonte: *Jornal Echo do Sul*, 29/10/1917, p. 4

Esta foi a única propaganda encontrada dos biscoitos Leal Santos na folha rio-grandina entre 1889 a 1918, que foi divulgada entre 1917 e 1918. O anúncio apresenta poucos elementos, e bem menos texto do que as analisadas anteriormente. Nesta propaganda (Figura 100) dois jovens, uma menina e um menino, observam um relógio onde no lugar de números, os ponteiros apontam para Leal, Santos & C. e apenas frase: Biscoitos quebrados na cooperativa Leal Santos. Em termos conotativos, é possível que o relógio faça uma referência à espera dos jovens para o horário de liberação dos biscoitos quebrados frescos, que, conforme será visto no próximo capítulo, eram vendidos em dias e horários específicos.

No *Echo do Sul* não encontrei nenhuma outra propaganda dos biscoitos que apresentasse os mesmos elementos e discursos das capitais (distinção social, luxo, política etc.), assim como não localizei em outra cidade os anúncios de biscoitos quebrados da Leal Santos. Tal ausência aponta para algumas análises: a primeira é a de que no Rio de Janeiro estava localizada a maior parte da elite nacional, sendo a capital do país, o Rio de Janeiro era símbolo da modernidade, do progresso. Mas essa característica não é exclusiva do século XX, pois desde a chegada da família real o Rio de Janeiro:

[...] tornou-se uma cidade “cosmopolita”, na qual as pessoas mais abastadas tentavam se comportar de uma maneira que elas supunham ser européia. No

Rio, começou a se desenvolver, mais fortemente, a difusão cultural do gênero de vida burguês, eminentemente urbano, entre as classes altas. Outras cidades eram menores e a vida nelas era bastante simples quando comparada com a capital (OLIVEN, 2017, p. 3).

O Rio, portanto, abrigava em maior número os potenciais consumidores dos biscoitos, além disso, segundo Schwarcz e Starling (2018) “o Rio de Janeiro seria o coração da República” (SCHWARCZ; STARLING, 2018, p. 326). Seguindo tal raciocínio, percebe-se que a veiculação de propagandas que focassem em um público-alvo elitizado, como a burguesia industrial e a nascente classe média, fazia mais sentido em locais onde havia uma maior concentração desses grupos.

Além disso, se o Rio de Janeiro é o coração da república e a vitrine do Brasil (SCHWARCZ; STARLING, 2018) o que era tendência e consumido na capital, tinha uma forte influência nas demais regiões e cidades do país. Portanto, tais fatores traduzem a escolha em investir em propagandas com elementos que evidenciassem os ares de progresso, modernização e europeização no Rio de Janeiro. Por outro lado, cabe salientar que Rio Grande, por ser uma cidade portuária e de forte presença estrangeira, também vivia, naquele momento, uma modernização da sua urbanidade e uma inspiração nos hábitos e costumes europeus, mas sem a mesma dimensão do Rio de Janeiro. Além disso, considerando o tamanho da cidade do Rio Grande nas primeiras décadas do século XX, que segundo Bittencourt (2001) tinha em 1905 “1.092 estabelecimentos que empregavam muitos funcionários” e em 1918 tinha 53.607 (BITTENCOURT, 2001, p. 44), concluo também que em Rio Grande havia uma maior facilidade de conhecer a Leal Santos, por ser uma empresa local com centenas de operários.

Sobre os biscoitos quebrados, também é possível refletir que a ausência de anúncios em outras cidades acontecia pelo simples fato de não haver essa disponibilidade, e ser um serviço exclusivo da cidade da matriz. Conforme irei explorar posteriormente, a lembrança dos biscoitos quebrados marcam grande parte das narrativas sobre o produto na cidade do Rio Grande. Esses biscoitos quebrados eram vendidos mais baratos do que os da lata e, portanto, acessíveis a maior parte da população. Além disso, analisando o ano em que estes anúncios do *Echo do Sul* foram veiculados, percebe-se que correspondem ao período da Primeira Guerra Mundial e, ainda, no ano dos grandes movimentos grevistas. Em detrimento a isso, é possível que o investimento no anúncio dos biscoitos quebrados sejam uma forma tanto de atender algumas demandas do movimento grevista como, ainda, de lidar com uma possível crise de abastecimento em decorrência da guerra.

No caso de Porto Alegre, os anúncios encontrados no jornal também não divulgam os biscoitos quebrados e, bem diferente do que a propaganda do mesmo ano no *Echo do Sul* (Figura 100), veiculava uma publicidade dos biscoitos Leal Santos na folha *A Federação* (Figura 101) relacionando o produto com as mesas de luxo:

Figura 101: Anúncios biscoitos folhados Leal Santos, 1917.

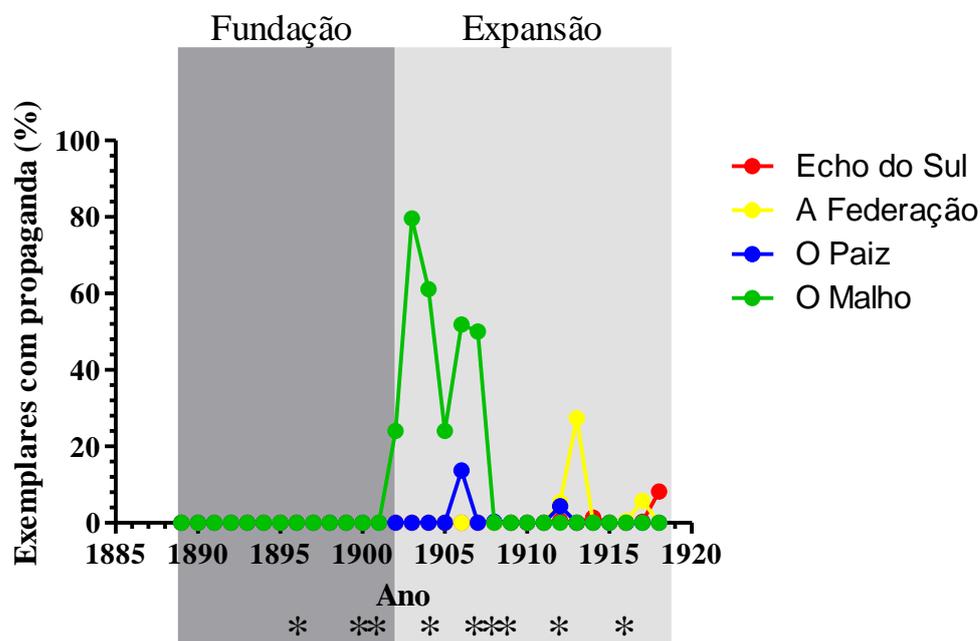


Fonte: *A Federação*, 14/01/1917 e 15/02/1917, p. 4.

Os termos “Mesas de luxo”, “chá” e “recepções chics” dão o tom dos anúncios que circularam em Porto Alegre durante a Primeira Guerra Mundial. Nesses exemplares, percebe-se o fortalecimento dos elementos de distinção social e a tentativa da fábrica em tornar o biscoito um bem de consumo de valor simbólico, consumido por aquelas pessoas que buscavam diferenciar-se socialmente e economicamente. Nesse aspecto, é interessante observar que tanto estes anúncios no jornal *A Federação*, quanto os mostrados anteriormente dos biscoitos quebrados do *Echo do Sul*, são do mesmo ano, ou seja, não se trata de uma diferença temporal de oferta, mas possivelmente de região. Com relação às semelhanças entre o teor da mensagem de distinção social entre as propagandas do jornal de Porto Alegre e a revista *O Malho*, ainda que as duas corroborem esse discurso, há uma diferença no que tange a apresentação desta propaganda. Os anúncios do jornal *A Federação* estão na parte de classificados, não contém imagens e os textos são mais sucintos e diretos do que na revista *O Malho*.

Nesse caso, pensando no investimento que a Leal Santos fez em propaganda em todo o período estudado, percebe-se que há uma adaptação ao público e ao perfil do veículo. Entretanto, apesar da revista *O Malho* ser o principal veículo de propaganda escolhido pela fábrica entre 1889-1918, havia outros tipos de propaganda também nos jornais aqui estudados. Assim, para apresentar melhor tal distribuição, apresento o seguinte gráfico (Figura 102):

Figura 102: Gráfico exemplares com propaganda da Leal Santos na imprensa (%)



Fonte: Elaborado pela autora.

Percebe-se, portanto, que considerando que *O Malho* inicia suas atividades em 1902, a Leal Santos já começa investindo fortemente na revista. Já o investimento em propaganda na imprensa analisada, é muito menor, e ocorre também em outros períodos. Se no caso da revista *O Malho* as propagandas estão concentradas entre 1902-1907, no jornal *A Federação* há um maior investimento em 1912-1913 e, posteriormente, em 1917. Por outro lado, cabe ressaltar que dessas propagandas do jornal de Porto Alegre, o maior pico (1912-1913), não são sobre o biscoito Leal Santos e sim da Semolina Phosphatada e é o único produto que é alvo de propaganda afora os biscoitos em toda imprensa analisada.

No jornal *O Paiz*, todas as propagandas são dos biscoitos, assim como no *O Malho* e no *Echo do Sul*. Nesse caso, comparando e retomando os dados apresentados no capítulo 5, a respeito da imprensa, percebe-se que as propagandas e as notícias formavam juntas uma forte base para a divulgação dos produtos da fábrica, sobretudo os biscoitos. No que tange ao intervalo temporal, percebe-se que todas as propagandas da fábrica estão dentro do período estipulado como extensão, como o momento de crescimento da Leal Santos. Assim, tais resultados são emblemáticos na medida em que demonstram uma fábrica atenta ao mercado nacional.

Voltando às questões iniciais que nortearam esse capítulo (qual o papel desempenhado pela Leal, Santos & C. na indústria alimentícia do país no período? Que aspectos imateriais e simbólicos permeiam os biscoitos Leal Santos vendidos no cenário nacional? Como a Leal Santos pode contribuir para compreendermos a sociedade e o contexto histórico que está inserida?) reforço que através da análise das propagandas foi possível perceber que a Leal Santos não pode ser considerada uma fábrica de alcance exclusivamente regional ou descontextualizada dos acontecimentos nacionais e internacionais.

Suas ações, tanto no que tange à produção dos biscoitos (sortimento, qualidade, embalagem), como as propagandas e mensagens simbólicas a eles atribuídas, condizem com um cenário nacional e internacional do setor. As escolhas não são isoladas, e a fábrica não era a única a se apropriar dos elementos de distinção social para construir os valores simbólicos de seus produtos e o público-alvo. Tais evidências são notadas a partir da comparação entre as propagandas de biscoitos internacionais e nacionais do mesmo período. Nesse sentido, apresento algumas propagandas encontradas no *O Malho* de duas concorrentes da Leal Santos no ramo de biscoitos: Duchen e Pilar.

Interessante observar que tais anúncios só foram encontrados na revista no momento em que a Leal Santos deixa de publicar suas propagandas no periódico. Ou seja, enquanto os Biscoitos do Rio Grande são anunciados, apenas o anúncio da fábrica Internacional – comprada pela Leal Santos – foi localizada, e nada da Duchen ou Pilar. Por outro lado, as duas empresas (Duchen e Pilar) anunciam no mesmo período na revista. Uma breve análise das propagandas concorrentes atesta que esses valores simbólicos utilizados pela Leal Santos não eram exclusivos a ela, e as mensagens conotativas sobre distinção social são também encontradas:

Figura 103: Propaganda biscoitos Pilar, 1908.



“No five ó clock em que ora toma parte, este mancebo quis se levantar só para erguer a altura de um princípio os biscoitos Pilar!” Biscoitos Pilar premiados nas Exposições de S. Luiz, Artística e Internacional de Pernambuco. À venda em todos os armazéns e confeitarias de 1ª ordem. Tão bom como os ingleses e muito mais baratos. Depósitos: Álvaro de Barros, sucessores de Álvaro dos Santos & C.

Fonte: *O Malho*, 1908, n.309, p. 2.

Figura 104: Propaganda biscoitos Duchen, 1908.



“Biscoitos paulistas Duchen – Preferidos pela sua excelente qualidade. Os biscoitos Duchen são hoje a grande marca nacional dos biscoitos finos”.

Fonte: *O Malho*, 1908, n. 325, p. 18.

Nesse caso, percebe-se que tanto a associação do biscoito com o ritual do chá está presente na propaganda da Pilar (Figura 103), quanto a demarcação regional, de distinção social e o uso de temas políticos do momento estão presentes na propaganda da Duchen

(Figura 104). Essas semelhanças apontam, novamente, para uma harmonia do setor, onde as empresas compartilhavam discursos, públicos e imaginários, apesar da concorrência. Além disso, quando as fábricas do ramo vendem os mesmos valores simbólicos e constroem o mesmo discurso, é mais fácil que a sociedade esteja ciente de tais valores e associações.

Ou seja, cria-se uma necessidade de mercado, vendendo a ideia de que os biscoitos eram produtos indispensáveis na mesa de uma família moderna e “chique”, de bom gosto; e que a escolha dos nacionais ainda era mais econômica para o bolso. Tais interpretações corroboram com o que os autores Aucar, Rocha e Pereira (2015) dissertam sobre a formação da sociedade do consumo brasileira no período e suas necessidades simbólicas:

Quanto mais a sociedade se modificava, mais a vida urbana se tornava dependente de artefatos materiais e serviços - produtos que em outros tempos eram inimagináveis. Começamos a esboçar o nascimento do que mais tarde viria a ser chamado de “Sociedade do Consumo”. Os processos de industrialização e a ascensão de veículos de comunicação invadem os estilos de vida desta coletividade urbana em expansão, que ancora no fenômeno do consumo o destino de boa parte de suas interações materiais e subjetivas. Aproveitando-se do imenso espaço ocupado pelo consumo na vida moderna, a narrativa publicitária cria mensagens que traduzem a cultura e criam necessidades simbólicas (AUCAR, ROCHA, PEREIRA, 2015, p. 40).

Nesse caso, entendendo o biscoito enquanto bem material de consumo, percebe-se que a sua produção e venda estão permeadas por questões simbólicas imateriais que extrapolam a fronteira da fábrica, da cidade e do Rio Grande do Sul. As fábricas brasileiras de biscoito atuavam fortemente na construção dessa sociedade de consumo, pois era de seu interesse que a população associasse os valores simbólicos e distintivos aos produtos, tornando-os necessários na vida cotidiana e incentivando o seu consumo. Assim, coletivamente criavam códigos, hábitos e valores simbólicos associados aos biscoitos, fortalecendo a análise de Aucar, Rocha e Pereira sobre o poder das propagandas, pois “as mensagens dos anúncios impressos nas revistas ilustradas vão estimular códigos de conduta através das simbologias atribuídas aos bens” (AUCAR, ROCHA, PEREIRA, 2015, p. 41).

A publicidade, ao transformar cultura material em bens envolvidos em simbologias particulares através das quais nos localizamos, referenciamos e transitamos socialmente, **investe o consumo de um lugar central na ordem dos sistemas definidores das identidades, diferenciações e classificações do mundo moderno**. Os consumidores vão usar estes códigos para sustentar vivências, ideias, expressões, realidades. Desta forma, é através dos bens de consumo que os sujeitos modernos vão conhecer a si, definir suas experiências e sustentar suas representações. E é justamente a narrativa publicitária que vai transformar cultura material em bens de consumo customizados, embutindo simbologias que permitem localizar, diferenciar e

classificar como mapas de sobrevivência na vida social contemporânea (AUCAR, ROCHA, PEREIRA, 2015, p. 29 – grifo meu).

Tais elementos não desvalorizam o papel da Leal Santos no cenário industrial nacional e internacional, mas esboçam uma fábrica condizente com o seu contexto, preocupada em atender as demandas industriais e de consumo e ativa na concorrência nacional. O fato das propagandas e do produto não serem exclusivos da fábrica, apenas elimina a romantização de uma empresa que estaria, caso fosse única, isolada do seu contexto e única no Brasil. Muito embora cabe lembrar que as primeiras propagandas dos biscoitos Leal Santos na revista *O Malho* datam de 1902 e, nesse ano, as empresas Duchen e Pilar ainda não eram indústrias de biscoitos, pois tinham um caráter artesanal ligado atividades de menor porte em padaria e confeitaria. As duas empresas começam a divulgar propagandas na revista nos seus primeiros anos de produção industrial, em 1908.

São também tais circunstâncias que apontam para as respostas referentes ao questionamento: “Como a Leal Santos pode contribuir para compreendermos a sociedade e o contexto histórico que está inserida?” Pois a Leal Santos enquanto objeto de estudo dessa tese permite, a partir de seu contexto de produção, venda e consumo, compreender contextos industriais e culturais macros tanto no Brasil como no exterior.

Nesse capítulo foi possível perceber como a análise das fontes, nomeadamente as propagandas, permeou sobre as relações políticas nacionais, vida cotidiana, eventos políticos e outros temas vigentes. Dessa forma, sendo a Leal Santos uma pequena amostra de um grande contexto industrial e cultural nacional, percebe-se que ela é fruto desses acontecimentos e pensamentos que circundam o país e o mundo daquele momento. Essa etapa da vida do biscoito Leal Santos, demonstra que a fábrica era a representante do Rio Grande do Sul em um cenário industrial do setor de biscoitos, mas que teve um papel importante na medida em que seria – ao que parece – a única grande representante gaúcha do setor e, ainda, anterior a alguma de suas principais concorrentes, como é o caso da Pilar e Duchen.

Além disso, analisar esse momento permitiu compreender como os valores de distinção social construídos ao longo do século XIX, pelo setor – iniciando pela Inglaterra – tiveram reflexos no Brasil. As propagandas dos biscoitos Leal Santos no *Malho*, e também em outros jornais, revelam características marcantes do período. No fortalecimento dessa imagem, a imprensa – tanto a nível de notícia quanto como suporte dos anúncios – foi essencial para a Leal, Santos & C.. Era através dela que grande parte da sociedade brasileira conhecia os produtos, seus feitos, suas características e qualidades. Nesse aspecto, é possível

dizer que a fábrica do Rio Grande investiu fortemente em publicidade, utilizando vários suportes disponíveis no momento (revista, pintura mural, anúncio no jornal, exposições, distribuição de biscoitos para a imprensa e em eventos, etc.).

Cabe, portanto, pensar se as imagens e mensagens vendidas nas propagandas dos biscoitos condiziam com o seu consumo. É preciso estar atento para não confundir o desejo da fábrica e sua mensagem publicitária com a realidade do consumo, pois muito embora a Leal Santos queira afirmar, através da publicidade, que existia um público e uma maneira correta de consumir os biscoitos, essa projeção pode não refletir a realidade do consumo.

Capítulo 7. Indícios do consumo

Falar sobre as relações e formas de consumo dos biscoitos Leal Santos é também analisar as possíveis distâncias entre o discurso publicitário e o que acontecia fora desse cenário. As indagações acerca do consumo dos biscoitos apontam, portanto, para o universo mais próximo da sociedade e do público leitor das propagandas. Se no capítulo anterior me debrucei na compreensão das estratégias publicitárias utilizadas pela fábrica para vender o seu biscoito, e de que forma ela construiu a ideia de um bem simbólico e de distinção social no seu discurso, nessa parte da tese me dedicarei em analisar o outro lado do jogo.

Cabe salientar que esse trecho traz apenas recortes, em decorrência de uma limitação de fontes e de informações sobre o consumo desses biscoitos, sobretudo na inviabilidade do contato direto com os consumidores dos biscoitos Leal Santos do período estudado (1889-1918). Nesse sentido, busquei na imprensa e em bibliografias de cunhos biográficos e memoriais, informações que apontassem, mesmo que de forma inicial, para as questões: quem comprava os biscoitos? Em que momento eles eram consumidos? Esses momentos condizem com os cenários vendidos nas propagandas? Até que ponto essas propagandas podem ser vistas como representações reais dos atos de consumo? Em que momento os biscoitos Leal Santos eram consumidos? Para responder tais questões me apropriei de estudos da Antropologia, Sociologia, e História que se dedicam em desvendar as diferentes relações de consumo da nossa sociedade, tanto a nível mundial quanto brasileiro.

Como aponta Leitão, Lima e Machado (2006), há muito tempo as Ciências Humanas e Sociais buscam compreender as formas de relação de consumo da sociedade, em diferentes tempos. Um dos trabalhos mais emblemáticos que aceitou o desafio de analisar essa temática é o *“Mundo dos bens: para uma antropologia do consumo”* de Mary Douglas e Baron Isherwood (2006). Na obra os autores definem consumo “como um uso de posses materiais que está além do comércio e é livre dentro da lei”, e ainda “o consumo é a própria arena em que a cultura é objeto de lutas que lhe conferem forma” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 102 -103).

Assim, trabalho e consumo fazem parte de um sistema social, e que “a adoção dos objetos deve ser pensada como um ritual que confere sentido ao fluxo dos eventos sociais” (LEITÃO; LIMA; MACHADO, 2006, p. 12). Nessa complexa relação entre os sujeitos e o ato do consumo, existe o bem (material ou imaterial) e todo um universo de camadas

simbólicas e invisíveis a ele atrelado, tal como abordado no capítulo anterior. Sobre os bens de consumo, Douglas e Isherwood (2006) entendem que “não são meras mensagens; eles constituem o próprio sistema. Tire-os da interação humana, e você desmantela tudo” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 120).

Os bens são tanto o *hardware* quanto o *software*, por assim dizer, de um sistema de informação cuja principal preocupação é monitorar seu próprio desempenho. [...] todos os bens são portadores de significados, mas nenhum o é por si mesmo. [...] o significado está nas relações entre todos os bens [...] (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 120).

Portanto, os bens têm um papel protagonista nesse sistema, muito embora as mensagens e significados que eles portam não são naturais ou intrínsecos, eles são atribuídos pela sociedade e só fazem sentido quando são vistos em interação. Corroborando com Douglas e Isherwood, os autores Leitão, Lima e Machado (2006, p. 12) definem que “o valor de uso dos objetos é tão social quanto seu valor de troca”. Ou seja, os bens de consumo devem ser analisados considerando as peculiaridades de cada contexto, e todo o sistema de valores presente.

Nesse caso, reforço a ideia de que o biscoito vendido pela Leal, Santos & C. tem o seu valor de uso e simbólico construído de acordo com o contexto cultural, social e econômico da sociedade em que está inserido. E, tal como abordei anteriormente, uma série de fatores tangencia a construção da imagem e da necessidade do biscoito do tipo inglês na sociedade brasileira do final do XIX e início do XX. As mensagens analisadas nas propagandas da fábrica apontam para um produto que tinha o objetivo de substituir os estrangeiros, voltados para um grupo de pessoas que ansiava por semelhanças europeias modernas. Cabe recapitular que esses fatos estão diretamente associados ao perfil de indústria no Brasil, de substituição de importação, e de um período voltado para supervalorização da cultura europeia, nomeadamente a inglesa e a francesa na *Belle Époque* tropical.

Portanto, com base no que apresentou Douglas e Isherwood (2006), o significado e o seu valor de consumo só fazem sentido quando visto dentro desse contexto. Ou seja, as análises realizadas desde o princípio desse trabalho, condizem com o recorte temporal escolhido, o que não necessariamente é mantido no decorrer do século XX e XXI. Outro aspecto relevante é que a partir do principal objetivo do biscoito nacional (ser uma substituição ao produto inglês) e pelo fato de se anunciar como mais barato 50%, parto do pressuposto de que os reais consumidores dos biscoitos nacionais – incluindo o da Leal Santos – eram pessoas que não tinham o poder aquisitivo suficiente para comprar os

estrangeiros, eram os intermediários ou emergentes, que se inspiravam na elite, e na Europa, para moldar seus hábitos e costumes. Ou seja, ainda que a Leal Santos investisse fortemente na criação de valores simbólicos de distinção social ao seu produto, buscando se aproximar a um bem de luxo, ele era um substituinte ao verdadeiro bem de luxo: o inglês. Tal interpretação tem fundamento também no trabalho de Milena Oliveira (2014) ao dizer que “as camadas médias emergentes entram no processo de uma forma peculiar, consumindo produtos nacionais ou falsificados e, uma vez que ascendem socialmente, passam também ao consumo de importados” (OLIVEIRA, 2014, p. 180).

O que a autora evidencia é que os produtos nacionais eram utilizados para substituir os estrangeiros apenas até o momento em que houvesse condição financeira para tal. Assim, ele não é visto como o produto “final” mais almejado, mas o mais acessível dentro da realidade econômica. Esse aspecto também condiz com a definição de bem de luxo identificada por Lipovetsky (2005) e D’Angelo (2006), e todos os valores que constituem a aura de um verdadeiro produto de luxo. Tomás Ariztía (2016), ao analisar a relação de consumo e classes médias dos séculos XX e XXI, aponta para três versões teóricas distintas, e também complementares:

a) a versão na qual o consumo e a classe média se entendem e mobilizam como símbolos e resultados de um processo de modernização capitalista; e b) a versão na qual o consumo é entendido principalmente em termos da produção de distinção simbólicas, a partir da qual diferentes frações da classe média produzem suas identidades sociais. Posteriormente, apresentamos uma terceira versão na qual o consumo é pensado como um recurso ou mediação, a partir do qual se produz e mobiliza a classe média, tanto em nível das práticas cotidianas dos atores como das operações de classificação e construção de coletivos e categorias sociais realizadas por especialistas (ARIZTÍA, 2016, p. 19).

A organização de três modelos auxilia, segundo Tomás, para que se conheça os limites e contribuições de cada uma, bem como fornece uma visão teórica mais completa sobre o assunto. A primeira vertente é mais direcionada para o capitalismo atual e o neoliberalismo, e o consumo é entendido como “aquisição de bens produzidos para a venda no mercado”, e como “prática social” (ARIZTÍA, 2016, p. 20). A segunda é representada por Pierre Bourdieu, sociólogo que baseia grande parte dos conceitos e teorias aqui apresentados, cuja ideia de consumo está voltada para um “espaço privilegiado no qual se produzem e visibilizam diferentes posições no mapa social” (ARIZTÍA, 2016, p. 23). Além disso, “o consumo seria, desde este ponto de vista, um dos espaços por antonomásia, através do qual diferentes frações de classe produzem suas identidades e elaboram estratégias de distinção simbólica”

(ARIZTÍA, 2016, p. 24). Já a terceira versão tem o nome do antropólogo Daniel Miller e nesse caso o consumo

seria um dos principais âmbitos a partir dos quais se produzem e mobilizam significados e categorizações de classe média - tanto do ponto de vista da experiência dos atores que habitam esta categoria e/ou coletivo, quanto da produção de categorias e definições especializadas sobre esta (ARIZTÍA, 2016, p. 26).

A principal divergência da visão dessa vertente e a de Bourdieu, por exemplo, é que para os autores a classe média não é vista como um grupo preexistente, como algo já estruturado, mas sim criado a partir “do resultado da operação ativa dos seus atores” (ARIZTÍA, 2016, p. 28) e mediações da cultura material. Já Bourdieu entende a existência de uma estrutura de classes e grupos, onde a materialidade das coisas consumidas faz parte do jogo e funciona como distinção social e, de certa forma, possibilitando alguma mobilidade dentro dessa estrutura. Por outro lado, Miller está preocupado em se atentar para as peculiaridades que podem estar atreladas a cultura material – principalmente a de massa –, e que são desconsideradas em outras teorias, muito embasadas em visões preconceituosas da cultura material. O autor também tem o intuito de “considerar quais transformações em conhecimento e produção são necessárias para fazer os consumidores reconhecerem os produtos que compram como, entre outras coisas, a corporificação do trabalho humano” (MILLER, 2007, p. 52).

No entanto, os autores (Miller e Bourdieu) concordam que os valores de um objeto não nascem com eles, mas são atribuídos e construídos socialmente e que o acesso a esse bem pode interferir em questões identitárias e sociais. Esses embates teóricos são aqui apresentados para que seja possível estabelecer uma linha de raciocínio teórica e conceitual tomada para compreender o consumo dos biscoitos Leal, Santos & C. e sua relação com os intermediários. Portanto, considerando que a visão de Bourdieu está mais vinculada e preocupada em compreender as dinâmicas de distinção social através do consumo, ponderando aspectos temporais mais próximos do que os outros autores, que têm análises mais voltadas para o capitalismo neoliberal atual, essa será a versão por mim utilizada. Muito embora a ideia de Miller (2007) sobre entender consumo a partir da cultura material seja também relevante, principalmente por incluir a individualidade de cada objeto e consumidor. Entretanto, dependendo do recorte temporal a ser estudado e o próprio objeto de estudo, o trabalho de Bourdieu tem suas limitações na medida que “não chega a pensar os movimentos

de mão dupla” (LEITÃO; MACHADO, 2006, p. 38), principalmente da atual sociedade capitalista do século XXI.

Feito o parêntese conceitual e teórico sobre consumo e bens materiais, volto a apresentar as formas encontradas de consumir os biscoitos Leal, Santos & C. Na busca dos indícios de consumo nas fontes impressas e bibliográficas, localizei algumas das situações que condizem com as situações da propaganda, e outras que divergem. Cabe aqui salientar que esse capítulo apresenta apenas uma aproximação inicial das situações de consumo, visto que as informações encontradas e analisadas representam apenas uma parcela dessa realidade. A quantidade de dados recolhidos é relativamente pequena, sobretudo se comparado aos demais capítulos, e não condizem exclusivamente e necessariamente ao momento de compra do produto, mas sim de momentos de consumo.

Além disso, em alguns momentos os depoimentos encontrados extrapolam um pouco o período do recorte temporal base da tese (1889-1918), incluindo a década de 20. Optei por considerar tais trechos por entender que ainda estariam dentro do mesmo contexto cultural, e pela escassez de fontes disponíveis e informações encontradas. Entretanto, acredito que tais dados são relevantes na medida em que, mesmo em um panorama inicial, apontam para uma das fases do ciclo de vida, da trajetória do biscoito e da fábrica Leal Santos, propostas no início da tese.

Tradicionalmente, na hora do chá

Conforme visto nos capítulos anteriores, a tradição do ritual do chá inglês ganhou força no final do século XIX, e se expandiu para outros países. No Brasil, o costume da hora do chá foi diretamente associado a uma modernização e europeização dos costumes, principalmente no período da *Belle Époque* tropical. Faz sentido, portanto, que as propagandas apontem para os momentos ideais de consumir os biscoitos, de acordo com os costumes e cultura da época. Como visto, a associação dos biscoitos com chás e cafés era recorrente nas publicidades da Leal Santos e de outras fábricas do ramo, tanto no Brasil quanto internacionalmente. Mas será que os biscoitos eram consumidos nesses momentos e com tais relações? Os breves relatos encontrados na imprensa e em livros memoriais indicam que sim, havia no Brasil o costume de receber amigos, convidados para uma conversa acompanhada por chá e biscoitos.

A Revista *Fon-Fon* tinha uma coluna chamada “Raios X” que misturava uma narrativa de ficção com realidade, buscando identificar o que haveria nos bolsos (as) das pessoas nas

ruas do Rio de Janeiro (FERREIRA, 2016), causos que demonstravam hábitos e costumes da sociedade carioca. Assim, em 1908 a revista publicou uma cena vivida por uma mulher durante a organização de uma recepção em sua residência

Raios X

Aqui, ali e acolá, apanhamos, durante a semana passada os seguintes instantâneos íntimos: [...]

Rua que vai ter á de S. Clemente. Residência simpática de bom convívio, embora modesta- De repente enche-se de visitas que se deixam ficar até depois das 10 horas da noite. **Madame precisa oferecer-lhes uma xícara de chá e biscoitos Leal Santos; mas, os guardanapos não chegam. Tem uma ideia, manda pedi-los emprestado a uma amiga da vizinhança. Serve-se, finalmente, o chá; na mesa reina uma franca alegria. Há elogios ao chá, aos biscoitos e aos guardanapos.** Bebê, que por concessão especial ficará acordado, mira-os, remira-os, como desconhecendo-os. Afinal, não se contém e exclama: **“Mas, mamãe, estes guardanapos não são os seus”**. As visitas entreolham-se. Mamãe torce em Bebê um desses apropriados beliscões maternos e repreensivos. Bebê, coitado, foi castigado porque falou a verdade. Certamente, Madame, não ouviu a conferência de Ferri sobre a Arte de Educar os filhos. Nunca se deve ensinar uma criança a mentir (por Estafêta, *Revista Fon-Fon* 19/09/1908 - grifo meu).

Em tons cômicos, a preocupação da “Madame” em receber bem seus convidados demonstra uma das possíveis situações onde o biscoito Leal Santos era consumido. Ainda que haja aspectos fantasiosos de ficção na narrativa, características da coluna, não é possível desconsiderar uma representação de valores e hábitos vigentes no período. Nesse aspecto, percebe-se a família consumidora desses biscoitos. Ao ser nomeada como “residência simpática de bom convívio, embora modesta” e a própria situação de não possuir guardanapos suficiente, pedindo os extras emprestados e a repreensão da criança ao exclamar que os guardanapos eram estranhos, podem indicar que esta família pertencia aos intermediários.

A situação também pode ser vista como um exemplo do esforço realizado por muitas famílias brasileiras para estarem dentro dos padrões modernos, cujos hábitos alimentares à mesa eram fortes indicadores. Norbet Elias (1994) salienta que a relação com a comida e os hábitos alimentares, incluindo todo o aparato material (louça, guardanapos, talheres e toalhas), é um dos quesitos permanentes no processo de classificação do que é ou não civilizado. Tais regras de comportamento, de postura, desde o que servir, como servir, como comer, e o que falar, indicavam quem era “civilizado” ou quem não era; categorizando através da materialidade e da imaterialidade os que sabiam se comportar.

No mesmo sentido, Maria Pilla (2005) aponta que a escolha em servir determinados pratos está diretamente associada à ideia do que eles representam, servindo “determinados pratos porque são “chics” ou porque pessoas de status costumam servi-los” (PILLA, 2005, p.

56). Sobre as formas de comer à mesa, Pilla conclui que “a etiqueta, nesse caso, fica claramente identificada como elemento excludente ou de inclusão ou mesmo mecanismo de diferenciação, de destaque” (PILLA, 2005, p. 58) Corroborando a ideia de Bourdieu, já apresentada anteriormente, que indica que enquanto os grupos populares preferem “comer sem formalidades” popular, a burguesia se opõe a preocupação em comer nos conformes” (BOURDIEU, 2007, p. 186). Portanto, percebe-se que a escolha de todos os elementos usados na narrativa para receber os seus convidados não é ingênua e desconectada do contexto e do imaginário da época. Ou seja, para uma boa recepção era preciso ter chá e biscoitos para servir os convidados, seja para um chá diurno ou noturno, sugerindo que os biscoitos Leal Santos eram uma das opções possíveis e condizentes com tal evento.

Ainda na revista *Fon-Fon* encontrei outra informação que remete ao chá com biscoitos, mas também traduz outro aspecto anteriormente levantado na tese: o regionalismo industrial das fábricas de biscoito e também para questões políticas.

Cova de Cacos (um pouco de política)

Quando há dias, S. Ex., o Sr. Presidente da República, honrou-me com a distinção de um convite para o seu saboroso “chá íntimo das terças-feiras”, à noite, no Salão dos Despachos Coletivos, eu estava convencido de que no correr de sua palestra erudita e paternal, S. Ex. deixasse escapar o mistério de alguma novidade política ou diplomática, em torno da qual, me fosse possível bordar os comentários de uma crônica de sensação nacional. Enganei-me redondamente. S. Ex. estava de uma sobriedade tal, que nem mesmo chegou a beber as suas quatro costumadas xícaras de chá preto com leite Palmyra. [...] À meia noite retiramo-nos todos cheios de chá e biscoito da “Família Mineira”, que o sr. Presidente da República, nestas questões de bairrismo, vai até os biscoitos. Pelo menos foi o que declarou o Dr. Edmundo Veiga, acrescentando, repleto de justo orgulho mineiro, que da despensa farta do Palácio, por causa das dúvidas, **tinham sido eliminados os excelentes biscoitos sulistas da conhecida Fábrica Leal Santos. - Aqui, repetia o ilustre Secretário, batendo com o pé no soalho, agora só se come biscoitos da “Família Mineira”** (*Revista Fon-Fon*, 23/05/1908).

Esta coluna “Cova de cacos” se direcionava a discutir e apresentar assuntos sobre política (OLIVEIRA; SILVEIRA, 2016). Nesse caso, o presidente referido é Afonso Pena. O caso envolvendo a troca dos biscoitos Leal Santos no Palácio do Catete, sede do governo na época, pelo da fábrica Família Mineira¹²⁰ é emblemática na medida em que aponta para o

¹²⁰ Não localizei mais informações sobre a referida fábrica. Entretanto, em 15/10/1900 (p.2) a folha *A Imprensa* divulgou uma nota de que haviam recebido amostras dos biscoitos da Família Mineira, atestando sua qualidade. Segundo o texto os brindes foram presentes dos srs. Hermann, Gomes & C. únicos depositários da fábrica no Rio de Janeiro.

consumo dos biscoitos dentro da casa oficial do governo brasileiro¹²¹. Além disso, a atitude “bairrista” de Pena enfatizada pela folha indica um protecionismo industrial regional, e a valorização dos produtos nacionais. O discurso de Afonso Pena, enquanto era vice-presidente, ao visitar a fábrica Leal Santos 1906, já indicava para a valorização industrial nacional. Defendia que os produtos brasileiros eram de qualidade superior suficiente para evitar a compra de estrangeiros. Por outro lado, se na visita à Leal Santos naquele momento, parecia reconhecer a qualidade dos biscoitos do Rio Grande, o relato da revista aponta que, enquanto presidente, privilegiou os biscoitos mineiros.

Entretanto, percebo que tais dados indicam a relevância dos biscoitos do Rio Grande em âmbito nacional, sobretudo por em algum momento terem sido parte da despensa alimentícia do governo nacional. Além disso, mesmo que tenham substituídos por outra marca, o consumo de biscoitos dentro do Palácio da República parecia ser usual, mediando encontros com a imprensa, pautas políticas ou encontros mais casuais. Mesmo que não seja possível o aprofundamento em tal questão, essa evidência reforça os contextos nos quais eram consumidos os biscoitos: em cerimônias sociais, envolvendo chás, cafés ou licores. E, nesse caso, retoma outro aspecto apresentado no capítulo anterior: consumido pelos políticos – por vezes em ocasiões de decisões.

No livro “*Maceió de outrora*” o memorialista Félix Lima Júnior conta sobre os hábitos de comer e beber que eram moda do início do século XX em Alagoas – estado do nordeste brasileiro. Seu relato reitera o consumo dos biscoitos Leal Santos acompanhados por chá e café:

Para a ceia, às 6 ½ ou 7 horas da noite, cobriam a mesa com macaxeira, fruta-pão, bolachas-pão, **biscoitos Leal Santos**, requeijão, queijo do reino, vindo diretamente da Holanda, “tapioca de cavalo”, as deliciosas tapiocas enroladas em folhas de bananeira, trazidas em caçuás, do Riacho Doce, misturadas com beijus e grudes de goma. **E bules de louça inglesa com Chá Lipton, mate ou café-café da Refinaria Brenand**, do Sr. Manoel de Araújo Pinheiro, ali na Rua do Comércio, onde estão hoje os escritórios e lojas da Cia. Alagoana de Fiação e Tecidos (LIMA JÚNIOR, 2014, s/p. - grifo meu).

¹²¹ Com relação ao abastecimento e consumo dos biscoitos Leal Santos no palácio do Catete, fui ao Arquivo Nacional no Rio de Janeiro em busca de documentos que verificassem, ou não, tal informação. Entretanto, não localizei nenhum documento, ou fundo documental, que pudesse conter as despesas alimentícias do presidente ou do palácio em si. Segundo informação fornecida no Arquivo Nacional, o período estudado (Primeira República), ainda não está totalmente organizado o que dificultou não só a localização da documentação, quanto também do órgão responsável dentro da administração pública do período.

Nesse trecho o autor demonstra a inclusão de alimentos regionais do Nordeste no cardápio e que provavelmente não estavam presentes em outras mesas brasileiras. O relato de Lima Júnior também demonstra o alcance do produto em território brasileiro, e nesse caso percebe-se que o biscoito produzido no sul do Brasil era também consumido no Nordeste brasileiro. Entretanto, cabe salientar que, ao dar continuidade ao seu relato, o autor rememora:

Em algumas casas de **famílias ricas ou remediadas**, serviam, às **3 ½ horas da tarde**, um “lunch”, espécie de “**five o’clock tea**” **britânico**: Chá Lipton, mate ou café, massa-pão, manuês, **biscoitos ingleses ou Colombo**, tapioca de leite, bolo de rolo, fatias de pão torrado (LIMA JÚNIOR, 2014, s/p. - grifo meu).

Aqui, ele indica que as famílias com maior poder aquisitivo tinham o costume do “chá da tarde”, mas no lugar de servirem os biscoitos Leal Santos, havia os ingleses – os legítimos – ou os Colombo. É possível que estes últimos sejam referência a Confeitaria Colombo, fundada em 1894 no Rio de Janeiro. Símbolo do período aqui amplamente discutido, a confeitaria simbolizava, e ainda simboliza, a *Belle Époque* brasileira, de inspirações modernas francesas. Lugar frequentado pela elite carioca, personagens ilustres internacionais, “era também um dos poucos lugares públicos frequentados por senhoras e suas famílias, no chá das cinco” (ACCIOLY, *et al*, 2000, p.46).

Os biscoitos citados podem ser os do tipo “leques”, que continuam sendo um dos produtos mais marcantes da empresa. Essa especialidade criada em 1920 é “elaborada manualmente, apresenta um design peculiar que possibilita a ocupação racional de sua tradicional embalagem, uma lata que assegura a perfeita conservação do produto” (ACCIOLY, *et al*, 2000, p.47). A Colombo, por ser uma confeitaria de estabelecimento único, produz artesanalmente os biscoitos, diferentemente das indústrias aqui apresentadas na tese. No caso, parto do pressuposto de que essa característica fazia com que os biscoitos da Colombo fossem mais difíceis de encontrar naquela época e também mais caros. Portanto, esse cenário esboça, novamente, que o biscoito Leal Santos era consumido, ao que indicam esses relatos, por uma classe em ascensão pois a elite consumia os biscoitos ingleses.

Assim como a Colombo, existiam outras confeitarias dedicadas a servirem os chás da tarde no início do século, e Félix Lima Júnior relembra:

A Nacional - confeitaria, sorveteria, bar e casa de chá - de Manoel César Tavares, muito bem instalada, a melhor que tivemos até hoje, funcionava na Rua do Comércio, onde está a Loja Brasileira. **Os garçons, alinhadíssimos, serviam com distinção** e faziam lembrar o velho Sacramento, de Recife, ou o Manoel Pelágio da Fênix. **Tomava-se chá Lipton ou End War, mate**

Idelfonso, leite com bolos finos, empadas e pastéis, biscoitos ingleses, Leal Santos e Aimorés do Rio Grande do Sul, sendo propagandista dos últimos um perfeito *gentleman*: Jorge Chalita, ainda hoje lembrado por muita coisa, principalmente pelo magnífico jantar que ofereceu, no Bela Vista, certa noite, à rapaziada da Academia dos Dez Unidos (LIMA JÚNIOR, 2014, s/p. - grifo meu).

O cenário retratado pelo autor se aproxima dos encontrados nos desenhos das propagandas da revista *O Malho*, onde um requintado garçom anuncia os biscoitos Leal Santos. Aqui cabe ressaltar que a fábrica Aimoré¹²² não é do Rio Grande do Sul, mas sim de Minas Gerais, fundada em 1922. Ainda assim, a última referência dos biscoitos Leal Santos no livro de Félix, indica que, além de ser consumido nas residências, em horários de ceia ou chá da tarde, os biscoitos também eram consumidos em confeitarias, casas especializadas no chá.

Tratando do âmbito do consumo e do alcance dos biscoitos Leal Santos no Brasil, trago aqui uma carta escrita por Carlos Drummond de Andrade¹²³, para a empresa Leal Santos em 1972, publicada na Revista Ipiranga em 1989 em comemoração aos 100 anos da fábrica. A carta, escrita em 12/02/1972 (Figura 105), faz referência a uma troca de correspondências entre a fábrica e o escritor, a respeito de uma crônica de Carlos Drummond de Andrade em que ele cita os biscoitos Leal Santos como “comes e bebes dos velhos tempos”. Segundo a correspondência, ao tomar ciência dessa referência, a fábrica enviou uma carta para o escritor agradecendo e enviou uma caixa de produtos da empresa. Assim, a carta exibida no periódico comemorativo seria em agradecimento aos produtos e a primeira carta.

¹²² <https://aymore.com.br/#sobre-nos>

¹²³ Poeta e cronista brasileiro nasceu em 1902 em Minas Gerais e faleceu em 1987 no Rio de Janeiro. Considerado um dos mais importantes escritores do século XX, tendo participado do movimento modernista no país.

Figura 105: Carta de Carlos Drummond de Andrade para Leal Santos em 1972

Rio de Janeiro, 12 de fevereiro de 1972.

Prezados Senhores

A carta que me dirigiram em nome das I.R. Leal Santos S/A constituiu grata surpresa. Cronista há quase 50 anos, costumo fazer referências a pessoas e instituições, muitas vezes enaltecendo a ação ou o significado das mesmas, e não espero que tais referências despertem eco entre os interessados. Por isso mesmo, surpreendi-me ao ver que simples menção dos antigos biscoitos Leal Santos, feita de passagem numa crônica sobre comensais e bebês dos velhos tempos, chamou a atenção das atuais I.R. Leal Santos, tanto mais quanto esses biscoitos não se fabricam mais. Encontrei nos diretores de hoje uma sensibilidade bem rara para com a tradição da casa, e fiquei satisfeito por fazer essa descoberta com a minha crônica.

Outra satisfação, é claro, foi receber os deliciosos presentes que acabaram de chegar, em duas caixas cheias de produtos que põem água na boca e são uma honra para a indústria brasileira de alimentos. Começando a saboreá-los, não pude deixar de lembrar o prazer que me causavam os biscoitos L.S. do começo do século chegados até a minha cidade do interior mineiro depois de longa viagem em navio, trem-de-ferro e burro de carga. Suas latas costumavam ter um brinde muito apreciado: pequeninos folhetos com histórias infantis coloridas, que tornavam o biscoito ainda mais gostoso, em sua embalagem de papel encerado.

Agradecendo a gentileza com que fui distinguido, faço votos pelo êxito constante das atividades criativas dessa firma, e envio-lhes, cordialmente, os meus cumprimentos de simpatia e apreço pessoal.

Carlos Drummond de Andrade
Carlos Drummond de Andrade

Rua Conselheiro Lafayette, 60/70L

Fonte: *Revista Ipiranga*, n. 92, 1989, p. 13.

Apesar de não ter encontrado a carta original, tão pouco a crônica em que Carlos Drummond menciona os biscoitos aqui pesquisados, utilizo-a como fonte, na medida em que seu conteúdo demonstra aspectos de consumo e de alcance do produto:

[...] Outra satisfação, é claro, foi receber os deliciosos presentes que acabaram de chegar, em duas caixas cheias de produtos que põem água na boca e são uma honra para a indústria brasileira de alimentos. Começando a saboreá-los, não pude deixar de lembrar o prazer que me causavam os biscoitos L. S. do começo do século, chegados até a minha cidade do interior mineiro depois de longa viagem em navio, trem de ferro e burro de carga. Suas latas costumavam ter brinde muito apreciado: pequeninos folhetos com histórias infantis coloridas, que tornavam o biscoito ainda mais gostoso, em sua embalagem de papel encerado¹²⁴.

No seu relato, Drummond salienta o longo percurso feito pelo biscoito para sair do Rio Grande do Sul e chegar até o interior mineiro no início do século XX. Esse relato reitera o relato de Félix (2014), destacado acima, sobre o alcance nacional dos produtos. Além disso, a descrição sobre a embalagem e o ritual que envolvia o consumo dos biscoitos: abrir a

¹²⁴ Carta expedida por Carlos Drummond de Andrade em 12/02/1972 para Indústrias Reunidas Leal Santos. Divulgada em imagem da Revista Ipiranga, Edição Especial, n. 92, p. 13.

embalagem, brincar e comer. A partir da carta de Drummond (1972) é possível delinear que o consumo dos biscoitos transcendia o simples ato de comer, mas era envolvido de certa ritualidade, ainda que pelas crianças, seja pela abertura da embalagem ou pelo envolvimento com os possíveis brindes.

Nesse caso, percebe-se que existe uma perpetuação dos elementos distintivos e do imaginário representado nas propagandas, na casa de alguns consumidores. O conjunto de objetos que envolvia a hora de comer os biscoitos com o chá, as ocasiões alimentares, os gestos esboçam uma forte aproximação entre a propaganda e o consumo. O que noto, ainda que forma inicial, é que os biscoitos Leal Santos eram de fato substituintes dos ingleses em algumas ocasiões. Entretanto, às vezes a substituição pelos ingleses era feita por outra empresa brasileira. Por outro lado, tratando da obra de Félix ser sobre Maceió do início do século XX, é possível perceber o grande alcance que a fábrica possuía, não sendo, definitivamente, uma fábrica de alcance e importância unicamente regional. Além disso, cabe reforçar que essas narrativas indicam para a perpetuação dos cenários propagandísticos, demonstrando que os anúncios da Leal Santos não estavam completamente dissociados da realidade do consumo, ainda que sejam apenas uma parcela – um recorte.

Os biscoitos no turfe

Algumas das informações encontradas na imprensa brasileira sobre o universo do consumo dos biscoitos do Rio Grande indicam a relação entre o produto, a fábrica e o Turfe: corrida de cavalos. Sobre a prática no período estudado, o autor Vitor Melo afirma que no século XIX o Brasil já organizava as primeiras corridas de cavalos e, com o decorrer dos anos, o Rio de Janeiro presenciou a construção dos Jockeys, espaços especificamente destinados para as corridas. No caso do Rio Grande do Sul, Pereira e Mazo (2014) salientam que a corrida de cavalos estava também vinculada a aproximação da identidade do povo gaúcho¹²⁵ com o cavalo, símbolo do trabalho do campo e da agropecuária.

A prática da corrida de cavalos transformou-se em uma atividade esportiva e de lazer, influenciada pela presença de imigrantes portugueses e ingleses nas diversas regiões do país. Conforme apontam Pereira e Mazo (2014) o período de modernização vivido pelo país no início do século XX auxiliou para que as práticas de lazer fossem valorizadas, algumas

¹²⁵ Denominação utilizada para identificar a população do Rio Grande do Sul.

viraram espaços de sociabilidade, símbolos de modernidade e civilização (PEREIRA; MAZO, 2014). Melo (2015) também aponta que as classes intermediárias, passaram a incorporar hábitos no decorrer do século XIX com o intuito de se diferenciar das camadas mais populares, e se aproximar dos estratos mais altos da sociedade. Segundo Lilia Schwarcz e Heloisa Starling (2018) a ânsia por modernidade “levariam a mudanças claras no comportamento da população local. Em São Paulo, a “boa sociedade” descobriu novos hábitos sociais nos bailes, no turfe, no *trottoir* e nas noitadas no teatro” (SCHWARCZ; STARLING, 2018, p. 327). Nesse sentido, Melo relaciona a ascensão de algumas práticas esportivas, como o hipismo e o remo, com os desejos de distinção social do período.

A conexão com o continente europeu era clara. Tratava-se de emular o que havia de melhor nos países civilizados numa nação recém-independente que arvorava apresentar sua adesão à ideia de progresso. Os eventos esportivos eram celebrados como uma das marcas de um novo momento da sociedade fluminense, que perspectivava abandonar o passado colonial e se preparar para um futuro alvissareiro (MELO, 2015, p.6).

Vitor Melo (2015) disserta que os jockeys eram principalmente frequentados pela elite e pelos intermediários, os gastos com transporte, alimentação e ingresso limitavam o acesso aos mais pobres. Assim, a relação entre a corrida de cavalos e os biscoitos Leal Santos se dava na sua recorrente distribuição para os participantes e espectadores. “[...] Após a realização do último páreo o tenente-coronel Massot ofereceu gentilmente aos empregados da casa das apostas muitas caixinhas de biscoitos Leal Santos” (*A Federação*, 11/09/1911, p. 1).

Em Porto Alegre, assim como outras cidades, o turfe era frequentado por políticos, membros da elite local. Naquela época os espaços sociais serviam como formas de “exposição social”, maneiras de ver e ser visto, vitrines sociais que reforçavam modas.

A distinção não ficava restrita a estes pontos, os indivíduos que frequentavam o Prado já nas vestimentas buscavam um símbolo de status, pois geralmente trajavam roupas ao padrão europeu. Os homens, com seus chapéus, bengalas, ternos e fraques; e as mulheres, por sua vez, desfilando os mais finos toilets de acordo com a última moda do Rio de Janeiro e Paris. Como pode ser visto a figura central nesse cenário não eram os animais nem os condutores. O autocontrole e a disciplina corporal eram exigidos por parte de quem assistia ao espetáculo (SILVA, 2011, p. 8).

Nesse caso, pode-se perceber como o espaço do jockey era um local estratégico para a divulgação dos biscoitos Leal Santos. O público frequentador do espaço condizia com o público-alvo da empresa, e os “ares modernos” que baseavam as propagandas da Leal Santos e o discurso da imprensa pró-indústria, provavelmente podiam ser encontrados no turfe. Além disso, conforme reforçou Vitor Melo (2015), tanto a elite quanto os intermediários

frequentavam em maioria as corridas, e eles constituem o principal público-alvo dos biscoitos Leal Santos, pois são eles que poderão optar por substituir os biscoitos ingleses pelos biscoitos nacionais nos cardápios.

Na citação de Silva (2011) percebe-se que a indumentária destacada pelo autor é também a utilizada para representar os consumidores dos biscoitos nacionais nas respectivas propagandas, incluindo a Leal Santos. As formas de se distinguir socialmente e os bens simbólicos apontados por Bourdieu incluem as roupas, a alimentação e também a frequência em lugares de distinção social, e tais elementos são facilmente identificados em locais como os prados. Ou seja, era o cenário ideal e – assim como as exposições destacadas no início do trabalho – também podiam servir como um espaço de socialização, de categorização, exibição e distinção entre os participantes.

Ao estudar sobre o turfe em Curitiba, Silva (2011) aponta que “o hipódromo era frequentado por autoridades políticas, militares, jornalistas, bem como importantes membros das elites locais, modelo copiado dos Prados do Rio de Janeiro” (SILVA, 2011, p. 6). Sustentando o que apresenta o autor, em 1908 o Ministro do Chile foi recebido para um jantar na Sociedade Protetora do Turfe em Porto Alegre:

Revestiu-se de todo o brilhantismo a festa levada a feito ontem no prado Independência e promovida pela Protetora do Turf em honra ao ministro chileno, dr. Francisco Herboso e sua exma. Esposa. Era 3 ½ horas, quando o digno Ministro chegava ao prado, por entre vivas a s. ex. ao Chile e ao Brasil. Nessa ocasião foi executado pela banda militar o hino chileno. Ao dr. Herboso, bem como a sua exma. Esposa e a comitiva, a diretoria obsequiou com uma taça de champagne, trocando-se nesse ocasião amistosos brindes. [...] Foram obsequiadas com bonitas caixinhas de biscoitos da fábrica Leal Santos & C. as exmas. Famílias que ali compareceram (Jornal *A Federação*, 07/12/1908, p. 1)

Enquanto espaço e evento frequentado pelas classes intermediárias e também por políticos, a distribuição de latas de biscoitos no turfe servia também como vitrine dos produtos do que era consumido pelos membros da elite política e social. Era também uma estratégia de valorização simbólica, e de prestígio – sobretudo quando este produto é consumido por autoridades políticas estrangeiras. Além disso, esses momentos demonstram o universo do consumo dos biscoitos que também está atrelado aos aspectos presentes nas propagandas da fábrica, apresentados no capítulo anterior.

Outro aspecto interessante da relação entre os biscoitos Leal Santos e o Turfe é que além de serem distribuídos para os trabalhadores e frequentadores do jockey também passaram a ser possíveis nomes dos cavalos:

Conforme anunciamos, partiu ontem para a Europa, onde vai adquirir vários animais para o nosso Turf, o competente “turfman” o importador, Sr. Carlos Coutinho. [...] - É provável que o potro Number seven, adquirido pelo “stud” J. J. passe a chamar-se Duchen ou Leal Santos... (*O Paiz* 06/07/1911, p. 7)

Nesse caso, *O Paiz* anunciava a possibilidade que um dos novos cavalos da capital fosse receber o nome de Leal Santos ou Duchen. Relembrando os dados apresentados no decorrer da tese, as duas empresas eram uma das maiores produtoras de biscoitos nacionais e possivelmente as maiores rivais do ramo. Ou seja, interessante observar que em alguma medida a disputa pelo mercado nacional e pelo paladar dos consumidores seja também transferida e mencionada na corrida de cavalos. Essa notícia também demonstra certa popularidade dos biscoitos nacionais na sociedade brasileira, da mesma forma que coloca, novamente, os biscoitos do Rio Grande em um cenário nacional.

No turfe, percebe-se que o biscoito fazia parte de um conjunto de elementos distintivos. Tal como apontaram os pesquisadores Silva (2011) e Melo (2015), o turfe era composto por bens materiais distintivos, sejam roupas - através do uso do chapéu, da bengala ou cartola - ou dos bens alimentícios consumidos. Quase como uma teatralização do ser social, dentro da perspectiva de Maffesoli (1996), a preocupação com a aparência, experienciada pela vaidade,

[...] manifesta na publicidade, no enfeite, na embalagem [...], mais que uma simples superficialidade sem consequências, inscreve-se num vasto jogo simbólico, exprime um modo de tocar-se, de estar em relação com o outro, [...] de fazer sociedade (MAFFESOLI, 1996, p. 161).

Nesse caso, as roupas utilizadas nesses espaços são fundamentais, pois, “as roupas são máquina de comunicar” (MAFFESOLI, 1996, p. 161), “elas funcionam como uma espécie de armadura, de signo e de componentes da vida cotidiana, do corpo social e da teatralidade humana” (NERY, 2015, p. 184). Portanto, os elementos materiais carregados pelos indivíduos formam uma espécie de “cenário” e de uma “fachada pessoal” que constitui a teatralidade do ser humano (GOFFMAN, 1985 e MAFFESOLI, 1996). Em conjunto, esses elementos compõem o que Erving Goffman entende como fachada pessoal (GOFFMAN, 1985). Essa fachada funciona como uma representação contínua, montada a partir de bens materiais, cujo a indumentária exerce papel principal. Somado aos gestos, a maneira de portar-se, eles formam um “cenário” pessoal utilizado para diferenciar-se dos demais (GOFFMAN, 1985). Para tanto, os indivíduos utilizam cenários quase fixos para compor seus personagens. Nesse caso, ainda que não sejam roupas, os biscoitos Leal Santos enquanto bem alimentícios, de cultura material, podem ser entendidos como parte desse conjunto de teatralidade e de fachada pessoal. É assim que o biscoito Leal Santos pode ser compreendido dentro dos espaços do

turfe, do Jockey. O ambiente, e as pessoas que frequentam, são carregadas de bens simbólicos materiais distintivos, onde cada detalhe exerce um papel dentro do jogo da teatralização e da distinção.

Portanto, a escolha em inserir os biscoitos nesse universo não pode ser vista como ingênua ou despreziosa, mas como uma ação que vai ao encontro das estratégias de divulgação da empresa e da construção de uma imagem de fábrica de qualidade, e de biscoitos de distinção social. Nesse caso, o consumo dos biscoitos Leal Santos dentro desses espaços, reforça tais simbolismos, e contribuem para a perpetuação e fortalecimento da imagem distintiva dentro da sociedade.

Por fim, ainda que as referências de consumo dos biscoitos sejam poucas na imprensa brasileira, sobretudo quando comparadas às demais ocorrências sobre a história da fábrica ou de propagandas, tais indícios apontam para algumas semelhanças entre os cenários das propagandas e os de consumo divulgados na imprensa. Somado a isso, os relatos da imprensa esboçam uma empresa de papel significativo no ramo e de alcance nacional, tanto pelo fato dos biscoitos Leal Santos serem lembrados em vários estados do país, como pela possibilidade de fazer parte da despensa do Palácio do Catete.

Ainda que de maneira inicial, percebe-se que o consumo dos biscoitos possuía alguns aspectos ritualísticos, de “comer nos conformes”, do acompanhamento correto do produto com bebidas, pessoas, horários. Além disso, o consumo não ficava restrito ao cenário doméstico, onde as famílias – pais e filhos – comiam à volta da mesa, mas também era incentivado em outras ocasiões, como dentro dos jockeys.

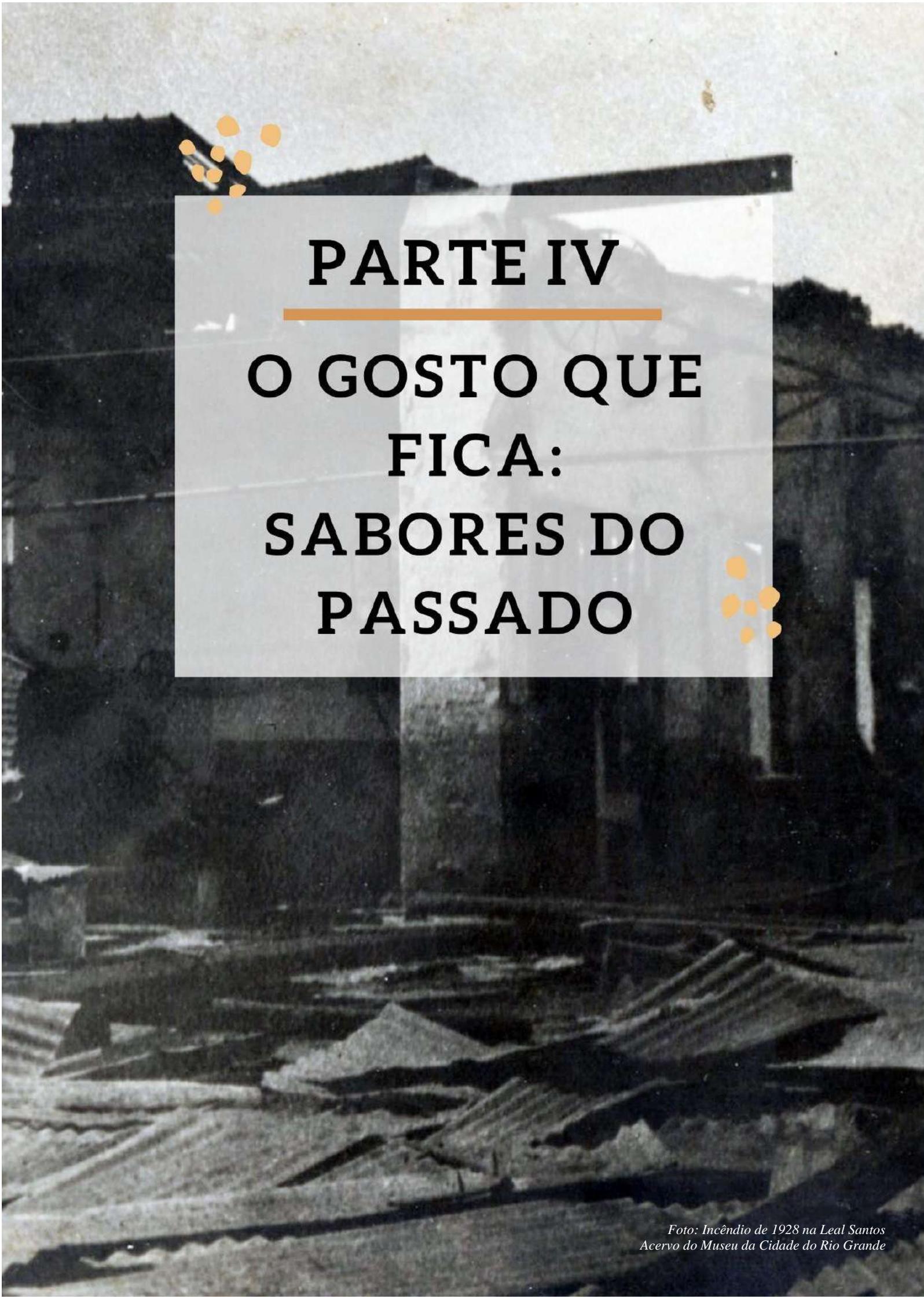
No que tange à concorrência, seja com os nacionais ou com os estrangeiros, através desses breves relatos reitera-se o fato dos biscoitos Leal Santos serem por vezes uma opção mais barata aos estrangeiros. Por outro lado, há também a referência de serem “a primeira opção”, ou, pelo menos, não serem descritos como uma opção mais barata, mas como a desejável. A partir de tais reflexões corroboro a interpretação de que há uma pluralidade de formas de consumir os biscoitos, ainda que alguns fatores sejam recorrentes e percebidos tanto nas propagandas, quanto nos relatos de consumo.

Pensando nas ideias apresentadas por Douglas e Isherwood (2006) e Leitão, Lima e Machado (2006), reforço que não é possível desconectar o consumo dos biscoitos Leal Santos desses cenários, do contexto histórico e cultural analisado e de todos os valores simbólicos que permeavam os biscoitos. O consumo dos biscoitos em chás, por exemplo, retoma as

ideias apresentadas no capítulo 4 da tese, sobre a influência da Inglaterra e da hora do chá na construção do setor industrial de biscoitos. Essas informações formam a tessitura contextual e simbólica do consumo, e os relatos aqui apresentados corroboram e reforçam tais influências.

O objetivo deste capítulo era introduzir a temática e evidenciar as possíveis dissonâncias entre o que era vendido na propaganda, e o que acontecia fora dela, no momento do consumo. Por outro lado, reitero que para conhecer o universo do consumo dos biscoitos Leal Santos seria necessário obter mais informações a respeito de preço, de narrativas, de venda por região do Brasil etc., o que não foi possível neste momento do trabalho. Entretanto, tais informações acrescentam e conectam o cenário fabril, de produção e venda, com a sociedade, os consumidores.

Além disso, esses indícios de consumo introduzem algumas temáticas que serão abordadas nos próximos capítulos, sobre as experiências que envolvem o comer os biscoitos, as gestualidades, os rituais e as lembranças. Pois, a partir desse momento, me deterei em analisar o encerramento da produção e do consumo dos biscoitos Leal Santos, e como ele é lembrado e musealizado na cidade do Rio Grande.



PARTE IV

**O GOSTO QUE
FICA:
SABORES DO
PASSADO**

*Foto: Incêndio de 1928 na Leal Santos
Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande*



“Sabores da felicidade perdida, doces sabores do tempo passado”

(GIARD, 2013, p. 255).

PARTE IV - O GOSTO QUE FICA: SABORES DO PASSADO

Esta última parte da tese avança no recorte temporal dos capítulos anteriores (1889-1918), pois abarca o final do século XX e XXI. Esse “salto temporal” justifica-se pela necessidade em acompanhar o biscoito Leal, Santos & C. em toda sua trajetória, ainda que isso implique na determinação de outro contexto. Excluir esses momentos da tese, acredito, causaria uma sensação de “água na boca” ou “barriga vazia”, tanto em mim quanto no trabalho, sobretudo ao considerar a minha trajetória acadêmica, que têm se dedicado a compreender os fenômenos memoriais, patrimoniais e museológicos.

Por outro lado, retomando os objetivos e problemáticas principais que motivaram essa pesquisa, seria também importante considerar os reflexos do papel desempenhado pela Leal Santos na sociedade em que ela funcionou, e funciona até hoje: Rio Grande. Apesar de ter sido fundada, inicialmente, na cidade de Lisboa (Portugal), é aqui no sul do país, onde também escrevo este trabalho, que a Leal Santos esteve presente em todo esse tempo. Nessa cidade portuária, marítima e lagunar, é que a história da fábrica também se entrelaça com a história da própria cidade, da família Leal Santos, e com a história de tantas outras pessoas que trabalharam e ainda trabalham na empresa.

Nesse “salto temporal”, várias coisas aconteceram na vida da Leal Santos. A fábrica continuou expandindo, voltou sua produção para a indústria do pescado, passou novamente

por um incêndio em 1928¹²⁶, modernizou seu maquinário e pessoal, adquiriu barcos pesqueiros, tornou-se uma Sociedade Anônima, abriu seu capital para acionistas deixando de ser uma empresa estritamente familiar. Entretanto, assumindo aqui a impossibilidade em analisar e relatar todo os acontecimentos dessa fábrica centenária aponto que outros trabalhos complementam a lacuna aqui existente, por se dedicarem especificamente a esse período histórico da cidade e por abordarem também a Leal Santos, como é o caso de Renner (2015), Salaberry (2012), Bach (2017) e Martins (2016).

Nesse caso, faz sentido concluir esta tese pensando a Leal Santos e os seus biscoitos na cidade que, ao que parece, motivou a sua criação tanto no Brasil quanto em Portugal. E para isso é preciso entender que passados mais de seis décadas de produção e venda dos biscoitos do Rio Grande, sua produção foi encerrada na década de 1960. Os motivos sobre o fim da produção e as migalhas deixadas pelos biscoitos serão analisados a partir deste momento. Entretanto, diferentemente do que realizei nos capítulos anteriores, a maior parte das fontes utilizadas a partir de agora serão, sobretudo, fontes orais, recordações memoriais, (faladas e escritas) de pessoas que participaram da vida da fábrica, ou que presenciaram enquanto moradoras locais, seu funcionamento.

Nesse caso, para falar sobre o encerramento do ciclo dos biscoitos, entrevistei o sr. Henrique José Leal Santos Vieira da Fonseca¹²⁷ em 2016. Ele atuava como superintendente da Leal Santos no momento de fechamento da fábrica de biscoitos, e contou que tal decisão foi muito bem pensada e analisada dentro da empresa, e pautada na escolha de se dedicar no ramo das conservas e o pescado. Tal decisão também foi motivada pela necessidade de ampliar e modernizar a fábrica de biscoitos, que nessa altura sofria com a concorrência das fábricas de biscoitos de São Paulo agravada pela implementação do transporte ferroviário e rodoviário, substituindo o de cabotagem¹²⁸.

A cabotagem era o meio de transporte mais barato para Rio Grande e facilitava a distribuição dos produtos para outras regiões. Segundo Rafael Fonseca (2015) as “navegações por cabotagem que formavam a verdadeira espinha dorsal do sistema de viação do Brasil” (FONSECA, 2015, p. 22). Para o autor, esse transporte aquaviário está totalmente vinculado

¹²⁶ Revista Ipiranga, n. 98, 1989.

¹²⁷ O Sr. Henrique José Leal Santos Vieira da Fonseca é filho de Alba Maria Pancada Vieira da Fonseca e Vasco Vieira da Fonseca e neto de Henrique Marques Leal Pancada.

¹²⁸ Navegação entre portos (marítimos ou lagunares).

ao processo de colonização do Brasil, que se concentrou na faixa litorânea do país, facilitando e privilegiando a instalação de portos marítimos e possui como principais características:

[...] sob a perspectiva econômica, o baixo custo relativo e uma grande capacidade de carga; sob a perspectiva temporal, não priorizar a velocidade em seus deslocamentos (CONTEL, 2001); sob a perspectiva técnica, demandar a existência de sistemas de engenharias fixos que possibilite as operações de transbordo nas embarcações (FONSECA, 2015, p. 23).

Também segundo Fonseca (2015) a cabotagem teve papel importante para o desenvolvimento comercial e industrial no século XX. Entretanto, com o projeto de ampliação das malhas ferroviárias e a interiorização do país, “a matriz de transporte que se consolida no Brasil após esse período deixa os modais aquaviários em uma posição marginal em relação aos principais modais terrestres” (FONSECA, 2015, p. 23). Nesse caso, é exatamente nesse contexto que o sr. Henrique José afirma que repensaram a continuação ou não da fábrica de biscoitos, pois os produtos paulistas conseguiam, naquele momento, ter mais facilidade em distribuição (considerando os aspectos econômicos e modernização).

Para Henrique José, era preciso considerar se os altos investimentos para modernizar as estruturas e o maquinário da produção de biscoito, somados ao novo tipo de transporte, compensariam para a empresa. Nesse caso, vale lembrar que a característica de fábrica moderna e com maquinário de qualidade, também moderno, foi fortemente explorado pela Leal Santos ao longo da sua trajetória, e era motivo de orgulho e associados diretamente com a qualidade dos seus produtos. E, segundo seu relato, essa análise demonstrou que a escolha mais segura seria encerrar a produção, e o mesmo aconteceu com a produção dos pregos, visto que a Leal Santos também produzia os seus próprios pregos e também os exportava.

Em um dos relatos, conta que na época a decisão de fechar a fábrica de biscoitos gerou muito reboliço, comentários e certa indignação da população, tamanho apreço que o produto tinha na região:

Por motivo de doença do meu pai, entrei na Leal Santos com 21 anos em 1957. Pouco tempo depois, pelas razões que já te contei, tivemos que encerrar a fabricação de biscoitos e também de pregos. A cidade era bem menor, todos se conheciam, e muitos me perguntavam do porquê, principalmente no Café Dalila¹²⁹ onde, na época, todos se reuniam. Um dia, apareceu no escritório uma comissão de líderes comunitários, para me questionar, gente boníssima, correta, trabalhadora e muito arraigada às tradições, mas, nenhuma delas acionista da Leal Santos. Com alguns eu já havia falado e, cansado de tanta explicação lhes disse: “O que de fato

¹²⁹ Era um dos pontos tradicionais da cidade, localizada ao centro da cidade – perto de outros cafés, teatros e cinemas.

ocorreu, é que, muito jovem e inexperiente, eu cometi um grave erro. Para fazer economia, coloquei o mesmo gerente no biscoito e no prego. Pois não é que o homem misturou as fórmulas e começou a sair o biscoito duro e o prego mole! Nunca mais acertamos”. Imagino o conceito que fizeram a meu respeito...! Foram embora e nunca mais me falaram no assunto!¹³⁰

Nessa fala, Henrique José conta de forma descontraída, e também jocosa, sobre o episódio que provavelmente movimentou o cotidiano citadino. O que sua fala indica, é que havia certa pressão da comunidade, buscando respostas para o encerramento de um produto tão consumido na região. Cabe lembrar que na década de 1960 a cidade do Rio Grande presenciava diversas mudanças no setor industrial, mas principalmente “fechamento de parte substancial do parque produtivo até então instalado” (MARTINS, 2016, p. 109). Assim, no período em que a Leal Santos repensava com cautela suas ações, algumas fábricas contemporâneas a elas já encerravam suas atividades, total ou parcialmente. Segundo Solismar Martins (2016):

O Frigorífico Swift, a indústria que mais empregou na cidade do Rio Grande fechou suas portas em 1954 e a Cia. Ítalo-Brasileira encerrou suas atividades em 1961. Ainda na década de 60 a Cia. de Charutos Pooch terminaria sua vida produtiva (em 1966) e a fábrica Rheingantz diminuiria drasticamente sua produção, sendo vendida posteriormente (MARTINS, 2016, p. 182).

Ou seja, o cenário local vivia momentos tensos acerca do futuro das empresas, que até então abrigavam grande parte dos trabalhadores da cidade e região. A cidade, desde o século XIX, estava voltada para a atividade comercial e industrial e, naquele momento, presenciava o encerramento do ciclo. Conforme aponta Martins (2016) um dos motivos que levou o desencadeamento da crise foi o fim da Segunda Guerra Mundial e a retomada da economia internacional e sua produção, pois muitas indústrias brasileiras, e também riograndinas, acabaram por fornecer seus produtos para os países que estavam impossibilitados de produzir. Somado a isso, Martins também corrobora o discurso de Henrique José, ao defender que havia uma defasagem tecnológica em grande parte dessas indústrias, o que dificultava a competição com o polo industrial paulista (MARTINS, 2016). “Parte das empresas de Luiz Loréa, assim como fábricas de calçados existentes na cidade fecharam suas portas, permanecendo as empresas de alimentação, mais especificamente no ramo do pescado, além, é claro, da Refinaria de Petróleo Ipiranga” (MARTINS, 2016, p. 183).

Pensando nesse contexto, e na repercussão dessa situação na região, o jornal *Diário da Manhã*, de Porto Alegre, em 14 de fevereiro de 1960, iniciou uma série de matérias a respeito

¹³⁰ Entrevista de Henrique José Leal Santos Vieira da Fonseca concedido a autora, em 13/04/2016. Rio Grande, RS.

da crise industrial na cidade do Rio Grande. “Uma cidade condenada - Estagnação: indústria de Rio Grande sem crédito e energia” é a chamada principal da capa do jornal, que apresenta ao leitor texto e fotografias que demonstram a crise local, sobretudo a dificuldade enfrentada pela instabilidade de abastecimento da energia elétrica, o fechamento da Swift e o atraso tecnológico.

O parque industrial rio-grandino, um dos mais importantes do Estado, encontram-se num estágio de estagnação inquietante. Perigosa. E, isso, por várias razões. A crise por que atravesse o município, centro pesqueiro por excelência, não é nova. Nem desconhecida dos responsáveis pela condução da política econômico-financeira do País. O fechamento da Cia. Swift serviu, apenas, para agravar o fenômeno. Disso resultou a paralisação de cerca de 1.500. Destes, 800 foram dispensados, em definitivo. Outros, foram transferidos e outros, ainda, vivem das indenizações recebidas (*Diário de Notícias*, 14/02/1960, p. 1).

Assim, o jornal elencou uma série de acontecimentos que demonstram a crise industrial sofrida na década de 1960. Segundo a folha, a crise de abastecimento de energia elétrica e as recorrentes quedas ou dificuldade de estabilidade eram uma das principais causas, não só para o encerramento das indústrias já existentes, mas, sobretudo, na instalação de novas e sobre essa realidade afirma:

Em face dessa contingência, a que se aliam a falta de visão de mentalidade industrial tacanha e o espírito meramente extrativo de determinado tipo de empreendimento fabril ou comercial, o parque da indústria “papa-areia” não está evoluindo, para superar as exigências do momento. E, em face disso, poderá sofrer (como já ocorre) a concorrência invencível de outros centros mais adiantados, como São Paulo, por exemplo (*Diário de Notícias*, 14/02/1960, p. 12).

Percebe-se que os fatores levantados por Solismar Martins (2016), ao analisar o fim da primeira fase industrial da cidade, são também apontados aqui pelo jornal da época. Havia uma visível dificuldade local em enfrentar alguns problemas de estrutura e tecnologia, o que resultou numa crise fabril e, assim, não eram capazes de concorrer com São Paulo e seu parque industrial. Continuando a extensa matéria, o jornal alerta:

Para se ter ideia da evolução do problema industrial rio-grandino é de citar, segundo informações colhidas de memória, o fechamento (parcial ou total) de estabelecimentos fabris e aparecimento de outros, num largo espaço de tempo. Cessaram suas atividades em Rio Grande: (1) fábrica de filamentos, esteiras e sacarias, que hoje produz apenas sacos e estopa; (2) fábrica de estampania e pregos da Leal Santos; (3) fábrica de charutos, ora reduzida e apenas um terço da produção normal; (4) fábrica de alpargatas, destruída por fogo e não reconstruída; (5) fábrica de conservas (frutas e pescado) Gallo; (6) fábrica de tintas Ruthier; (7) fábrica de óleos Pavão (falta de matéria-prima); (8) entreposto de leite municipal; (9) Cia de Fiação e Tecelagem Rio Grande e (10) Cia. Swift (*Diário de Notícias*, 14/02/1960, p. 12).

Nesse trecho é possível perceber a dimensão da tensão industrial que vivia a cidade do Rio Grande, com o encerramento total ou parcial de diversos estabelecimentos, muito embora nessa mesma época, assim como também aponta o jornal, outros tenham iniciado as atividades - como é o caso de fábricas de adubos e leite estabilizado. Ainda que, a fábrica de pregos da Leal Santos citada na reportagem não houvesse encerrado ainda suas atividades – motivo de nota de esclarecimento da fábrica e do jornal no dia 26/02/1960, p.1 e 6, seu encerramento vai se concretizar poucos anos depois –, a realidade local se demonstrava um tanto preocupante, ao olhar da imprensa.

Assim é que Rio Grande apresenta hoje aspectos de uma cidade emparedada por dificuldades intransponíveis de toda ordem. As decorrências de um total estado de coisas são notórias. Abundância para poucos. Miséria para muitos. E, lamentavelmente, o grande prejudicado é o assalariado, seja operário, pescador (praieiro), escriturário, funcionário, pequeno comissionado, etc. E, isso porque ao desemprego se somam os malefícios da inflação, que torna vil o dinheiro. No fim, o “papareia” mal tem recursos para não morrer de fome (*Diário de Notícias*, 14/02/1960, p. 12).

Nesse caso, é preciso pensar que tais acontecimentos afetaram a cidade como um todo, mas também a região e o país. Esses fatores também evidenciam e justificam as decisões tomadas pela fábrica Leal Santos, para que ela conseguisse superar a evidente crise e continuar suas atividades. Em termos contextuais, cabe ressaltar que, segundo Martins (2010), entre 1945 e 1964 o Brasil sofreu mudanças significativas no setor industrial, marcada pelo crescimento do setor e pela contribuição econômica da indústria para a economia do país. “Por essas razões, este período é considerado o momento de consolidação do processo de industrialização do país, quando se completa a passagem do sistema agro-exportador para o industrial [...]” (MARTINS, 2010, p. 85). Essas transformações econômicas e de crescimento industrial também foram influenciadas pela Segunda Guerra Mundial e pelo aumento da população nas zonas urbanas e pela influência do Estado (MARTINS, 2010).

Ou seja, as mudanças no setor industrial não estavam localizadas apenas na cidade do Rio Grande ou no Estado do Rio Grande do Sul, e sim no país. O embate sobre a industrialização do Brasil que permeou grande parte do período aqui estudado, sobretudo no final do século XIX e início do XX, a partir dos anos 1950 ganha mais aliados ao seu favor. As indústrias passaram a ser vistas, de forma mais hegemônica, como uma forma de tirar o país do subdesenvolvimento e para isso o Estado passa a interferir de forma mais direta (MARTINS, 2010). Nesse caso, é possível incluir as transformações do cenário industrial local em um contexto mais amplo. Portanto, faz sentido pensar que nesse período a Leal Santos, além de encerrar algumas atividades, também passa a fazer parte de outros grupos

industriais, o que se concretizou em 1967/68 com o Grupo Ipiranga¹³¹ e foi encerrada em 1994.

O movimento pode ser exemplificado com a atuação do Grupo Ipiranga no setor pesqueiro. O grupo em 1967 constituiu a ISAPEIXE e adquiriu a Leal Santos, duas das 30 empresas que mais recebeu incentivos até 1973. A empresa foi proprietária de duas embarcações e tentou uma nova modalidade de venda de pescado no varejo: a comercialização de filés de peixe em embalagens com menos de um quilo em sua rede de postos de gasolina. Em 1976, através do Fundo de Investimento Setorial da pesca (FISSET/Pesca), a Leal Santos, assumiu a ISAPEIXE e a Wigg. Na década de 1990 na reorganização do grupo em função das tentativas de quebra do monopólio da Petrobrás, a Ipiranga vendeu seus investimentos em setores como hotelaria e pesca, incluindo a Leal Santos (MARTINS; RENNERT, 2014, p. 57).

A Leal Santos também abriu seu capital, tornando-se Indústrias Reunidas Leal Santos S/A na década de 1970 (GARCIA, 2001). Segundo Ayrton Garcia (2001) com essa rescisão, em 1996 a Leal Santos foi vendida para um grupo argentino Benvenuto, chamando-se Indústrias Alimentícias Leal Santos Ltda, e atualmente faz parte do grupo ACTEMSA, ainda funcionando na quarta seção da Barra¹³² da cidade do Rio Grande.

Portanto, percebe-se que existem significativas mudanças administrativas, econômicas e de produção entre a fábrica estudada no início deste trabalho, entre os séculos XIX e início do XX, e o final do século XX. Tais mudanças são também testemunhas de alterações no campo político, econômico e social do seu contexto. Tal como defende Ortega (2003), a fábrica não pode ser vista dissociada do seu meio, ela é influenciada por ele, assim como também influencia o seu redor.

Em face de tais acontecimentos, defendo que o “gosto que fica”, ao que me parece, não é apenas das lembranças e nostalgias dos biscoitos do Rio Grande que deixaram de ser produzidos, mas também de um período de grande importância desse polo industrial da cidade do Rio Grande, cujo seu encerramento deixou significativas marcas, ainda visíveis, na cidade. Alguns personagens da Leal Santos passaram a ser homenageados na cidade, através da nomeação de ruas, como é o caso de Henrique Pancada, filho de Francisco Pancada e diretor da Leal Santos até 1942, que dá nome a uma das principais ruas locais. Em 1953 a antiga

¹³¹ Para saber mais sobre, ver: MARTINS, Denise. Ipiranga: a trajetória de uma refinaria em Rio Grande (RS) rumo à consolidação de um grupo (1930-1967). Orientadora: Claudia Musa Fay. 140 f. Dissertação de Mestrado (História) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2008.

¹³² Localidade às margens do canal portuário da cidade do Rio Grande.

“Estrada dos Moinhos” passou a ser chamada Henrique Pancada, em homenagem ao “grande industrial”¹³³, quase dez anos após a sua morte.

Vasco Vieira da Fonseca, genro de Henrique Pancada e pai de Henrique José, assumiu a direção da Leal Santos após o falecimento de seu sogro, e é outro homenageado na cidade. Em 1972 a rua que fica no entorno da antiga fábrica, recebeu seu nome. No lugar onde antes funcionava a fábrica de biscoitos, hoje encontram-se edifícios comerciais, um deles é o da Unimed-Litoral Sul¹³⁴ e um residencial, que leva o nome de Comendador Henrique Pancada. Dessa forma, a cidade ainda transita e convive com vestígios o período aqui estudado da Leal Santos. A toponímia local dá indícios de uma política de memória, de um dever de memória tal como defende Paul Ricoeur (2007), de homenagem e comemoração, como salienta Pierre Nora (1994). Esses casos iniciam a reflexão acerca das presenças visíveis e invisíveis da Leal Santos em Rio Grande, que serão apresentadas nesta última parte.

Portanto, ainda que esta última parte da tese seja distante temporalmente e contextualmente das primeiras, ela é importante na medida em que “encerra” esse ciclo, ou pelo menos, busco não deixar um “ponto sem nó” nessa história, ainda que o assunto não se esgote aqui. Para isso, essa parte está dividida em dois capítulos: o capítulo 8 se debruça nas reminiscências, nas memórias e narrativas atuais que envolvem a Leal Santos e seus biscoitos, ou seja, as ressonâncias imateriais desse período aqui estudado na sociedade local. O nono capítulo busca compreender o processo de musealização da Leal Santos, no Museu da Cidade do Rio Grande, e como esses objetos - e o próprio museu - podem ser vistos como vestígios do passado industrial local.

¹³³ Lei n. 524 de 30 de abril de 1953, Rio Grande, RS.

¹³⁴ Confederação Nacional das Cooperativas Médicas. Possui plano de saúde, e nesse caso é o prédio sede na cidade do Rio Grande, com setores administrativos, de atendimento ao público, emergência, ambulatório, etc.

Capítulo 8. A Leal Santos & C. em memórias

Em todos esses longos anos em que a Leal Santos produziu seus biscoitos, pessoas de vários grupos sociais, econômicos, regiões e culturas tiveram acesso a esse produto. Até o momento, a análise de fontes e bibliografia esboçou como o biscoito caracterizou-se enquanto um produto industrial, voltado para um público-alvo específico, e que continha camadas simbólicas invisíveis. O capítulo anterior demonstrou apenas indícios iniciais sobre os consumidores dos biscoitos, até meados de 1920, e, mesmo assim, foi possível verificar as diversas formas de consumir o produto. Também dissertei sobre o caráter nacional e extensionista da fábrica, defendendo que, apesar de estar localizada no extremo sul do país, ela não está desconectada de um contexto maior (nacional e internacional) e que também desempenhou um papel ativo no cenário industrial brasileiro.

Entretanto, este capítulo irá demonstrar um “outro lado” da fábrica e do biscoito, ao sair dos muros da Leal Santos, do cenário de produção e venda, e percorrer as lembranças dos moradores locais sobre a fábrica. Retomando uma das problemáticas dessa tese: qual a relação da fábrica com a sociedade local? Quais as ressonâncias deixadas pela fábrica e por seus biscoitos? Este capítulo também busca responder a tais questões, que se desmembraram em outras. Ou seja, aqui serão abordados os contextos de relação com a fábrica e o biscoito em um caráter mais íntimo, familiar e local.

Para isso, vou analisar um conjunto de depoimentos escritos sobre a Leal Santos, coletados nas redes sociais, principalmente utilizando um grupo do *Facebook* chamado “Fatos e coisas de antanho do Rio Grande”¹³⁵. Esse grupo é destinado para o compartilhamento de informações, fotos e recordações do passado da cidade do Rio Grande. Com atualmente 32,4 mil membros¹³⁶, “este grupo é para divulgarmos e mantermos vivo nosso folclore, nossas tradições, nossa história urbana. Relembrar de figuras quase míticas de nossa cidade. Postem a vontade, e vamos manter vivo um Rio Grande que poucos conhecem!”¹³⁷ e é administrado

¹³⁵ <https://www.facebook.com/groups/fatosecoisasdeantanho/>. A escolha deste grupo, frente a outros com a mesma temática na cidade, se deu em virtude da relevância e importância. Além do Grupo Fatos e Coisas de Antanho do Rio Grande, encontrei os seguintes grupos e páginas que tem por intuito falar sobre aspectos históricos da cidade, através do compartilhamento de narrativas e imagens: Grupo Gostinhos de Infância (11,3 mil membros), Grupo Fotos e Fatos de Rio Grande e Cassino (6,5 mil membros) e as páginas: Rio Grande em Fotos (1.749 curtidas), Álbuns de fotos antigas e contrastes de Rio Grande (606 curtidas), Beira Mar (8.815 curtidas) e Rio Grande Antigo – a cidade (231 curtidas).

¹³⁶ O número de membros do grupo atualiza constantemente. Essas informações são relativas ao dia 21/08/2020.

¹³⁷ Descrição do grupo do *Facebook*. <https://www.facebook.com/groups/fatosecoisasdeantanho/about>

por duas pessoas: R. J. e R. M. S.¹³⁸. É possível afirmar que esse é um dos grupos mais conhecidos, se não o mais conhecido, com o conteúdo voltado para a divulgação da história da cidade, fotos, documentos etc. O Fatos e Coisas de Antanho se tornou uma referência no mundo virtual local, onde as pessoas compartilham suas memórias, experiências e fotos sobre a cidade.

O *Facebook* tornou-se uma plataforma presente na vida de quase todos os indivíduos do século XXI, na era da cibercultura. Segundo Priscila Chagas Oliveira (2017) o *Facebook* é uma rede social que inaugurou um novo tipo de interação digital: “interação multimodal no presente contínuo” (OLIVEIRA, 2017, p. 69), e constitui hoje uma das principais redes sociais utilizadas. O *Facebook* foi fundado em 2004, por Mark Zuckerberg e, “desde sua criação, sua popularidade vem crescendo a ponto de ser considerado, hoje, um dos sistemas com maior base de usuários do mundo” (OLIVEIRA, 2017, p. 70).

Nesse caso, sendo uma rede social com o objetivo de compartilhar informações e gerar conexões (OLIVEIRA, 2017), os conteúdos publicados no *Facebook* podem ser vistos como documentos. Segundo Fábio Almeida (2011) o uso da internet e de suas plataformas e ferramentas para pesquisas históricas ainda é pequena, decorrência da atualidade do tema e da falta de uma metodologia específica. Entretanto, ao entender documento dentro da perspectiva da Arquivologia, como “registro da expressão humana, em suas mais variadas manifestações, independente de seu suporte material” (ALMEIDA, 2011, p. 17), o autor defende que as expressões individuais ou coletivas dentro de um suporte digital, devem ser consideradas “documentos digitais” (ALMEIDA, 2011).

Assim, para Fábio, documento digital “é aquele documento [...] codificado em sistema de dígitos binários, implicando na necessidade de uma máquina para intermediar o acesso às informações. Tal máquina é, na maioria das vezes, um computador” (ALMEIDA, 2011, p. 17). Portanto, as publicações e comentários no Grupo Fatos e Coisas de Antanho do Rio Grande, servem como documentos digitais e, nesse caso, auxiliam na investigação acerca da Fábrica Leal Santos na cidade. Segundo Oliveira (2017), os grupos do *Facebook* são uma das formas de interagir e gerar conexões nessa interface, e funcionam como uma espécie de “tribalização digital” (OLIVEIRA, 2017, p. 70), os usuários são atraídos por temas e assuntos em comum. Segundo Albernaz e Reis (2014), os grupos do *Facebook* funcionam “como

¹³⁸ Optei por usar apenas as iniciais de todos os nomes aqui utilizados. Embora o grupo seja público e aberto, entendo que tais informações preservam a identidade e privacidade dos depoentes.

espaço de fácil acesso e navegação para difusão de informações entre pessoas que compartilham determinados interesses” (ALBERNAZ; REIS, 2014, p. 28).

Thiago Mendes Oliveira (2016) também utilizou o *Facebook*, sobretudo as páginas (*fanpages*), para avaliar o consumo nostálgico do passado. O autor percebeu que as redes sociais são importantes ferramentas e meios que os indivíduos possuem de se relacionar com o passado e de expressar a saudade dos tempos. A partir dessas leituras, que tomam as redes sociais enquanto fontes de análise, é que proponho aprofundar nas narrativas expostas em comentários e publicações sobre a Leal Santos e seus biscoitos.

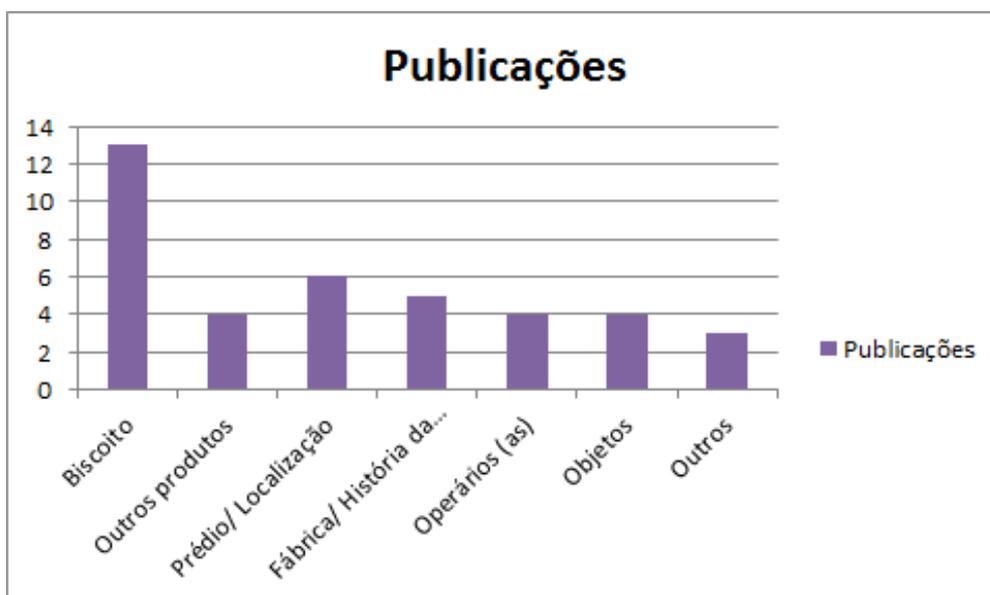
Considerando o grupo aqui analisado, percebo que os quase 30.000 membros são atraídos pelo desejo de compartilhar memórias, fotografias e outros relatos sobre aspectos da história da cidade. Assim, tendo em vista a relevância das mídias sociais para a sociedade contemporânea, considero as publicações no respectivo grupo, e seus comentários, como testemunhos, depoimentos sobre os biscoitos Leal Santos na cidade do Rio Grande. Eles servem como um indício das “migalhas”, das ressonâncias que a fábrica e seus biscoitos deixaram na cidade.

Para realizar essa investigação, a metodologia utilizada foi a Análise de Conteúdo (AC), já utilizada em outras fontes e capítulos da tese. Conforme defendido por Almeida (2011), ainda não há uma metodologia específica para os documentos digitais, e à medida que a quantidade de trabalhos, seja da História do Tempo Presente, ou de outras áreas da História, o campo metodológico fica mais delimitado. Frente a isso, e por entender que a Análise de Conteúdo consegue atender às principais necessidades e objetivos deste capítulo, aplico a AC conforme Bardin (1979) e Moraes (1999). Recapitulando o item “a mensagem por trás dos biscoitos”, do sexto capítulo, reitero que a Análise de Conteúdo, na visão de Bardin (1979), necessita de uma organização, classificação, podendo ter uma análise quantitativa e/ou qualitativa dos dados. Para a aplicação da AC nas postagens do *Facebook* aqui analisadas, iniciei pela organização quantitativa tanto das publicações (35) quanto dos comentários (566).

No caso das publicações, elaborei um formulário pelo *Google Forms*, onde pude acrescentar as seguintes informações: mensagem da publicação (texto), autoria, se ela contém foto junto com o texto, data de publicação, número de curtidas, número de comentários, número de compartilhamentos e, por último, quais temas eram principalmente abordados no

texto da publicação¹³⁹. A partir do preenchimento deste formulário, percebi que o tema mais recorrente nas postagens é sobre os biscoitos da Leal Santos, eles são citados 13 vezes (das 35 analisadas), já os outros produtos (conservas de peixe, frutas, caviar, etc.) foram temas das publicações 4 vezes, tal como é possível visualizar no gráfico (Figura 106).

Figura 106: Quantidade de vezes em que um tema é abordado nas publicações do Grupo Fatos e Coisas de Antanho do Rio Grande (*Facebook*), considerando que uma publicação pode conter mais de um tema.



Fonte: Elaborado pela autora.

Entretanto, cabe aqui ressaltar que nessa contagem, desconsidere a quantidade de vezes que o biscoito foi referenciado em três publicações feitas por mim, a fim de coletar depoimentos e lembranças no grupo. De qualquer forma, percebe-se que o biscoito é mencionado na maioria das publicações, o que demonstra, mesmo que inicialmente, o papel do produto na memória local e no imaginário da fábrica na cidade.

Sobre os comentários destas publicações, eles foram analisados individualmente, levando em conta a mensagem e a publicação vinculada. Tendo em vista que o objetivo principal deste capítulo é responder as questões: “a população rio-grandina se lembra dos biscoitos Leal Santos? Quais são essas memórias? De que forma a fábrica Leal Santos é lembrada na cidade?”; considere apenas os comentários que contêm lembranças sobre a

¹³⁹ Cabe ressaltar que alguns temas se repetem nas publicações, e que uma postagem pode ter mais de um tema abordado em seu texto principal, servindo como uma espécie de “chamada” da publicação. Ou seja, na análise dos temas das publicações o total não corresponde ao número de publicações analisadas (35), pois uma publicação pode conter mais de um tema. Para isso, considerei tanto o texto da publicação quanto às fotos.

fábrica ou seus produtos, que foram 333 (58,84%)¹⁴⁰. Assim, os comentários que não forneciam informações memoriais sobre esses dois aspectos, foram desconsiderados para essa análise, sobretudo em termos quantitativos, totalizando 233 (41,16%).

Convém aqui salientar que muito embora o Grupo Fatos e Coisas de Antanho do Rio Grande no *Facebook* seja um grupo público¹⁴¹, e os comentários e publicações estão abertos para membros e não-membros da rede social, optei por não utilizar os nomes dos autores e nem de qualquer outro que seja referenciado nos comentários. Nesse caso, inspirada no trabalho de Thiago Oliveira (2016) a autoria dos comentários será apresentada como “Interagente” e diferenciada por ordem numérica “1, 2,3” e os nomes citados nos comentários foram removidos¹⁴². Assim, voltando para a categorização de cada comentário, dividi os trezentos e trinta e três comentários contendo lembranças sobre a Leal Santos em onze categorias que considerassem o teor da mensagem principal. A divisão e categorização foram elaboradas da seguinte forma:

¹⁴⁰ Nesse caso, considerei os comentários realizados nas três postagens minhas no grupo, que tiveram o único objetivo de coletar tais informações. As minhas publicações foram desconsideradas apenas para a contagem de vezes em que o tema “biscoito” foi mencionado nas postagens, pois o intuito é avaliar o quanto a fábrica e seus produtos são lembrados pela sociedade.

¹⁴¹ Existem dois tipos de privacidade para grupos no *Facebook*: público e privado. Na primeira opção, qualquer pessoa (mesmo sem o cadastro na rede social) pode ver o que os membros publicam, comentam e compartilham no grupo, mas somente membros do *Facebook* podem ter acesso a informações como lista de membros do grupo e administradores e moderadores do grupo. Na modalidade privado, somente os membros do grupo podem visualizar a lista de membros, as publicações, comentários e compartilhamentos, e apenas pessoas cadastradas no *Facebook* podem ver quem são os administradores e moderadores.

¹⁴² A numeração dos interagentes foi feita ao final do processo de escrita do trabalho, de acordo com a ordem de comentários e publicações utilizadas no corpo do texto. Ou seja, os números dos interagentes se encontram em ordem crescente no texto. Para uma leitura mais harmônica dos comentários, realizei pequenas correções de gramaticais, sobretudo de pontuação, sem que alterasse o conteúdo do texto.

Tabela 5: Categorias criadas para os comentários sobre a Leal Santos, nas publicações do Grupo Fatos e Coisas de Antanho do Rio Grande no *Facebook*, organizadas em ordem decrescente.

Categoria	Descrição e exemplo	Total
Memórias dos operários e do trabalho	Referência a um familiar que trabalhou na fábrica, ou do seu próprio trabalho, descrição da função desempenhada, lembrança do cotidiano do trabalho enquanto funcionário. Exemplo: <i>“Minha mãe trabalhou lá, por volta de 1962, e lembro que tinha uma creche para os filhos de funcionários, mas não tenho fotos. Em 1969, também trabalhei lá, no escritório, e lembro que a empresa mudou de nome. [...]”</i>	101 30,33%
Lembranças dos biscoitos, sabores e histórias	Qualidades, sabores, gostos, onde comprava, quando comia, etc. Exemplo: <i>“Lembro que os biscoitos eram muito gostosos e tinha uns com estampa de bichinhos: galo, galinha, porquinho, coelho. E a gente, quando pequeno, brincava com eles sempre”</i> .	91 27,32%
Lembranças geográficas: prédios, ruas, vizinhos	Onde ficava, como era o lugar, o prédio, vizinhança, lembranças sobre a rua. Exemplo: <i>“Morava em frente. Mais ou menos na terceira janela, era onde tinha um cofre tipo casamata (na demolição da fábrica apareceu e foi ficando...) Faziam uma bolachinha água e sal ótimas. Comprávamos em latas grandes...”</i>	46 13,81%
História da fábrica	Conhecimentos sobre a história da fábrica, seus fundadores, “curiosidades”, lendas, fatos e acontecimentos. Exemplo: <i>“Os donos eram portugueses tinham fábrica aqui, no Rio de Janeiro e em Lisboa!”</i>	25 7,50%
Tristeza, fim das indústrias	Expressões que marcam o descontentamento do fim dos ciclos industriais Exemplo: <i>“Que pecado saber de tantas coisas boas que nossa cidade teve e nada foi pra frente. Cidade morta, cidade que parece que foi amaldiçoada!”</i>	18 5,40%
Lembranças de outros produtos	Sobre outros produtos da Leal Santos: conservas de peixes, frutas, doces, pregos, caviar, etc. Exemplo: <i>“[...] eu comi muito pêssego que era descartado. Só que na minha época (anos 1980), os trabalhadores nos esperavam com os pêssegos em carrinho de mão, colocavam nos baldes que levávamos, e não tinha água e bicarbonato, já era limpinho e descascado, e sem caroço também! [...]”</i>	17 5,10%

Sobre objetos	Lembranças focadas em algum objeto da fábrica (lata, chaveiro, carro de bombeiros) Exemplo: <i>“Quando eu casei se usava enlatar uma parte do andar do bolo. Nós mandamos para a Leal Santos para abrir um ano depois... [...] emocionante, porque era bem prensada na lata na Leal Santos.”</i>	11 3,30%
Outro	Comentários que não se encaixam em nenhuma categoria anterior. Aqui, foi considerado o contexto (publicação) do comentário. Exemplo: <i>“As Bolachas Maria foram criadas por um padeiro inglês para homenagearem um casamento da realeza!”</i>	10 3%
Nostalgia	Expressões sem lembranças concretas sobre algo da fábrica, mas que demonstram aspectos nostálgicos. Exemplo: <i>“Que saudades.....”</i>	7 2,10%
Desconhecimento dos biscoitos	Comentários de pessoas que desconhecem os biscoitos Leal Santos Exemplo: <i>“[...] Mas a grande dúvida era se a Leal Santos fabricava estes alimentos (dúvida minha).”</i>	3 0,90%
Dúvidas	Apenas questionamentos sobre a história da fábrica, sem lembranças aparentes. Exemplos: <i>“Onde localizava-se?”</i> <i>“Alguém sabe em que época foi assim?”</i>	5 1,5%

As categorias (Tabela 5) estão já apresentadas de acordo com a relevância numérica dos comentários. As memórias do trabalho, dos biscoitos e da questão espacial são as mais recorrentes. Através dessa categorização, foi possível identificar os assuntos que são mais evocados através dos textos e imagens compartilhadas nas publicações. Nessa perspectiva, interessante observar que os depoimentos escritos em formas de comentários são narrativas memoriais, lembranças de um passado. Mesmo com frases curtas, o trabalho de memória está ali presente e ativo, evocado através de imagens, textos, e lembranças de outras pessoas. Para o antropólogo Joël Candau (2012), a memória é “acima de tudo, uma reconstrução continuamente atualizada do passado, mais do que uma reconstituição fiel do mesmo” (CANDAU, 2012, p. 9). Ou seja, ela é constantemente atualizada e sofre intervenções que estão totalmente relacionadas com o presente, passado e futuro. No momento da evocação memorial, a lembrança recordada não é aquela que condiz fielmente ao acontecimento: há

sempre uma atualização e transformação tanto da lembrança, quanto do seu discurso no momento da narrativa. Essas alterações memoriais podem acontecer de maneira voluntária ou involuntária, mas são sempre pensadas a partir do tempo presente, levando ainda em consideração o lugar em que tal evocação ocorre; e o fator “para quem” é um ponto de forte influência na narrativa memorial (CANDAU, 2006 e 2012).

A partir das leituras de Candau (2012; 2006), Fentress e Wickham (2003) Daniel Medeiros (2017) afirma que a memória se funda no presente e, portanto, o passado nunca permanece o mesmo. O autor ainda indica que a memória pode ser entendida como um conjunto de representações do passado (MEDEIROS, 2017). Portanto, o que será analisado aqui são releituras de um passado, interpretações realizadas com base no presente, no meio em que se vive, na forma como esta lembrança é compartilhada, e para quem se fala.

Considerando que tais memórias são compartilhadas/socializadas dentro do ciberespaço, e sofrem a interferência de outros indivíduos, cabe salientar que além de memórias individuais, os comentários sobre a Leal Santos são memórias sociais e memórias compartilhadas. Fentress e Wickham (2003, p. 14) argumentam que para uma memória se tornar social, “fala-se dela”, portanto, a socialização dessas memórias através do *Facebook* as torna uma memória social, compartilhada através do ciberespaço. Segundo Renata Albernaz e Marina Reis, “a cibercultura e o ciberespaço, como meio de comunicação, caracterizam as maneiras de viver da atualidade” (ALBERNAZ; REIS, 2014, p. 26).

Esses apontamentos são relevantes na medida em que indicam que as lembranças aqui analisadas não podem ser consideradas como “retratos reais” do passado, mas sim visões, representações, recortes ressignificados constantemente. Entretanto, tal como apontam Fentress e Wickham (2003) tais distorções não podem ser vistas como um defeito da memória, ou como uma forma de descredencializá-la enquanto fonte do passado:

Portanto, a própria memória é subjetiva. Ao mesmo tempo, no entanto, é estruturada por linguagem, ensino e observação, ideias coletivas e experiências compartilhadas, o que também a torna social. Qualquer tentativa sensata de usá-la como fonte histórica deve enfrentar seu caráter subjetivo, mas social, desde o início, não que isso não signifique que não possa levar informações objetivas. Os historiadores sempre consideraram as memórias, relatos de primeira mão e relatos de testemunhas oculares como excelentes fontes históricas, o que é preciso, se não inevitável (FENTRESS; WICKHAM, 2003, p. 14)¹⁴³.

¹⁴³ Tradução livre. Original: Por lo tanto, la memoria es en sí subjetiva nada más. Al mismo tiempo, sin embargo, está estructurada por el lenguaje, la enseñanza y la observación, las ideas colectivas y las experiencias

Cabe também lembrar que a subjetividade está presente em todas as fontes, mesmo as escritas, tal como foi abordado anteriormente nesta tese. Portanto, a importância de demarcar conceitos memoriais auxilia na compreensão da memória enquanto faculdade e fenômeno, que serve como fonte histórica para a análise do passado, ainda que esta memória esteja expressa/narrada em forma de documento digital.

Além disso, ao acompanhar a trajetória da fábrica e do biscoito, até o tempo presente, é possível também preencher algumas lacunas sobre o objeto de pesquisa. Algumas informações, como serão apresentadas no decorrer deste capítulo, corroboram o que já foi apresentado até aqui, e, outras, trazem informações que não seriam possíveis alcançá-las, caso não utilizasse as narrativas memoriais. Essas informações muitas vezes não se limitam à Leal Santos, mas perpassam sobre aspectos da história da cidade e seu cotidiano. Sobre essa relação entre memória, história e cidades, a historiadora Sandra Pesavento entende que:

[...] a história se apodera da memória, social e coletiva, e a retrabalha, preenchendo lacunas, dando voz aos silêncios, revelando sentidos [...] Em se tratando da cidade, a subordinação da memória à história implica no resgate de uma série de temporalidades. O tempo das cidades é múltiplo e está sempre a ser construído, pois a cidade é uma contínua reinvenção do mundo no espaço: desde o tempo do presente, onde se realizam as opções políticas e se decidem as intervenções sobre o urbano, a cidade se reconstrói continuamente, tendo por horizonte o passado e o futuro (PESAVENTO, 2005, p. 14).

Pesavento (2005) reforça a proposta de preenchimento de lacunas, muito embora essa não seja a única possibilidade de uso da memória. Na contínua construção da cidade, as formas de se relacionar com ela, e com suas instituições, também são transformadas. Sendo assim, com a análise dos comentários e suas respectivas categorias, foi possível identificar através das memórias compartilhadas, algumas das lembranças, permanências e ressonâncias sobre a Leal Santos na atualidade. Nesse caso, busco refletir de forma mais aprofundada sobre os comentários, identificando as tessituras memoriais ali descritas com o que foi abordado no trabalho até o momento. Assim como no capítulo dedicado para analisar as propagandas da Leal, Santos & C. na revista *O Malho*, ao invés de investigar as categorias individualmente, proponho desenvolver essa análise qualitativa considerando as principais memórias e

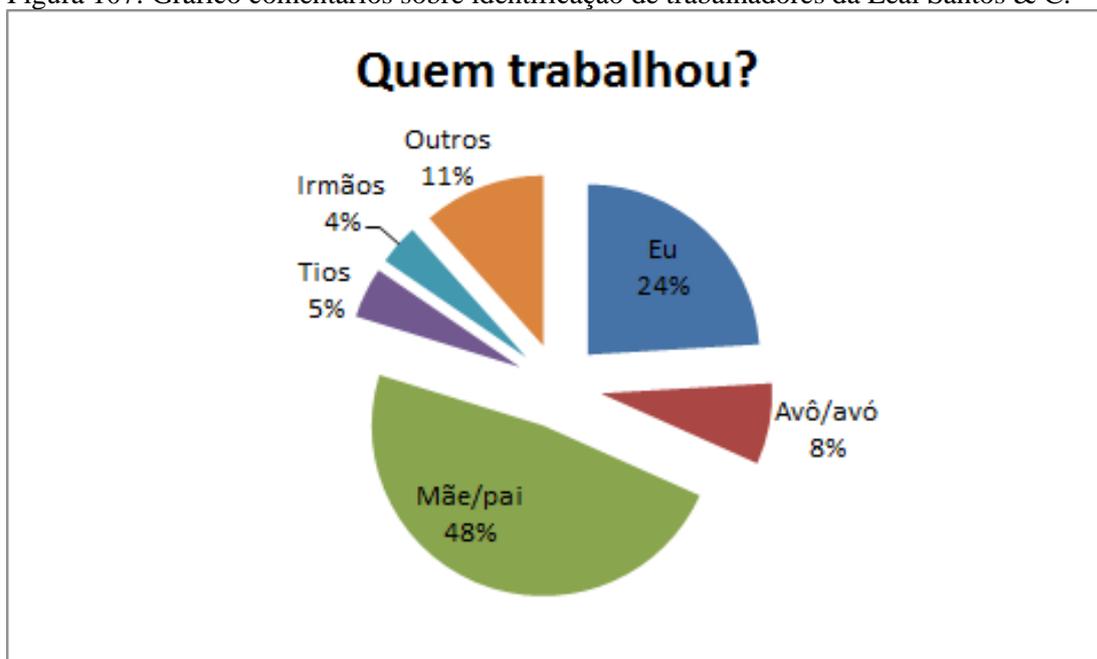
compartidas son otros, lo cual la convierte también en social. Todo intento sensato de emplearla como fuente histórica debe afrontar desde el principio su carácter subjetivo pero social, no que no quiere decir que no pueda llevar información objetiva. Los historiadores han considerado siempre los recuerdos, los relatos de primera mano y el testimonio de los testigos presenciales excelentes fuentes históricas, lo cual es acertado, por no decir ineludible (FENTRESS; WICKHAM, 2003, p. 14).

representações sobre a fábrica, onde os exemplares de cada categoria podem ser analisados em conjunto.

Já em uma análise quantitativa aplicada aos comentários, foi possível perceber que a Fábrica Leal, Santos & C. foi lembrada, na maioria das vezes, como um local de trabalho, seja do (a) próprio (a) autor (a) do comentário, ou de familiares. Foram contabilizados um total de 107 referências a trabalhadores (as) na Leal Santos, nas 35 publicações, e 101 comentários dentro dessa categoria. Em alguns depoimentos o (a) autor (a) identificava mais de um operário, ocasionando a diferença entre o número de comentários da categoria e o número de referências.

Os familiares mais lembrados enquanto trabalhadores da Leal Santos foram mãe e pai, totalizando 48%, seguido pela identificação dos (as) autores (as) como antigos operários da fábrica, com 25%, outros (sogros, primos, amigos e cônjuges) com 11%, avôs e avós com 8%, tios 5% e irmãos 4%, tal como apresenta o gráfico (Figura 107):

Figura 107: Gráfico comentários sobre identificação de trabalhadores da Leal Santos & C.



Fonte: Elaborado pela autora.

O significativo número de comentários que identifica os operários da fábrica pode servir como indicativo da quantidade de trabalhadores por ela empregada durante os 130 anos de existência. É interessante também notar que destes 101 comentários, e 107 referências, nenhum deles remete a trabalhadores que ainda estejam ativos na Leal Santos, ou seja, todas essas pessoas aqui lembradas fizeram parte de outras fases da fábrica. Há também uma ideia de relação indireta nos comentários que mencionam a fábrica com certa afetividade, por ter

sido local de trabalho de algum familiar ou amigo. Como uma espécie de transferência ou de experiência compartilhada, a fábrica é identificada por esses depoentes como parte também de suas vidas, muito embora não tenha sido seu local de trabalho.

Ainda que esses comentários não possuam muitos detalhes sobre a rotina do trabalho, os conhecimentos de cada setor, alguns evidenciam o caráter geracional do trabalho fabril, que por vezes empregou até três gerações da mesma família. Aqui, as memórias individuais e lembranças familiares se entrelaçam com a fábrica. Mesmo que breves, os relatos demonstram peculiaridades da rotina fabril, humanizando os espaços que foram estudados até aqui.

Passando para uma análise do conteúdo desses comentários, e não especificamente de cada categoria, inicio com as lembranças compartilhadas sobre os biscoitos Leal Santos, e suas camadas simbólicas. Esse produto, que guiou o acompanhamento da trajetória da fábrica, é demonstrado através dos comentários de uma forma diferente, mais íntima, mais próxima do cotidiano “fora dos muros” da fábrica.

Sabores dos biscoitos: memória de afeto

Até chegar aqui, acompanhei as várias etapas da vida do biscoito, demonstrando o seu contexto de produção, venda e consumo. Identificando os contextos culturais, sociais e econômicos que possibilitaram a Leal Santos construir sua fábrica de biscoitos; analisando a divulgação da fábrica e de seus produtos; investigando propagandas, imagens, cenas, etc. Depois de compreender todas essas etapas, surge a questão: afinal, como seriam mesmo esses biscoitos? Os relatos aqui analisados apresentam a dimensão sensível desse produto, dando indícios mais próximos sobre o seu consumo, sabor, qualidade e papel na sociedade local.

De todos os biscoitos produzidos pela Leal Santos, aqueles do tipo “Maria”, “Champanhe” e “Água e sal”, ao que parece, foram os mais marcantes. Entretanto, se nos capítulos anteriores as fontes analisadas apontavam para um biscoito vendido e consumido para uma elite, nas lembranças do *Facebook* percebe-se que este não era o único público consumidor, tão pouco os biscoitos eram vendidos apenas em bonitas latas e em embalagens delicadas.

Diversos comentários narram lembranças sobre comprar os biscoitos quebrados a menor custo, vendidos a granel na fábrica. Essas narrativas apontam que as unidades, ou fornadas, com defeitos (quebradas ou queimadas) eram vendidas mais baratas. Aqui cabe lembrar que no sexto capítulo, sobre as propagandas da fábrica, o único anúncio dos biscoitos Leal Santos encontrado no jornal local, *Echo do Sul*, era sobre os biscoitos

quebrados. É possível que, por ser a matriz, a Leal Santos de Rio Grande oferecesse outros serviços para o público, ou, ainda, que o público consumidor (ou público-alvo) da cidade fosse outro, mais popular do que no Rio de Janeiro.

As narrativas sobre a compra de biscoitos quebrados também fornecem detalhes singulares sobre essa prática, informações não encontradas em outras fontes. Ao que consta, eles eram colocados em sacos de papel pardos, também muito lembrados pelos comentários, vendidos por quilo, uma vez na semana¹⁴⁴. Como demonstram os comentários abaixo, havia certa expectativa da comunidade local para comprar as bolachas:

[...] muitas vezes fui com minhas primas buscar, não lembro o dia da semana, as bolachas Maria que quebravam ou que ficavam mais tostadas. Era muito bom, só não lembro se eram doadas para a comunidade ou vendidas mais baratas. Lembro também do porteiro, era um senhor negro muito forte e alto que cuidava o portão e a algazarra da *gurizada*¹⁴⁵

Lembro também que tinha um dia na semana que as bolachas que quebravam ao sair do forno eram vendidas por menor valor para a comunidade. Era muito legal íamos buscar as bolachas quentinhas, fora a farra na fila que se formava.¹⁴⁶

Quando chegava um determinado dia da semana eles vendiam bolachas que não passavam na vistoria, pois estavam quebradas, então o *povão* comprava. Eu fiz isso várias vezes, era uma maravilha, bolachinhas doce Maria, e também as salgadinhas¹⁴⁷

Não só as bolachas Maria eram vendidas assim, mas as outras qualidades também: “eu ia comprar um pacotão de bolachinha doce quebrada. Tinha de bichinhos, bem torradinhas, e eram bem mais baratas por estarem quebradas. Comer com goiabada, tomando leite gelado! *Bah*, era delícia, por isso era bem gordinha!”¹⁴⁸. As do tipo champanhe também eram desejadas: “quando criança morava perto e lembro que uma vez por semana eram vendidas sobras de biscoitos quebrados ao público, eu catava os de champagne que eram verdadeira delícia”¹⁴⁹.

Percebe-se, portanto, que a venda de biscoitos por valores mais baratos incluía várias das qualidades produzidas pela fábrica. Sobre essa prática, é possível entendê-la como uma estratégia de mercado, de venda, mas também demonstra certa exigência de qualidade para os

¹⁴⁴ Há uma imprecisão quanto à periodicidade da venda de biscoitos quebrados na fábrica.

¹⁴⁵ Interagente 1 em abril de 2018.

¹⁴⁶ Interagente 1. em fevereiro de 2017.

¹⁴⁷ Interagente 2. em maio de 2019.

¹⁴⁸ Interagente 3 em março de 2019.

¹⁴⁹ Interagente 4 em agosto de 2017.

biscoitos vendidos nas latas. Esse controle de qualidade agregava valor ao biscoito na lata, que não só tinha a embalagem mais elaborada, mas a qualidade dos seus biscoitos era maior.

É interessante também verificar que as lembranças sobre os biscoitos demonstram um pouco da rotina dessas famílias, e as várias formas de consumo do produto: “ainda criança ia com a mãe comprar a bolacha escolar: era uma bolacha maria grande, a minha mãe recheava com goiabada e eu levava na merendeira, lá pelos idos de 64”¹⁵⁰; “adorava apertar bolacha Maria com bastante manteiga só pra ver a manteiga sair pelos furinhos”¹⁵¹. Esses depoimentos, assim como o apresentado anteriormente: “Comer com goiabada, tomando leite gelado!”, colocam o produto tão analisado nesta tese em contexto de vida, de uso e reforçam o que defende Corção (2006, p. 4), ao dizer que “a memória gustativa está associada ao cotidiano dos indivíduos”.

É também aquilo que Denise Amon e Renata Menasche (2008) nomeiam como voz da comida, que “manifesta a memória de sabores e vivências da comunidade em que passou a infância e a adolescência. Se a comida é uma voz que expressa significados, como a fala, ela pode contar histórias” (AMON; MENASCHE, 2008, p. 17). E ao escutar essas histórias, percebo as ressonâncias da Leal Santos que apontam sobre o papel desempenhado e ocupado pela fábrica na cidade, e nos seus moradores, pois “a comida é um importante meio para rememorar a infância” (TAVARES, 2018, p. 23).

Ao atentar sobre o exercício memorial, nota-se que a percepção sensorial desempenha um fator essencial. Algumas lembranças remetem aos cheiros, texturas dos biscoitos: “deliciosas essas bolachas, muito compramos, e o cheirinho era maravilhoso de bolachas novinhas saindo do forno, bem tostadinhas!”¹⁵². Em termos de textura do biscoito, de percepção e sensação, tem-se a *crocância* do biscoito, “[...] bolachas salgadas Leal Santos, muito comemos quando crianças. Deliciosas e crocantes. Saudades”¹⁵³, mas também outra: “[...] produziam a melhor bolacha Maria da época, que se derretia na boca”¹⁵⁴. Sobre tais sensações, tanto o olfato quanto a textura são lembrados pelas narrativas. O olfato desempenha um papel primordial durante a alimentação e na própria relação com a comida (RIBEIRO, *et al*, 2015), pois, como aponta Kant (1979, p. 41) “o cheiro da comida é uma

¹⁵⁰ Interagente 5 em maio de 2019.

¹⁵¹ Interagente 6 em maio de 2019.

¹⁵² Interagente 7 em abril de 2018.

¹⁵³ Interagente 8 em fevereiro de 2020.

¹⁵⁴ Interagente 9 em fevereiro de 2017.

espécie de sabor preliminar” (apud GIARD, 2013, p. 240). Além disso, ele também funciona como um evocador de memória (RIBEIRO, *et al*, 2015), como uma forma de armazenamento daquele instante.

Aqui, portanto, percebe-se alguns exemplos do trabalho da memória, onde a referência à Leal Santos e aos seus biscoitos, traz à tona uma memória gustativa e olfativa. É aquilo que Pollak (1989), ao referenciar Dominique Veillon, entende por ponto de referência de ordem sensorial das memórias individuais: “o barulho, os cheiros, as cores” (POLLAK, 1989, p. 9). Ao socializarem essas memórias, fortalecem suas lembranças individuais, na mesma medida que fornecem informações sobre o cotidiano, sobre os biscoitos Leal Santos.

“Lembro que os biscoitos eram muito gostosos e tinha uns com estampa de bichinhos galo, galinha, porquinho, coelho. E a gente, quando pequeno, brincava com eles sempre antes de degustá-los. É uma das minhas boas lembranças”¹⁵⁵. Não há como não lembrar, nesse caso, da narrativa de Proust sobre as saudosas Madeleines:

Mas no mesmo instante em que esse gole, misturado com os farelos do biscoito, tocou meu paladar, estremeci, atento ao que se passava de extraordinário em mim. Invadira-me um prazer delicioso, isolado, sem a noção de sua causa. Rapidamente se me tornaram indiferentes as vicissitudes da minha vida, inofensivos os seus desastres, ilusória a sua brevidade, da mesma forma como opera o amor, enchendo-me de uma essência preciosa; ou antes, essa essência não estava em mim, ela era eu.[...] E de súbito a lembrança me apareceu. **Aquele gosto era o do pedacinho de madeleine que minha tia Léonie me dava aos domingos pela manhã em Combray** (porque nesse dia eu não saía antes da hora da missa), quando ia lhe dar bom-dia no seu quarto, depois de mergulhá-lo em sua infusão de chá ou de tília. [...] **E logo que reconheci o gosto do pedaço da madeleine mergulhado no chá que me dava minha tia** (embora não soubesse ainda e devesse deixar para bem mais tarde a descoberta de porque essa lembrança me fazia tão feliz), **logo a velha casa cinzenta que dava para a rua, onde estava o quarto dela, veio como um cenário de teatro se colar ao pequeno pavilhão**, que dava para o jardim, construído pela família nos fundos (o lanço truncado que era o único que recordara até então); e com a casa, a cidade, da manhã à noite e em todos os tempos, a praça para onde me mandavam antes do almoço, as ruas aonde eu ia correr, os caminhos por onde se passeava quando fazia bom tempo (PROUST, 1913, pp. 28-29-grifos meus).

Proust traduz na sua obra “Em busca do tempo perdido” aquilo que a comida pode despertar em termos sensitivos e memoriais, e a importância deste autor foi analisada em vários trabalhos (CORÇÃO, 2006; GIARD, 2013; RIBEIRO, *et al*, 2015). A fala de Proust é um dos exemplos que atestam que um instante, um cheiro, ou um sabor, podem transportar o

¹⁵⁵ Interagente 10 em fevereiro de 2017.

indivíduo para outro tempo, um tempo de saudade. Nesse caso a comida funciona como uma ponte, possibilitando a conexão dos tempos. No caso dos biscoitos Leal Santos, as lembranças saudosas do biscoito, não são evocadas pela possibilidade de comê-los, mas elas possibilitam, de alguma forma, (re)experimentar as sensações que aquele momento despertava. Falar sobre os biscoitos desperta aos depoentes algumas dessas experiências, que ao mesmo tempo demonstram a presença de um momento lúdico, reforçam as variedades de consumo, de relação com esse produto. As memórias dão indícios sobre os gestos, os cenários e os momentos onde os biscoitos eram inseridos na vida de quem os consumia.

Luce Giard (2013) no livro *A invenção do cotidiano*, disserta sobre a importância dos sentidos e sensações na relação com a comida. Para o autor, “cada hábito alimentar compõe um minúsculo cruzamento de histórias” (GIARD, 2013, p. 234) e, ao estudar algumas histórias, ele percebe como a sutileza dos detalhes cotidianos pode marcar a memória e identidade dos indivíduos. Um dos aspectos percebidos pelo autor é o papel da figura feminina, nomeadamente a materna, na alimentação. Nesse sentido, através da análise dos comentários pude perceber a forte influência de mães e avós na introdução do biscoito Leal Santos na vida dos depoentes, seja através do comer em conjunto, ou de comerem na casa dessas matriarcas. Dentro da categoria “Lembranças dos biscoitos”, mães e avós são referenciadas mais vezes¹⁵⁶ do que pais e avôs¹⁵⁷, sobre a compra ou consumo dos biscoitos. Apresento aqui alguns exemplos:

A melhor bolachinha Maria. Aliás, era a única que existia no RS. Eu era pequeno nos anos 50 e a Maria custava caro. Quando minha mãe comprava, eu comia pelas bordas lentamente para que ela durasse bastante.¹⁵⁸

Era pequena e lembro que minha mãe comprava!¹⁵⁹

Minha mãe comprava estas bolachas em uma linda embalagem. Lembranças boas¹⁶⁰

Eu ia com minha mãe comprar bolacha!¹⁶¹

Bah que legal, muito bom relembrar. Quando eu ia na casa da minha vó sempre tinha.¹⁶²

¹⁵⁶ Referenciadas 14 vezes.

¹⁵⁷ Referenciados 4 vezes.

¹⁵⁸ Interagente 11 em junho de 2018

¹⁵⁹ Interagente 12. em março de 2019.

¹⁶⁰ Interagente 13. em agosto de 2017.

¹⁶¹ Interagente 14. em agosto de 2017.

¹⁶² Interagente 15 em agosto de 2015.

Convém lembrar que o papel feminino ligado à alimentação está diretamente relacionado às questões de gênero e do papel da mulher dentro da sociedade patriarcal. “Essa estreita vinculação prossegue durante a existência humana devido à divisão sexual do trabalho, segundo a qual o processamento de refeições constitui tarefa da mulher” (ROMANELLI, 2006, p. 336). Assim, as memórias de comida, as lembranças gustativas, fortalecem o papel da mulher na alimentação e muitas vezes acabam constituindo-se como referências: “a comida de mãe”, “a comida de vó”. Nesse caso, ainda que o biscoito Leal Santos não seja uma receita caseira, e sim um produto industrial, aponta como mães e avós foram responsáveis pela introdução desse alimento, e, ainda como são rememoradas durante os depoimentos.

Em suma, nós comemos o que nossa mãe nos ensinou a comer - ou o que a mãe de nossa mulher lhe ensinou a comer. Gostamos daquilo que ela gostava, do doce ou do salgado, da geleia de manhã ou dos cereais, do chá ou do café, do azeite de oliva...é mais lógico acreditar que comemos nossas lembranças, as mais seguras, temperadas de ternura, de ritos, que marcaram nossa primeira infância (GIARD, 2013, p. 249).

A influência feminina e maternal era também explorada pela própria fábrica Leal Santos em suas propagandas, tal como apresentado no sexto capítulo, onde as crianças aparecem em cenários onde seus pais incentivam o consumo dos biscoitos. Ou seja, tais questões continuam sendo demonstrativos do âmbito do consumo do biscoito Leal Santos, sobre o público-alvo e consumidor. As recordações aqui analisadas estão mais voltadas para uma memória cotidiana, para o rotineiro, e para o mais popular, sobretudo nos relatos dos biscoitos quebrados: seja comendo pelas beiradas, como merenda escolar, ou nas refeições em casa e na casa de familiares. “Por isso os gestos, os objetos, as palavras que vivem no cotidiano de uma simples cozinha também têm tanta importância” (GIARD, 2013, p. 286). Nesse cotidiano, as bolachas e biscoitos parecem ter feito parte de algumas refeições, e da infância de muitos moradores locais do período.

A ausência do biscoito no presente, a impossibilidade de voltar a comê-los, coloca o biscoito em uma categoria mais simbólica, de representação do passado, da infância e da relação com familiares. Essa distância entre presente e passado colabora para que o biscoito ganhe valores e camadas simbólicas, afetivas, que se fortalecem na narrativa social compartilhada das publicações. Mesmo não tendo por objetivo analisar a relação entre memória e comida, a partir dessa perspectiva, é possível vislumbrar os caminhos percorridos por esse biscoito, enquanto mercadoria. Além disso, não são quaisquer comidas, mas sim o biscoito da fábrica aqui analisada. Ou seja, tais narrativas demonstram, em um cenário mais

sensível e cotidiano, a repercussão da fábrica com o seu entorno, como ela entra na vida da comunidade onde está inserida.

Os comentários propiciam ainda outras reflexões, um deles é o valor memorial também das latas. A importância das embalagens dos biscoitos em latas de folha-de-flandres, para a duração dos biscoitos e pelo valor simbólico, o que já foi previamente discutida na tese. Alguns comentários fortalecem essa relevância, como é o caso dos seguintes:

“[...] excelentes embalagens (latas) luxuosas como nunca mais vi...Lembro uma (entre outras) com um belíssimo veleiro estampado na tampa!”¹⁶³

“Minha mãe trabalhou nesta fábrica. Lembro-me de uma lata de biscoitos com a estampa de um presépio”¹⁶⁴.

“Faziam uma bolachinha água e sal ótimas. Comprávamos em latas grandes”¹⁶⁵.

“Tenho uma lata guardada com muito carinho. Está velhinha, mas guarda meus cartões postais...”¹⁶⁶”

“Minha avó guardava fotos nestas latas!”¹⁶⁷”

As embalagens detinham, assim como hoje, não só a função de armazenar e proteger o alimento, mas também de “chamar a atenção e convencer os novos consumidores” (BOGUSZEWSKI, 2012, p. 4). As latas eram propositalmente confeccionadas para serem atrativas, com desenhos e figuras que auxiliassem no processo de venda. Entretanto, depois do encerramento da vida do biscoito, parecem também servir como mediadores das memórias da fábrica Leal Santos e seus biscoitos, marcando as reminiscências de alguns riograndinos.

Os novos usos das latas indicam uma permanência na ausência do biscoito. Enquanto produto alimentício, e perecível, o biscoito não pode ser guardado, preservado do tempo. Mas a lata indica que ali “jaz” os biscoitos, são testemunhas desse tempo, do seu consumo, servem como pontes de memória e narrativas de passado. Segundo Octave Debarry os objetos materiais “[...] permitem uma passagem de testemunho cuja indefinição [...] abre à redefinição possível do passado” (DEBARY, 2010, p. 7).

No comentário “verdade as embalagens dos biscoitos [...] eram muito bonitas, mas, para nós eram comuns, uma pena [que] não guardei nenhuma”, o depoente demonstra o desejo e a frustração de não ter, naquela época, entendido a importância e de ter guardado a

¹⁶³ Interagente 16 em abril de 2018.

¹⁶⁴ Interagente 17 em fevereiro de 2017.

¹⁶⁵ Interagente 18 em março de 2019.

¹⁶⁶ Interagente 19 em setembro de 2019.

¹⁶⁷ Interagente 20 em setembro de 2019.

embalagem. O fato de serem comuns, segundo sua fala, atestam para algo do cotidiano, para objetos que faziam parte do inventário de objetos que nos cercam (MOLES, 1972). A presença da fábrica e dos seus biscoitos na vida do depoente atesta que:

[...] é no cotidiano que podemos notar a fluidez de fronteiras no contorno de uma comunidade. Isso faz com que a comida rotineira seja uma voz rica à escuta do caráter plural nas identidades e, com isso, da memória social de uma comunidade (GIARD, 2013, p.19).

Ter uma lata guardada provavelmente significaria ter em mãos um testemunho, uma prova, uma ponte de memória, uma conexão com o passado onde o biscoito fazia parte. “Elas funcionam, portanto, como “pontes” de uma memória coletiva ou individual” (DEBARY, 2010, p. 7). Os comentários e publicações do *Facebook* também demonstram os novos usos dessas latas, que além de guardarem cartões-postais, segundo o depoimento do Interagente 19 apresentado anteriormente, também eram utilizadas para outras ocasiões especiais, conforme conversa entre duas depoentes nos comentários:

“Quando eu casei se usava enlatar uma parte do andar do bolo. Nós mandamos para a Leal Santos para abrir um ano depois”¹⁶⁸.

“[...] que bacana comer o bolo do casamento um ano depois!”¹⁶⁹

“[...] emocionante, porque era bem prensada a lata na Leal Santos”¹⁷⁰.

Aqui, não se trata exclusivamente da lata para guardar o bolo, mas do serviço da própria fábrica, ao levarem para ela realizar o fechamento seguro da lata. Convém lembrar que o bolo de casamento tem um alto valor simbólico, servindo como “um alimento de identidade, [...] como patrimônio identitário do momento, assim, ele reflete o simbolismo tradicional e é o elemento chave para registrar e marcar o ato” (MACEDO, 2018, p. 24). Portanto, cabe ressaltar que o bolo do casamento não pode ser visto como um alimento comum, de uma cerimônia também comum. O casamento é um dos importantes ritos de passagem na vida social (SCHNEID, 2015), e a participação da fábrica Leal Santos nesse momento pode configurar uma relação também importante e afetiva. O depoimento também dá indícios de que essa não era uma ação isolada, mas possivelmente realizada por outros riograndinos (as). Nesse aspecto, tal relato evidencia relações da fábrica com a comunidade, e as diversas formas de rememorar-la.

¹⁶⁸ Interagente 21 em março de 2019.

¹⁶⁹ Interagente 22 em março de 2019. Este comentário, apesar de não apresentar informações sobre a fábrica ou biscoitos e, assim, não ter sido considerado para as contagens, apresento aqui para contextualizar o diálogo entre as depoentes.

¹⁷⁰ Interagente 21 em março de 2019.

Outro fator nas reminiscências da Leal Santos também merece ser analisado: a referência como a primeira fábrica de biscoitos do Brasil e a inventora das bolachas Maria. Essa bolacha foi lembrada especificamente em 15% dos comentários sobre na categoria “Lembranças dos biscoitos: memória de afeto”. Das 32¹⁷¹ publicações analisadas sobre a Leal Santos, três indicam:

“A primeira Fábrica de Biscoito do Brasil Leal Santos criando as Bolachas Maria 1890. Alguém lembra?”¹⁷²

“Vocês sabiam que A primeira Fábrica de Biscoito do Brasil era em Rio Grande a Leal Santos criando as Bolachas Maria 1889”¹⁷³

“Leal Santos SA Primeira fábrica de biscoitos do Brasil fundada em 1822 Rio Grande RS. Primeira a fabricar bolacha Maria no Brasil. Fabricava suas embalagens próprias litografadas. Fábrica foi fundada em Rio Grande por um português, Francisco Marques Leal Pancada (1822-1903). A fábrica começou por produzir vários tipos de conservas de legumes, carne, etc. Em 1904 tinha já ganho 3 medalhas de Ouro na Exposição de S. Louis e em 1908 teve 600 funcionários”¹⁷⁴.

A média de curtidas nas publicações da Leal Santos é de 137,4, sendo que, as duas últimas acima referenciadas, foram as que numerosas: com 503 e 647. O significativo número de curtidas nessas duas publicações atenta para a hipótese da alta recepção que tal informação, ainda que não verdadeira, tem na cidade. Os comentários reforçam essa visão na medida em que confirmam: “eu já sabia” ou “eu não sabia, que legal!”, são exemplos de comentários que acabam fortalecendo a informação. Entretanto, o moderador do grupo no *Facebook*, alertou os membros de que essa informação não é verídica e trata-se mais de uma lenda urbana¹⁷⁵. Mas comentários como “São os inventores das bolachas Maria!”¹⁷⁶ e “Criadores da "bolacha maria”¹⁷⁷ demonstram como essa informação está presente e é em parte reforçada por alguns moradores.

“As lendas urbanas são narrativas coletivas carregadas de efeitos de verdade e de apelo à autoridade que fazem parte do conhecimento popular e da cultura informal” (DION, 2008, p.1). No caso desta, trata-se de uma lenda urbana que coloca a cidade e a fábrica em

¹⁷¹ Desconsiderando aqui as três publicações de minha autoria

¹⁷² Interagente 23. em junho de 2018.

¹⁷³ Interagente 24. em abril de 2018.

¹⁷⁴ Interagente 25 em setembro de 2019.

¹⁷⁵ “Isto é mais uma das lendas urbanas da cidade, se procurares nos arquivos do grupo vais ver a resposta para esta desconstrução da lenda e a realidade, não somos os criadores das bolachas Maria, tão pouco os primeiros a fabricar biscoitos!” Comentário do moderador em abril de 2018.

¹⁷⁶ Interagente 26. em fevereiro de 2017.

¹⁷⁷ Interagente 27 em março de 2019.

lugar de destaque, diferenciando-as das demais lendas urbanas que normalmente envolvem narrativas pitorescas e misteriosas (LOPES, 2017). Existe um orgulho por trás desses comentários e dessa história que sustentam a importância da cidade, por ter abrigado uma fábrica de tamanha relevância como a primeira fábrica de biscoitos do Brasil e a inventora das bolachas Maria. Mas muito além de desmistificar essa crença, cabe pensar que ela é também uma das ressonâncias da Leal Santos na cidade, e reflete a forma como os riograndinos se envolvem com ela. Percebo que essas referências estão diretamente ligadas ao orgulho do passado industrial, a ideia nostálgica de uma cidade que já abrigou diversas fábricas. Assim, faz sentido a afirmação de Sylvie Dion (2008) acerca da lenda urbana ao dizer que “mais do que uma simples narrativa visando divertir um auditório, explora os valores morais de uma comunidade” (DION, 2008, p. 3).

Ou seja, ainda que a Leal Santos não tenha sido a primeira fábrica de biscoitos do Brasil, tal como foi apresentado no decorrer desse trabalho, ela teve sim relevância industrial no setor no período. O ato de aumentar ou dar mais ênfase à sua importância ou pioneirismo, indica como a fábrica era, e ainda é percebida pela comunidade local. O comentário: “Lembro-me de um longo período em que as bolachas Maria, feitas na Leal Santos, eram tão conhecidas no Brasil (talvez as primeiras do gênero) que criaram uma expressão para quando algo era de domínio público: ‘tão conhecido como as bolachinhas Leal Santos!’”¹⁷⁸ serve para refletir sobre a popularidade que os biscoitos tinham, e como eles faziam parte da vida cotidiana da cidade, inclusive em expressões populares.

Voltando às discussões sobre representação, ao retomar que “indivíduos e grupos dão sentido ao mundo por meio das representações que constroem sobre a realidade (PESAVENTO, 2005, p. 21)”, é possível pontuar que tanto a ideia de primeira fábrica do ramo e inventora das bolachas Maria, como a expressão popular, esboçam as formas de representação da Leal Santos em Rio Grande. A fábrica virou um símbolo do passado industrial, do potencial e importância da cidade, alimentando um sentimento de orgulho e nostalgia. Nesse caso, pouco importa se a fábrica é ou não pioneira nesse sentido, mas sim perceber as migalhas deixadas por ela durante a produção desses biscoitos, e as formas de representação.

Percebo, ainda, que o consumo dos biscoitos Leal Santos, e a forma com que hoje são lembrados, os transformaram em um biscoito afetivo, em comida afetiva. Não apenas um

¹⁷⁸Interagente 28 em agosto de 2017.

biscoito que substituiu o produto estrangeiro, mas um produto que fez parte do cardápio alimentar de muitas pessoas. Segundo Tavares (2018, p.18), “por comida afetiva entende-se que são caminhos a serem percorridos, caminhos capazes de agregar sentimento afetivo”. Para Luce Giard (2013), as comidas da infância têm um forte papel identitário e mnemônico, carregando narrativas e lembranças armazenadas em uma comida que muitas vezes existe apenas no campo da memória, como é o caso do biscoito. Segundo o autor, com o passar do tempo o acesso a essas lembranças fica ainda maior, fazendo “o velhinho recuperar naturalmente os gostos da infância” (GIARD, 2013, p. 254).

Ao se tornar comida afetiva, os biscoitos Leal Santos ganham outras camadas simbólicas, “sabores da felicidade perdida, doces sabores do tempo passado” (GIARD, 2013, p. 255). “Posso viver 100 anos, mas não comerei nunca melhores bolachas do que as da Leal Santos!”¹⁷⁹. O gosto da saudade, dos sabores da infância carregam parte do discurso e das formas de relembrar e representar a fábrica na cidade. Saliento ainda que tais lembranças não sejam o passado real, e sim uma representação, uma interpretação, e continuam indicando para o papel ocupado pela fábrica e seus biscoitos na cidade e na vida de seus moradores. Os comentários aqui analisados traduzem parcelas, interpretações, versões de um passado que é constantemente atualizado. Pelas narrativas, fica mais perceptível a forma como o biscoito era consumido, vendido, e hoje lembrado pelos (as) riograndinos (as).

Para além do cenário doméstico íntimo e familiar, as narrativas dos comentários também demonstram outros aspectos da fábrica e da cidade, em lembranças sobre a vida urbana, a rotina da cidade e a fábrica. Serão esses comentários que analisarei a partir de agora.

Rotina da fábrica e da cidade

Nem só os sabores e a saudades dos biscoitos são referenciados nas lembranças. Os comentários das publicações também fornecem informações relevantes sobre aspectos da vida urbana e da rotina fabril, apresentando detalhes do cotidiano que envolvem a Leal Santos. Uma das contribuições é a possibilidade de delinear uma espécie de cenário geográfico ao redor da fábrica. A Leal Santos funcionou durante a maior parte do tempo em prédios localizados na Rua Aquidaban, conforme já mencionado anteriormente. Trata-se de uma rua nos arredores do Hospital Santa Casa de Misericórdia, que fica cerca de 350m de onde era a Leal Santos.

¹⁷⁹ Interagente 29 em setembro de 2019.

Muitas pessoas moravam ao redor da fábrica, sobretudo os trabalhadores, pois como já dito anteriormente, a Leal Santos possuía também uma vila operária. Alguns depoimentos no *Facebook* referenciam esses lugares como “corredores do biscoito” ou “corredores da Leal Santos”:

“Minha avó trabalhou na fábrica e morou no corredor do biscoito (como ela chamava)”¹⁸⁰.

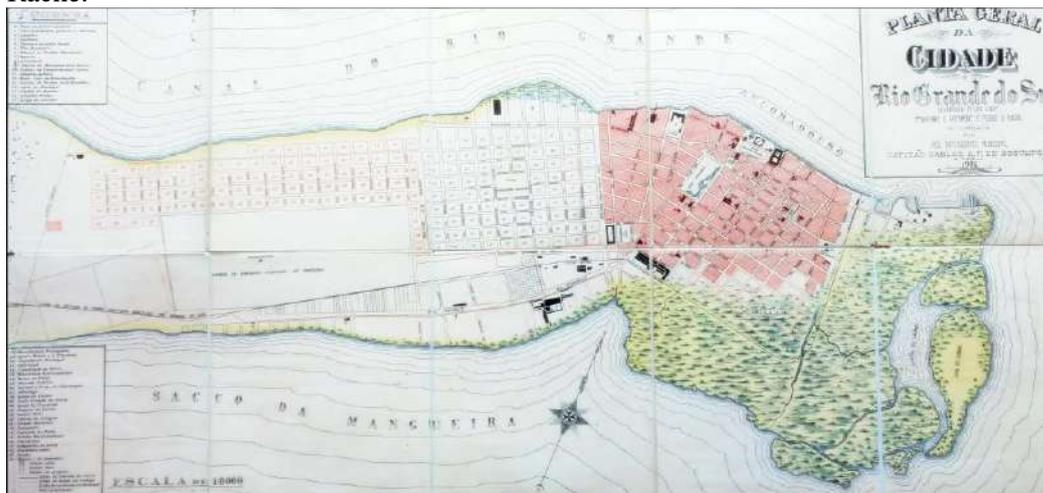
“Conheci uma amiga morava no Corredor da fábrica, bolachinha gostosa”¹⁸¹.

“Meu pai [...] trabalhou [na *Leal Santos*] até falecer. Morávamos no corredor do Leal Santos, ao lado do café São Domingos, rua Aquidaban 744 casa 11. Minha mãe também trabalhou no Leal Santos”¹⁸².

Os comentários no grupo demonstram que muitas pessoas se recordam da fábrica e de seus produtos pela questão geográfica: vizinhos, amigos de vizinhos, filhos de trabalhadores. Algumas dessas lembranças estão mais voltadas para os cenários da rua, dos prédios, dos estabelecimentos que tinham ao redor da fábrica, e também dos cheiros dessas redondezas. Também fornecem detalhes interessantes, em espécies de mapas memoriais da cidade.

Em uma planta geral da cidade (Figura 108), de 1904, é possível localizar melhor a zona urbana que eles estão se referindo. Para facilitar a visualização, recortei a planta nas proximidades da Leal Santos (Figura 109):

Figura 108: Planta geral da cidade do Rio Grande, 1904. Escala 1:8000. Antônio de Chermont e Pedro Rache.



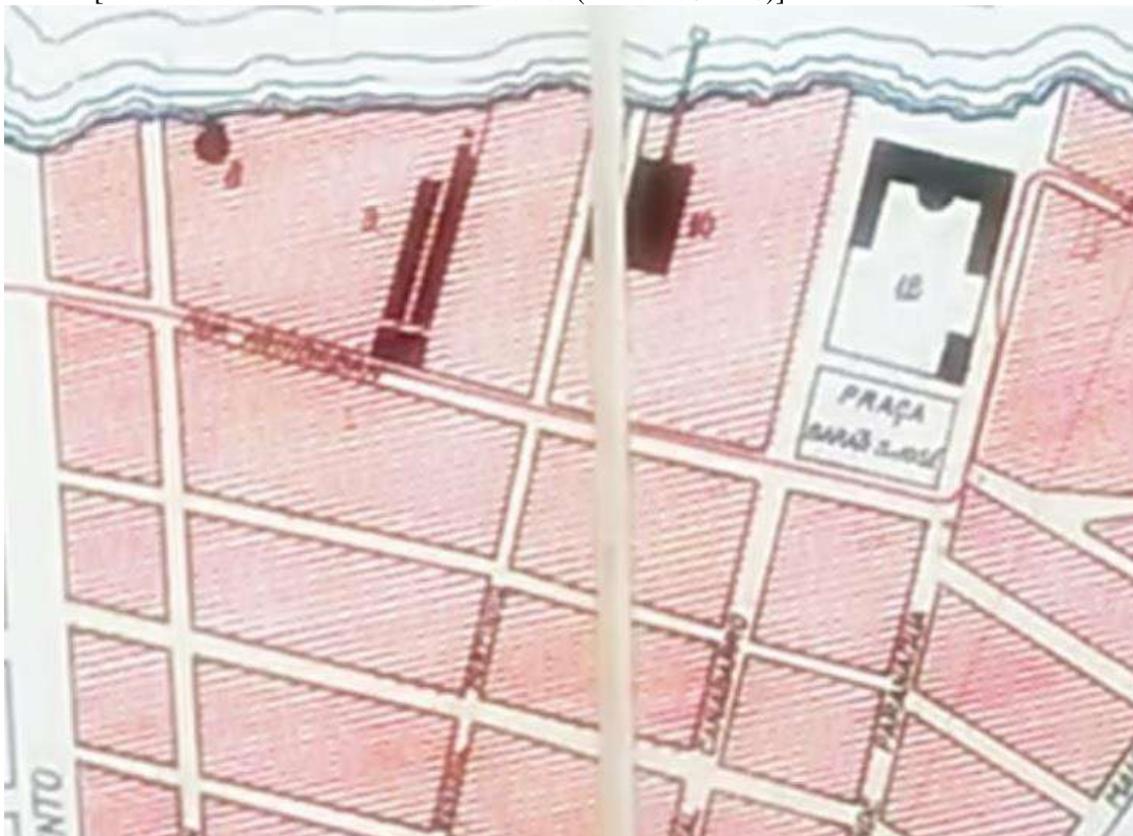
Fonte: Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul

¹⁸⁰ Interagente 30 em junho de 2018.

¹⁸¹ Interagente 31 em maio de 2019.

¹⁸² Interagente 32 em agosto de 2017.

Figura 109: Planta geral da cidade do Rio Grande, 1904. Escala 1:8000. Antônio de Chermont e Pedro Rache. [Em detalhe - Zona da Leal Santos & C. (números 9 e 10)]



Fonte: Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul.

Neste detalhe visualizam-se quatro localidades numeradas (da esquerda para direita): 8 (lavanderia), 9 (Fábrica de Biscoitos Leal Santos), 10 (Fábrica de Conservas Leal Santos) e 12 (Hospital Santa Casa de Misericórdia). As duas fábricas da Leal Santos estão separadas pela rua General Portinho, e se localizam na rua Aquidaban. Com base nos depoimentos, suponho que o “corredor do biscoito” ou “corredor da Leal Santos”, era justamente na Rua General Portinho. Outro aspecto interessante desta imagem é que ilustra a proximidade da fábrica com a Lagoa dos Patos e do ancoradouro local. Na fábrica de conservas (legenda número 10), nota-se, inclusive, uma espécie de trapiche que liga a fábrica com a lagoa, facilitando o escoamento e recebimento de produtos, sobretudo de pescado. Sobre isso, este comentário descreve um pouco a rotina da fábrica:

Tinha a Leal Santos biscoito, dessa foto, e na mesma rua esquina Portinho ficava a fábrica de pescados e compotas que era muito grande e dava fundos para o cais onde ficava ancorado seu barco pesqueiro “Guanabara”. O peixe era transferido para o interior da fábrica através de uma vagoneta sob trilhos feitos de madeira, cansei de assistir quando ia brincar, quando criança, no

campo de futebol que existia onde hoje está Hospital Universitário, no local da fábrica hoje abriga o prédio da UNIMED¹⁸³.

O depoente consegue fornecer detalhes da rotina da Leal Santos, possibilitadas pela convivência com aquele espaço. Brincar no campo de futebol perto da fábrica propiciou que o depoente observasse esse cenário de forma mais atenta. Karla Nazareth-Tissot (2017), em seu trabalho de mestrado, analisou a percepção memorial e nostálgica que os indivíduos possuem com espaços e lugares da cidade. Utilizando referências da geografia humanista, a autora defende que os espaços frequentados em uma cidade, através do movimento e deslocamento do corpo do indivíduo, podem transformá-los em lugares através do afeto. Fazendo essa diferenciação entre espaço e lugar, a partir de Tuan (1983), a autora afirma que:

[...] o espaço é liberdade, é conquistado através do movimento com a ajuda dos órgãos sensoriais. O lugar, por outro lado, é uma espécie de objeto em que se pode entrar ou morar, onde os sujeitos materializam seus sentimentos, atribuem valor e/ou satisfazem suas necessidades biológicas básicas (NAZARETH-TISSOT, 2017, p. 24).

Portanto, cabe pensar que a fábrica e seus arredores transformaram-se em lugares na vida de muitos(as) riograndinos(as). A ocupação desse espaço fabril na sua vida cotidiana atribui a ele um sentido identitário, de pertença, de posição no mundo. Ela deixa de ser apenas uma fábrica, para tornar-se referência de tempo, de vida e de lugar. Nesse sentido, através dos comentários percebo que as lembranças mais fortes e detalhadas sobre a posição geográfica da Leal Santos e de sua rotina, são aquelas vindas de pessoas que a frequentavam, que tinham a fábrica como o seu lugar – dentro da perspectiva de Nazareth-Tissot (2017). Essa frequência, analisando os comentários, normalmente acontece por morar nas proximidades ou por ter familiares que trabalhavam na fábrica.

Assim como o depoimento supracitado, existem outros que criam tessituras memoriais entre a fábrica e a infâncias, entre o lugar e a lembrança. É o caso dos comentários seguintes, que dialogam sobre o hábito de procurar pêssegos descartados na Leal Santos:

Existe uma história, por trás dos pêssegos Leal Santos, que pouquíssimas pessoas conhecem. Havia, nos fundos das fábricas, o descarrego dos carrinhos da linha de produção. Algumas crianças, meus irmãos e primos revirávamos o que era jogado fora, na busca de (pasmem) pedaços de pêssego abandonados, em grande quantidade por estarem rasgados ou outros defeitos. Eram tirados do meio de uma lama de água e bicarbonato, aplicado para deixar o pêssego lisinho. Lavávamos e nossa prima N. fazia uma sopa

¹⁸³ Interagente 4 em janeiro de 2017.

doce, com arroz, uma delícia. Nos janeiros e fevereiro, comíamos muito. Eram os anos 50. Histórias que a vida conta¹⁸⁴.

[...] eu comi muito pêssego que era descartado. Só que na minha época (anos 1980), os trabalhadores nos esperavam com os pêssegos em carrinho de mão e colocavam nos baldes que levávamos. Não tinha água e bicarbonato, já era limpinho, descascado e sem caroço também! Praticamente todos os dias nós estávamos lá pegando pêssegos que não passavam no controle de qualidade¹⁸⁵!

A diferença de trinta anos entre as duas lembranças evidencia a passagem do tempo na vida de cada um, mas também da fábrica. Se nos anos 1950 o descarte do pêssego era feito de uma maneira mais rudimentar, nos anos 1980 a realidade é outra. Mas é interessante observar que nas duas narrativas os depoentes incluem a fábrica como um lugar de frequência. Ela parece integrada naquele espaço, onde a rotina de trabalho é também a rotina dos moradores. O descarte do pêssego deixa de ser algo apenas do cotidiano da empresa, e passa a fazer parte do cotidiano da vida das pessoas. Além disso, cabe ainda refletir na possibilidade da Leal Santos ter percebido a busca pelos pêssegos não utilizados, tornando esse processo mais acessível, pois “os trabalhadores nos esperavam com os pêssegos em carrinho de mão”. Assim como a espera pelos biscoitos quebrados, a busca pelos pêssegos também parece demonstrar o quanto a comunidade riograndina interagiu com a fábrica e como ela é relembrada por ela atualmente.

A antiga vizinhança da Leal Santos também consegue descrever o entorno da fábrica, que também era o seu:

Na gen. Portinho, onde está agora o Colégio B. do Cerro Largo, havia uma construção grande de madeira que servia como Clube dos Funcionários da Leal Santos. Quando criança eu jogava "Ping-Pong" neste local¹⁸⁶.

Morava em frente, mais ou menos na terceira janela, era onde tinha um cofre tipo casamata (na demolição da fábrica apareceu e foi ficando...)¹⁸⁷.

Essa foto é da Fábrica de Biscoitos, a de Conservas ficava na mesma rua na esquina da Portinho, onde hoje fica o edifício sede da Unimed Litoral Sul. Nasci nas proximidades e passei parte da infância brincando nessas imediações¹⁸⁸.

¹⁸⁴ Interagente 33 em outubro de 2019.

¹⁸⁵ Interagente 34 em outubro de 2019.

¹⁸⁶ Interagente 35 em agosto de 2017.

¹⁸⁷ Interagente 18 em março de 2019.

¹⁸⁸ Interagente 36 em maio de 2019.

Eu morava na Portinho e a Fábrica ficava [na outra] quadra e trabalhei no pêssego, ervilha, Socal, e nas sardinhas. Gostava muito, até do cheiro de peixe.¹⁸⁹

Todos esses relatos dialogam com o que Nazareth-Tissot (2017) reitera sobre a relação entre lugares e sujeitos, pois “o lugar é uma entidade única, carregado de história ao incorporar as experiências e aspirações das pessoas que lhe dão significado” (NAZARETH-TISSOT, 2017, p. 28). A primeira narrativa localiza o antigo Clube de Funcionários da Leal Santos como espaço de lazer. Ainda que eu não tenha me debruçado para investigar as localizações das dependências subjacentes da fábrica em toda sua existência, é possível que esse espaço corresponda a União Leal Santos fundada em 1904, tal como descrito no quinto capítulo. Demonstra também que a fábrica, em termos estruturais, não compreende apenas os prédios de produção, mas espaços relacionados diretamente a eles: clube, associação, vila operária, ruas, barcos, trapiches.

Os dois comentários seguintes apresentam o olhar atento da vizinhança, da observação diária de uma fábrica ativa que, aos poucos, deixou de funcionar ali. Considerando que a Leal Santos passou para a rua Aquidaban no final do século XIX, e tais lembranças remetem, sobretudo, às décadas de 1950 a 1980, percebe-se que aquela região, que aquele perímetro urbano era de alguma forma influenciado pela fábrica. Sua rotina fabril, seus estabelecimentos, seus trabalhadores movimentavam e habitavam aquele espaço. Assim como não é possível desvincular a Leal Santos de todo o contexto histórico, cultural e econômico, não há, portanto, como dissociar a Leal Santos de seu entorno, de sua região.

O último comentário, em que a depoente relata que gostava até do cheiro de peixe, corrobora o que a Nazareth-Tissot (2017) também relata sobre a importância dos sentidos: “para sentir um lugar é preciso conhecê-lo no corpo através dos sentidos” (NAZARETH-TISSOT, 2017, p. 31). Nesse caso, as narrativas demonstram como essas experiências pessoais e familiares auxiliam na rememoração, ou obliteração, da fábrica e de seus produtos na vida dos depoentes. Percebe-se, portanto, que olhando para além dos muros da fábrica (de dentro para fora, ou de fora para dentro), existe uma relação íntima entre a comunidade e a empresa.

Ao analisar a história e sociabilidade do bairro Cidade Nova¹⁹⁰, em Rio Grande, Ticiano Pedroso (2011) aponta para a característica operária do bairro, que tinha várias

¹⁸⁹ Interagente 37 em setembro de 2019.

indústrias em suas proximidades (uma delas a Leal Santos). Muitos moradores se deslocavam para as fábricas da cidade, como trabalhadores fixos, e outros buscavam as vagas de safra, contrato ou diaristas (PEDROSO, 2011, p. 9). Na sua dissertação de mestrado, Pedroso entrevistou alguns trabalhadores da Leal Santos que indicavam a rotina operária da região, e a influência dessas fábricas na vida do bairro (PEDROSO, 2012). A presença da fábrica e a maneira como ela intervém na rotina da região, do bairro, da vida dos moradores, pode ser percebida através do seguinte relato:

Com o interessante comentário do Sr. J. F.: "[...] **minhas manhãs foram comandadas pelo apito da fábrica. A Leal Santos tinha três horários para apitar de manhã: às 7h15min um apito longo (hora dos operários entrarem; às 7h25min dois apitos curtos (hora de estarem nos seus postos) e às 7h30min um apito curto (hora do trabalho começar).** Como eu tinha de estar na escola (Juvenal Miller ou Lemos Jr.) às 8h, **os apitos me informavam se eu estava atrasado ou não.** Se eu acordava com o apito longo era sinal de estar MUITO atrasado e começar uma tremenda correria, pois eu tinha a incumbência de ir buscar o pão quentinho na Padaria Moderna (depois Panifício Finatto) para o café da manhã da família. Em todo caso, apesar de morar a mais de 1 km dos colégios e ir a pé, nunca encontrei os portões dos colégios fechados. Fazendo as contas, entre 1954 e 1962 **essa rotina deve ter se repetido mais de 1500 vezes.** Abração. [...]"¹⁹¹

Através da fala é possível alcançar um pouco da rotina fabril da Leal Santos, e como ela também interferia na vida da comunidade, da vizinhança. Ao contar que suas tarefas matutinas eram guiadas pelos apitos da fábrica, percebe-se uma sincronia entre as rotinas, a importância de cumprir os horários. Dentro da fábrica, os operários iniciavam mais uma jornada de trabalho, já o depoente suas tarefas para mais um dia escolar. Mesmo com mundos diferentes, tempos diferentes, há um ponto em comum: a fábrica, mais especificamente, o apito. Reiterando aquilo que Ortega (2003) defende com relação a uma nova perspectiva da História Empresarial: é possível compreender os vínculos entre uma empresa a sociedade em que ela está inserida.

Mas não só os vizinhos e os moradores daquele bairro frequentavam o espaço Leal Santos. Pelos comentários, percebi que filhos e filhas de trabalhadores(as) da fábrica também acabaram vivenciando o lugar, tornando-o referência de tempo, de infância.

¹⁹⁰ O bairro fica localizado na região oeste da cidade, tem uma história marcada pela industrialização e transformações urbanas oriundas desse processo, incluindo a construção de malha ferroviária e de trilhos de bonde. Para saber mais ver: NOGUEZ, Everton Luis B. Gênese e transformações do Bairro Cidade Nova no município do Rio Grande, RS. Dissertação de mestrado (Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande – FURG, 2015.

¹⁹¹ Interagente 34 em agosto de 2015.

Pai e mãe trabalharam no Leal Santos. Quando ia de visita na fábrica podia provar das delícias¹⁹².

Meu pai [...] trabalhou grande parte de sua vida nessa empresa! Aprendi a andar de bicicleta no pátio dela! Saudade!¹⁹³.

Meu pai [...] me levava com ele para salga. Eu ia olhar era o mulhero, o que era proibido¹⁹⁴.

Os depoimentos indicam que existia o hábito de levar as crianças em algumas rotinas de trabalho. Ao acompanharem seus pais, acabaram incluindo esses espaços em suas vidas, provando produtos, aprendendo a andar de bicicleta ou paquerando as mulheres. Até aqui, os relatos descrevem a Leal Santos dentro de uma perspectiva mais íntima, sensível e afetiva. A fábrica é dinâmica, um organismo vivo. E cabe salientar que essa fábrica não anula a apresentada até então. Elas coexistem e se complementam. A Leal Santos das narrativas saudosas dos depoentes, da vizinhança, dos pêssegos e biscoitos Maria, é a mesma descrita pela imprensa, que fabricava, vendia os biscoitos nas propagandas. A ideia em apresentá-la dessa maneira, era justamente para que fosse possível compreender, ainda que inicialmente, a sua complexidade e os reflexos deixados pela sua presença. Em depoimentos que povoam a fábrica de memórias, e de gente, na medida em que preenchem os espaços fabris, que inicialmente parecem frios, pouco sensíveis e afetivos, demonstram também que ela é um fenômeno mais complexo e que tangencia uma série de outras histórias e memórias.

E a Leal Santos e seus biscoitos deixaram um gosto de saudade nesses depoentes. As narrativas evidenciam a dimensão nostálgica da memória, e outras representações possíveis da fábrica no cenário urbano. Portanto, a partir de agora me deterei em analisar o aspecto nostálgico presente nos comentários, dialogando com autores que analisam essa versão afetiva e sentimental da memória, e de que forma essas lembranças auxiliam a compreender a relação da sociedade local com a fábrica.

¹⁹² Interagente 38 em agosto de 2017.

¹⁹³ Interagente 39 em agosto de 2017.

¹⁹⁴ Interagente 40 em junho de 2018.

Nostalgia: orgulho e tristeza do passado industrial

Um dos aspectos muito presentes nos comentários, nas publicações e, de maneira geral, na fala de pessoas que vivenciaram essas fases industriais na cidade é a nostalgia. Enquanto moradora e natural da cidade do Rio Grande, percebo que os(as) riograndinos(as), ou moradores(as) locais, que vivenciaram as fases do “auge” industrial, mesmo que de gerações diferentes, possuem majoritariamente um discurso memorial nostálgico, o que também se reflete nos comentários e publicações sobre a Leal Santos.

Os autores Sedikes, Wildschut e Baden (2004) demonstram como a nostalgia já foi vista pelos estudiosos de formas diversas. Na visão dos autores, atualmente, ela deve ser entendida como uma emoção, em sua maior parte, positiva. Um sentimento afetivo que envolve passado e presente, e outros indivíduos (SEDIKES *et al*, 2004). As narrativas nostálgicas se aproximam da ideia apresentada por Susana Gastal (2006) como “um sentimento de oposição ao novo [...] acompanhada de uma sensação de perda e sofrimento [...]. Tal nostalgia carregaria em si uma evasão do presente, acompanhada de uma idealização do passado como edênica idade de ouro” (GASTAL, 2006, p. 144). Nesses casos as narrativas são baseadas nas frases: “que saudade daquele tempo”, “tempo bom que não volta mais”, “naquele tempo é que era bom”; elas marcam tanto o discurso, quanto os aspectos memoriais e emocionais do indivíduo e expressam uma forma de relação com o passado urbano.

Mas a nostalgia é mais complexa do que isso e, como demonstrou Nazareth-Tissot (2017), sua definição pode ser difícil e nebulosa, principalmente ao considerar que se trata de algo tão subjetivo e pouco palpável como o sentimento de saudade. A autora, ao analisar a relação nostálgica de moradores de Pelotas com sua cidade, aponta que nostalgia “seria, então, um tipo de saudade, a saudade específica de um tempo trazido à tona pela/na memória” (NAZARETH-TISSOT, 2017, p. 34).

Nos comentários sobre a Leal Santos a nostalgia aparece tanto para narrar a saudade dos biscoitos, dos sabores que eles tinham, quanto nas lembranças da rotina de trabalho, de pessoas que sentem saudades de trabalhar na fábrica, ou da saudade que os familiares têm/tinham do trabalho e, ainda, de vivenciar o período em que essas diversas fábricas estavam ativas. Mas antes de me aprofundar em tais questões e exemplos, faz sentido elencar aspectos importantes dentro do âmbito teórico e conceitual da memória, e da nostalgia.

A memória é um exercício constante de evocação e ressignificação do passado, e a nostalgia pode ser entendida como um dos exercícios memoriais, como uma das maneiras de

interpretação do pretérito. Joël Candau (2006, 2012), assim como outros pesquisadores do campo da memória (Pollak, 1994; Halbwachs, 1990; Ricoeur, 2007), destaca que a memória jamais consegue alcançar a totalidade do passado real. Candau (2006) e Izquierdo (2011) defendem que ao falar de memória fala-se, automaticamente de esquecimentos. O esquecimento é inerente no processo memorial, e não deve ser visto enquanto um “vilão”, mas como algo necessário para as relações humanas, para a própria sobrevivência (IZQUIERDO, 2011). E no processo de lembrar e esquecer, feito e refeito diversas vezes durante a vida, se constroem também as identidades, pois “memória e identidade estão indissolavelmente ligadas” (CANDAU, 2012, p. 10).

Portanto, nesse fenômeno moldado a partir do presente, a sua expressão através de narrativas também sofre interferências. Como nos capítulos anteriores apresentei os possíveis “ruídos comunicacionais” presentes na imprensa, as interferências nem sempre visíveis dessa fonte, aqui as narrativas, enquanto exercícios de memória, também sofrem intervenções. Mesmo que seja difícil elencá-las, cabe aqui ressaltar que toda restituição do passado é uma interpretação, uma versão.

Tanto os esquecimentos, quanto as outras formas de interferências memoriais, foram utilizadas, por muito tempo, como justificativa para desvalidar e desvalorizar as expressões memoriais, nomeadamente as orais, como fontes históricas. Entretanto, as Ciências Humanas e Sociais, sobretudo a partir da década de 1980, têm se dedicado a evidenciar a potencialidade de compreender o passado através das memórias e narrativas, e que as manipulações presentes na memória estão, em realidade, em todas as outras fontes. Para Michel Pollak (1992) a memória é construída socialmente, assim como os documentos, logo, a “fonte oral é exatamente comparável à fonte escrita” (POLLAK, 1992, p. 8). Ainda que a fonte oral não seja utilizada neste trabalho, os comentários analisados são narrativas memoriais, escritas, e socializadas por meio da interface digital.

Ao entender que a nostalgia, também pode ser vista como uma distorção, ou falha/interferência, do processo memorial e, portanto, da narrativa, me aproprio da defesa de Nazareth-Tissot (2017), ao dizer que:

[...] existe alguma lembrança que não seja uma construção do presente, independente da carga emotiva que possa ou não estar associada a ela? Se fatores emocionais, de humor e de ânimo participam ativamente de todas as fases da memória, existe alguma recordação “pura”, sem qualquer traço emocional? Outras emoções como alegria, tristeza, dor, trauma, perturbariam a fidedignidade de uma lembrança? Decidir-se por uma atitude apática em

relação ao passado não é também uma forma de rearranjar as lembranças desse passado? Para todas as perguntas, uma resposta: todo olhar para o passado é tendencioso (NAZARETH-TISSOT, 2017, p. 63)

Ou seja, ainda que os comentários nostálgicos sejam narrativas e exercícios memoriais envolvidos em emoções, eles se assemelham a qualquer outra narrativa memorial ao serem um olhar do presente para o passado. Segundo Candau (2012) essas “falhas de memória”, que podem ser entendidas tanto pelo esquecimento quanto pela distorção do passado ou por lembranças carregadas de emoção, “são sempre vinculadas a uma consciência que age no presente. Porque a memória organiza ‘os traços do passado em função dos engajamentos do presente e logo por demandas do futuro’” (CANDAU, 2012, p. 63). Para melhor compreender a nostalgia, Nazareth-Tissot (2017) sugere:

[...] a elaboração de duas categorias para o sentimento: a nostalgia-amarga, que tende para os tons negativos, pois encara a ausência do tempo passado com pesar, insegurança, ressentimento; e a nostalgia-doce, de teor positivo, em que a ausência do passado é suprida, com prazer, pelo sentimento em si (NAZARETH-TISSOT, 2017, p. 58).

A nostalgia, em sua complexidade, pode ser expressa e interpretada de diversas formas. Nem sempre com o mesmo tom, ou com o mesmo teor de saudade, as narrativas nostálgicas podem ser compreendidas, conforme defende a autora, em uma mais amarga e outra doce. Incluindo outras leituras e referências, Karla Nazareth-Tissot (2017) desenvolve esses conceitos com outros dois de Boym (2011): nostalgia restauradora e reflexiva, “a primeira abraça a tentativa de reconstruir o passado, trazê-lo de volta para o presente; enquanto que a segunda salienta apenas a experiência nostálgica em si, seja ela prazerosa, irônica ou crítica” (NAZARETH-TISSOT, 2017, p. 58). Karla (2017) confeccionou um resumo ilustrado (Figura 110) e bem explicado dessa divisão, que julguei prudente a sua inclusão:

Figura 110: Tipos de nostalgia (amarga/doce - reflexiva/restauradora)



Fonte: NAZARETH-TISSOT, 2017, p. 59.

Percebe-se, portanto, que a partir dessas leituras, a relação entre presente e passado é que se alteram. Ora esse passado é utilizado para diminuir, menosprezar ou pesar o presente, ora ele é utilizado na forma de engrandecimento e glorificação do presente. Mas por que tais reflexões são aqui interessantes? Ao analisar os comentários e publicações sobre a Leal Santos no *Facebook*, notei a existência de comentários com um forte teor nostálgico. Alguns eram apenas frases como “Que saudade”, ou “Como era bom, tempo que não volta mais”, estes foram incluídos na categoria Nostalgia - correspondendo a 2,10% dos comentários. Mas outros, inclusive os que estão em outras categorias, também possuem tons nostálgicos em suas narrativas, justificando a elaboração dessa análise.

Esses comentários podem ser divididos em dois eixos: do trabalho e da cidade. A primeira equivale às narrativas dos antigos trabalhadores da Leal Santos, que rememoram sobre esses tempos com emoção e saudade. A segunda possui lembranças voltadas para os tempos industriais da cidade do Rio Grande, uma saudade da época em que a cidade abrigava diversas fábricas e uma grande quantidade de operários. Considerando a ampla e variável faixa etária¹⁹⁵ dos depoentes, essas referências são, sobretudo, do período equivalente a primeira e segunda fase industrial da cidade (MARTINS, 2016).

¹⁹⁵ Mesmo não possuindo as informações sobre a idade dos depoentes, é possível verificar a ampla faixa etária, sobretudo nos comentários onde há a menção de datas.

É interessante observar que as narrativas dos trabalhadores, ou de familiares, são em sua maioria as da categoria da nostalgia doce, tendo os seguintes exemplos:

“Que saudade, trabalhei nela na safra da ervilha e na sucal. Saudade do [...], era o meu chefe, muito bom tempo que não volta mais”¹⁹⁶

“[...] trabalhei também no sucal, carimbando as caixas. Lembro do [...], mas eu trabalhava com o [...] peguei a época do caviar também. Velhos tempos, belos dias. Deixou saudades!”¹⁹⁷

“Eu trabalhei lá era muito bom. Trabalhei com camarão, aspargos, peixe etc. pena que terminou, dava emprego a muita gente”¹⁹⁸

Percebe-se, portanto, que a nostalgia é evidenciada em trechos como “muito bom, tempo que não volta mais” ou “velhos tempos, belos dias”, “era muito bom”. Nos três comentários, percebe-se que a saudade existe e a nostalgia está mais direcionada para uma lembrança afetiva e doce, do que a negação e infelicidade do presente. Por serem antigos trabalhadores da Leal Santos, cabe refletir sobre o trabalho de memória presente nesse discurso. Maria Letícia Mazzucchi Ferreira (2013), em seu trabalho sobre a Fábrica Rheingantz em Rio Grande, já citado anteriormente, entrevistou alguns ex-trabalhadores da referida fábrica, e também percebeu a:

[...] forma nostálgica como se referiam ao passado, "os bons tempos da Rheingantz", ao mesmo tempo em que ocultava as fissuras sociais, homogeneizando e contemporizando os conflitos, revelava estratégias e dispositivos engendrados para afirmar identidades num contexto - o do presente - no qual as circunstâncias de vida no plano pessoal e o cenário econômico apontavam para quadros de penúria, desemprego e perda da crença numa recuperação do potencial fabril da cidade (FERREIRA, 2013, p. 71).

A perspectiva da autora faz referência ao exercício de memória, a constante atualização e manipulação, defendida por Candau (2012), inerente em todo indivíduo. Aplicada ao mundo do trabalho, essas lembranças tendem a reforçar os aspectos positivos, transformando por vezes as dificuldades em motivos de orgulho, de força e perseverança. Assim como no caso dos operários da Rheingantz, em que o tempo parecia ter esvaziado os momentos difíceis das jornadas de trabalho, é possível pensar que no caso da Leal Santos, nas narrativas nostálgicas há a obliteração de outros aspectos.

¹⁹⁶ Interagente 41 em fevereiro de 2020.

¹⁹⁷ Interagente 42 em fevereiro de 2020.

¹⁹⁸ Interagente 37 em setembro de 2019.

Ticiano Pedroso (2011) ao entrevistar alguns ex-trabalhadores da Leal Santos, moradores do bairro Cidade Nova, aponta para a dificuldade enfrentada por quem trabalhava na indústria pesqueira local. Os relatos indicam que havia muito preconceito por quem vestia o “macacão branco” - uniforme característico do setor (Figura 111):

O trabalhador da indústria pesqueira era alvo de discriminações, principalmente fora do seu ambiente de trabalho. A roupa branca, utilizada por todas as indústrias de pescados, identificava, estigmatizava-o, então quando andavam na rua eram facilmente identificados “os peixeiros”. “Agente saía da fábrica, tomava banho se lavava, e pegava o ônibus para ir embora para casa, mas o cheiro do peixe ainda ficava e as pessoas ficavam olhando pra gente e torcendo o nariz, tinha muito preconceito, principalmente com as mulheres, porque elas tinham fama de serem mulheres fáceis, mulheres da noite, que iam para o peixe para aumentar a renda ou tentar arrumar um chefe para mudar de setor na empresa, diziam que peixeiro era isso, peixeiro era aquilo” (PEDROSO, 2011, p. 9).

Figura 111: Trabalhadores do setor de pescado da Leal Santos, s/d.



Fonte: Revista Ipiranga, n. 92, 1989, p.10.

Pedroso (2011) salienta que o cheiro afastava algumas pessoas dessas vagas e indústrias, que davam preferência para outras, principalmente porque “conseguir trabalho na época não era tarefa das mais difíceis, existia muita demanda por mão-de-obra” (PEDROSO, 2011, p. 9). Tal informação reitera o comentário apresentado anteriormente, onde o depoente lamenta o encerramento das fábricas e o fim da oferta de empregos. A visão romântica do passado pode alterar a forma como esse passado é lembrado, reinventando o que “realmente” aconteceu. Trata-se de uma forma de reinvenção memorial e narrativa que acontece periodicamente nos indivíduos, mas, ao contrário de serem vistos como “mentiras”, são formas, como nos apresenta Thomson (1997), de reinterpretar e narrar o passado. Uma forma

de conviver com uma realidade que nem sempre foi positiva, esquecimentos que são saudáveis, são mecanismos memoriais que fazem parte de todos os sujeitos.

[...] as histórias que relembramos não são representações exatas do nosso passado, mas trazem aspectos desse passado e nos moldam para que se ajuste às nossas identidades e aspirações atuais. Assim, podemos dizer que nossas identidades moldam nossas reminiscências; quem acreditamos que somos no momento e o que queremos afetam o que julgamos ter sido (THOMSON, 1997, p. 57).

Portanto, ainda que nem todos os trabalhadores da Leal Santos fossem do setor do pescado, percebe-se que “nem tudo eram rosas” no trabalho fabril. E que no processo de lembrar e esquecer, as narrativas – dependendo do tempo em que está sendo narrado, porque e para quem – tendem a iluminar os aspectos positivos, dando espaço para a nostalgia. Além disso, cabe também refletir na possível distinção entre os próprios operários da Leal Santos, considerando o tamanho da fábrica e a diversidade de setores, que nem todos possuíam as mesmas dificuldades e preconceitos.

Tendo em vista que a produção pesqueira e de conservas funcionou por mais tempo, e funciona até hoje, e que os biscoitos encerraram na década de 1960, o número de comentários dentro da categoria de “memória dos operários e do trabalho” é maior no pescado – possivelmente no período entre 1970-1990. Da fábrica de biscoitos, não localizei nenhuma narrativa onde o próprio depoente houvesse trabalhado, apenas narrativas de familiares como filhas(os), netas(os), etc. Mesmo nesses casos, é possível identificar que o afeto pela fábrica e a saudade dos tempos de trabalho nos biscoitos da Leal Santos eram lembrados em nostalgia e de forma afetiva, como é o caso do comentário de C.A.: “Minha mãe trabalhou muitos anos ali, até se aposentar. Era apaixonada pela firma”¹⁹⁹ em uma publicação sobre a fábrica de biscoitos.

Se os comentários dos trabalhadores apresentaram um caráter mais doce da nostalgia, os que relembravam do passado industrial local possuem tons amargos. Rio Grande era uma cidade industrial e operária, e essas características vêm sendo desenvolvidas ao longo deste trabalho. A população que vivenciou essa cidade sentiu a diferença do passar do tempo e o silenciamento das chaminés. Em quase todas as publicações sobre a Leal Santos, localizei comentários que lamentavam, e alguns com um teor bem negativo, o fim dessa época.

Com o fim da produção dos biscoitos a Leal Santos voltou seu trabalho para o pescado, conservas e enlatados. Mas ela não era a única ativa no setor pesqueiro, conforme

¹⁹⁹ Interagente 40 em setembro de 2019.

apresenta Martins (2016), o segundo período industrial teve a prevalência desse setor. Segundo Martins e Renner (2011), em 1980, “entre os cerca de 146.000 habitantes do Rio Grande, aproximadamente 17.000, trabalhavam em fábricas de pescado, sendo 12.000 na condição de trabalhadores eventuais ou temporários” (MARTINS; RENNEN, 2011, p. 37). Com base em tais dados, e no que foi apresentado até o momento sobre as fábricas em Rio Grande, é possível traduzir o forte impacto econômico, social e cultural que o fim destas fases provocou na cidade e em seus habitantes.

Há, inclusive, certa indignação por parte de alguns depoentes, que não aceitam o encerramento do passado industrial. Relembra com uma nostalgia mais amarga e restauradora, os “bons tempos” das chaminés:

“Perdemos tudo que tinha de bom”²⁰⁰.

“E pensar que Rio Grande já foi uma cidade próspera, cheia de fábricas”²⁰¹.

“Que pecado, saber de tantas coisas boas que nossa cidade teve e nada foi pra frente. Cidade morta, cidade que parece que foi amaldiçoada!”²⁰².

“Já tivemos (muito triste, tantas coisas boas a cidade já teve)”²⁰³.

A perspectiva negativa para com o presente está muito mais evidente nesses comentários do que nos apresentados anteriormente. Há uma ideia de revolta, indignação e descontentamento com a cidade do hoje. O passado industrial, a época da Leal Santos em sua maior produção (biscoitos, frutas, pescado), é referenciada como a cidade próspera, a cidade que já foi, que já teve, que não é nem tem mais. A nostalgia aplicada à cidade, afirma que “[...] há um passado idealizado: ‘antes’ a cidade seria melhor e é esse ‘melhor’ que se pretende recuperar, mesmo que ele não tenha, de fato, existido nesses termos ideais (GASTAL, 2006, p. 146). Não ser mais aquela cidade industrial é algo que não parece ser aceito por esses depoentes, há uma tristeza, uma melancolia em suas narrativas. É interessante também pensar no comentário “Infelizmente tudo virou peça de museu”²⁰⁴. O encerramento das atividades dessas diversas fábricas desperta na depoente a transferência desses lugares (seus vestígios) para um museu.

Pressuponho que essa fala não se refere especificamente a um museu, que poderia ser o Museu da Cidade do Rio Grande (cujo tema será abordado no próximo capítulo), mas a

²⁰⁰ Interagente 43 em março de 2019.

²⁰¹ Interagente 44 em abril de 2018.

²⁰² Interagente 45 em abril de 2018.

²⁰³ Interagente 46 em abril de 2018.

²⁰⁴ Interagente 47 em dezembro de 2018.

ideia que o museu (enquanto fenômeno e instituição) guarda aquilo que já não existe mais na sua vida útil, quando já houve o esvaziamento (FERREIRA, 2013). Virar peça de museu, nesse caso é visto como algo negativo, ultrapassado, findado e, por isso, é antecipado pela colocação: “infelizmente”. Nesses casos, lembrar da Leal Santos é focar, principalmente, na dor da ausência de não tê-la mais na forma como a pessoa vivenciou. E isso se torna mais relevante na medida em que esses comentários parecem indicar que a fábrica não existe mais, que ela terminou como as demais: porque mesmo que ela exista, não é mais a daquele tempo, daquela lembrança.

São essas narrativas que corroboram o que Nazareth-Tissot (2017, p. 65) disserta sobre a nostalgia ao dizer que “o objeto da nostalgia, portanto, é o tempo”. Não se trata unicamente da reativação das fábricas e dos empregos, mas do tempo vivido e experienciado. Do tempo que não volta, que é acessado apenas em parte através da memória, dos seus mediadores e suportes. É o tempo da juventude, da cidade diferente, do trabalho, dos produtos, dos biscoitos. Seguindo a visão de Nazareth-Tissot (2017), mas também de Candau (2012), ainda que todas as fábricas voltassem a funcionar, ainda que a Leal Santos produzisse os biscoitos, esse tempo da nostalgia seria inalcançável, e a dor da ausência ainda estaria lá. “Nos lugares nostálgicos o passado parece palpável, o tempo é sentido na pele, no pulsar mais acelerado do coração, no suspiro sobre o que não volta mais” (NAZARETH-TISSOT, 2017, p. 65).

Ao comentar “Eu tenho uma vontade que essas indústrias voltassem a ser ativada queria ver tudo funcionando de novo, será que teríamos gente pra trabalhar?”²⁰⁵, o depoente indica justamente essa dúvida. As pessoas não são as mesmas, a cidade e as pessoas também não são. Assim, percebe-se que o lembrar da Leal Santos não evoca lembranças e narrativas homogêneas, a mesma fábrica que pode suscitar lembranças “gostosas” dos biscoitos, do trabalho bom, e representar a cidade que deu certo; pode também evocar memórias de sofrimento, de negação e ao invés de representar a cidade que deu certo, torna-se a cidade que não deu certo. “A pergunta que fica: porque não dá certo as fábricas em Rio Grande???”²⁰⁶; “Fico muito triste também. Tem tudo para dar certo, mas não dá”²⁰⁷. Esses posicionamentos indicam que, por vezes, a nostalgia é amarga e “encara a ausência do tempo com pesar” (NAZARETH-TISSOT, 2017, p. 59).

²⁰⁵ Interagente 48 em fevereiro de 2020.

²⁰⁶ Interagente 49 em dezembro de 2018.

²⁰⁷ Interagente 50 em abril de 2018.

Mas, como atenta Candau (2012), esse discurso também é imbuído de outras faces e objetivos, e pode ser uma forma de criticar a sociedade contemporânea e o tempo presente:

[...] essa reconstrução tem uma função social: muitas vezes manifestando nostalgia por um passado pintado com cores de “velhos bons tempos”, o narrador faz uma crítica da sociedade atual que pode trair a exigência subjacente de mudanças para o futuro. O conteúdo da narrativa é, nesse caso, uma negociação entre uma certa representação do passado e um horizonte de espera. Por essa razão a memória, portadora de uma estrutura possível de futuro, é sempre uma memória viva (CANDAUI, 2012, p. 89).

A variedade de formas do discurso nostálgico envolvendo a Leal Santos e seus produtos demonstra como as relações entre empresa-sociedade também são diversas e igualmente complexas. “Me lembro até hoje da fábrica na Aquidaban frente, e os fundos onde é hoje o Hortifrutigranjeiros, assim como lembro daquelas bolachas maravilhosas e deliciosas, que saudade daqueles tempos maravilhosos”²⁰⁸, os tempos maravilhosos, a saudade da Leal Santos também expressa a presença da fábrica no seu meio, e as ressonâncias que resultam dos seus cento e trinta anos de existência.

Essas narrativas defendem que a fábrica “faz parte história da cidade de Rio Grande!”²⁰⁹, e demonstram que isso pode ser lembrado, representado e interpretado de várias formas. Acompanhar o biscoito até esse momento, o das lembranças, viabilizou desvendar as minúcias cotidianas e memoriais desse produto e da fábrica, conhecer a rotina de uma empresa a partir da perspectiva do espectador, ou participante, do seu funcionamento. O período da industrialização em Rio Grande ditou um tempo, uma rotina na cidade, mas esse não era só o tempo da fábrica, mas o tempo da fábrica na vida das pessoas. O tempo em que as pessoas viveram, ocuparam, trabalharam, brincaram e compraram na fábrica Leal Santos.

As lembranças são parte dos vestígios imateriais deixados pela Leal Santos e seus biscoitos, mas não são os únicos. A cidade ainda possui outras ressonâncias, memórias, deveres de memórias, objetos, homenagens que funcionam como indicadores da presença dessa fábrica. Portanto, a partir de agora, me deterei em analisar as outras presenças e referências à fábrica e aos biscoitos em Rio Grande a partir da musealização de seus objetos.

²⁰⁸ Interagente 51 em março de 2018.

²⁰⁹ Interagente 52 em setembro de 2019.

Capítulo 9. “Tudo virou peça de museu”: a musealização da Leal Santos

Me aproprio da expressão de um dos comentários analisados no capítulo anterior: “Tudo virou peça de museu” para, nessa última parte do trabalho, analisar as relações entre a sociedade rio-grandina e a Leal Santos através dos vestígios materiais deixados pela fábrica. As ressonâncias, as permanências no tempo presente que, de alguma forma, servem como referência do período aqui estudado: a época dos biscoitos Leal Santos. A inclusão da musealização nesta pesquisa está pautada em várias justificativas, algumas as quais já apresentei anteriormente. Mas há também uma, que cabe aqui reforçar, de cunho mais pessoal: foi através das peças musealizadas no Museu da Cidade do Rio Grande que conheci a Leal, Santos & C. Enquanto fui estagiária e funcionária do Museu tive a oportunidade de conhecer, manusear e até pesquisar brevemente sobre a fábrica. Sempre me pareceu muito curioso o fato de que na cidade onde nasci havia uma fábrica de biscoitos. Portanto, ao fazer essa análise, retorno ao lugar de origem dessa pesquisa, do seu projeto e concepção. Busco compreender as relações que tangenciam as peças ali musealizadas, e o caráter informativo documental que um objeto dentro de um museu pode ter.

Nesse sentido, cabe aqui reforçar que essa característica (de fonte histórica, de documento) é atribuída aos objetos, e não inerente a eles como pode inicialmente parecer. É o que afirma Letícia Julião (2006). A mesma ideia é compartilhada por Ulpiano Bezerra de Menezes (1998) quando afirma que “[...] o que faz de um objeto documento não é, pois, uma carga latente, definida, de informação que ele encerre, pronta para ser extraída, como o suco de um limão” (MENESES, 1998, p. 95). Ou seja, para os autores, a ideia de documento é posterior a sua existência, mas ao perceber esse valor, esse caráter, é preciso entender que “o historiador não faz o documento falar: é o historiador quem fala” (MENESES, 1998, p. 95). Os objetos dentro de um museu foram, de maneira geral, destituídos de sua função original, já não possuem a mesma utilidade, a eles são acrescentadas outras camadas, sentidos, valores.

Portanto, ao retomar os capítulos anteriores e a ideia que baseou este trabalho: acompanhar a biografia, a trajetória do biscoito, “termino” este trabalho, no Museu. Voltando ao aspecto material do biscoito, do universo material que envolvia a fábrica e o produto, a inclusão no museu pode ser vista como a última fase desse ciclo de vida. Ou, talvez, o início de uma outra vida, a da musealização. Mas, além disso, o acompanhamento da materialidade da Leal Santos até o espaço museológico também tem por base as ideias de Sampaio (2017) acerca dos objetos industriais e sua importância histórica. Para a autora, eles “são testemunhos de técnicas desaparecidas, de processos de trabalho, de usos e de memórias, são documentos

que permitem compreender os contextos industriais do mundo do trabalho e de suas transformações sociais” (SAMPAIO, 2017, p. 8).

De acordo com José Reginaldo Gonçalves, o acompanhamento da trajetória de um bem até o museu permite conhecer “a própria dinâmica da vida social e cultural, seus conflitos, ambiguidades e paradoxos, assim como seus efeitos na subjetividade individual e coletiva” (GONÇALVES, 2007, p. 15). Nesse sentido, entender o processo de musealização dos objetos da Leal Santos é compreender que:

[...] as coleções museológicas nos sugerem indícios sobre as relações existentes entre a construção de formas de representação de temáticas e sujeitos e a formação de acervos de cultura material, a partir do momento em que concebemos como um processo social e atribuição de determinados significados, que ocorre desde a seleção de objetos até a construção de discursos sobre a cultura material enquanto patrimônio cultural digno de ser preservado no espaço museal (GOMES, OLIVEIRA, 2010, p. 44).

Nesse caso, penso sobre todo o universo material que envolve uma fábrica. Esses espaços possuem um rol de objetos que são característicos, fazem parte do conhecimento, do trabalho, da sua vida e do seu cotidiano. Esse inventário praticamente infinito de coisas materiais que preenchem o cenário fabril pode ser entendido como de vestígios industriais, como fontes do passado industrial. Essas peças “são testemunhos de mudanças culturais que acompanham os modelos produtivos que se sucedem” (FERREIRA, 2009, p. 23).

Fazendo uma revisão do trabalho, é possível elencar alguns objetos que, apesar de não terem sido destacados ou aprofundados, fizeram parte das demais fases aqui analisadas. Latas de biscoito, folhas-flandres, pedras litográficas, rótulos, embalagens, anúncios, revistas, máquinas, motores, livros, balanças etc. Tratando mais especificamente do biscoito, da forma como ele foi majoritariamente vendido e anunciado, o acompanhamento da trajetória do biscoito até o museu o conecta com as latas, pois muitas estão musealizadas. Portanto, é possível perceber que tais objetos funcionam como vetores que tangenciam contextos e histórias do passado, e são testemunhas de um passado industrial, de um modo de fazer, vender e consumir, o que irei desenvolver posteriormente.

O encerramento de várias fábricas, do período aqui analisado, resultou em diversos espaços fabris, de grandes proporções, grandes complexos industriais sem uso. O que aconteceu, em muitos casos, foi o “esvaziamento e eliminação desses vestígios de atividades que movimentaram e impulsionaram o país” (FERREIRA, 2009, p. 34). Segundo Sampaio (2017) e Mendes (2012), foram vários os casos de destruição dessas estruturas que até pouco faziam parte da vida econômica e cultural de cidades e regiões. Diante de tais perdas surge a

reflexão sobre o impacto dessas ações e do caráter histórico e documental que os vestígios materiais industriais possuem.

No caso da Leal, Santos & C., tal como foi exposto no capítulo anterior, ela teve o prédio da Aquidaban, onde funcionou durante a maior parte de sua existência, destruído praticamente por completo na década de 1980. Assim, a maior referência geográfica e arquitetônica da fábrica do século XIX e XX não existe mais. Segundo Sampaio (2017) apesar da fábrica (enquanto estrutura arquitetônica) ser o grande símbolo do patrimônio industrial e do seu passado, os objetos são igualmente importantes e vulneráveis, pois “são aqueles que estão mais sujeitos ao vandalismo, à venda ou até à dispersão” (SAMPAIO, 2017, p. 55). Vale refletir e imaginar as diversas questões que surgem em situações de encerramento de fábricas, ou de destruição de prédios fabris, sobre o destino dado a todos esses objetos móveis.

Por tais razões é que, ao serem transferidos para um museu, esses objetos ganham a chance de uma “segunda vida” (DEBARY, 2010), pois não são mais utilizados em seu local de origem e, nos museus, recebem outros significados e funções. Ainda que não sejam mais utilizados de acordo com sua função original, podem ser vistos como documentos, fontes, testemunhos e mediadores entre passado e presente. Nesse sentido, faço das palavras de Sampaio (2017) as minhas ao dizer que:

Partilhamos da ideia de que é necessário realizar uma abordagem dedicada aos aspectos que envolvem o patrimônio industrial móvel [...]. Este patrimônio remete-nos para a dimensão social do passado industrial, desde o fabrico (produção) até à sua distribuição (comercialização) e consumo (SAMPAIO, 2017, p. 59).

Entretanto, antes de me aprofundar nas análises sobre os objetos da Leal Santos e sobre o Museu da Cidade do Rio Grande, cabe aqui pontuar uma questão conceitual importante. Diferentemente de Sampaio (2017), Ferreira (2009, 2013), Yagui (2014), e outros autores, não utilizarei a ideia de patrimônio industrial para os objetos industriais da Leal Santos, dentro ou fora do museu, ainda que algumas referências e citações utilizadas estejam assim identificadas. As transformações conceituais acerca da ideia de patrimônio industrial, influenciada principalmente pela Arqueologia industrial, resultam em diferentes abordagens sobre o que seria patrimônio industrial. Uma delas é a de “vestígios do desenvolvimento” (MENDES, 2018, p. 30), ou, como “bens culturais identificados por um conjunto de critérios de natureza social, técnica, industrial” (CUSTÓDIO, 2018, p. 46). Nessa linha, “no seu sentido mais amplo o patrimônio industrial se relaciona com processos produtivos, modelos empresariais, matrizes tecnológicas que após cumprirem seu ciclo evolutivo, desapareceram”

(FERREIRA, 2009, p. 23). Aqui, a ideia de patrimônio industrial está muito vinculada à ideia de vestígio, de testemunho do passado.

Por outro lado as discussões mais recentes sobre a ideia de patrimônio indicam que para ser identificado como um patrimônio é preciso que essa categoria seja originada, ou pelo menos compartilhada, pela população, pelo social. Na contramão dos patrimônios por “decreto”, é preciso que um grupo de pessoas identifique esse bem como patrimônio, como portador de memória, identidade e afeto (SOARES; SCHEINER, 2009), e que essa nomeação categórica não fique apenas a cargo do(a) pesquisador(a), ou de outra instituição (como, por exemplo, governo). É o que também aponta Sampaio (2017), a partir das leituras de Bergeron (2006), quando afirma que “o reconhecimento do patrimônio industrial não se faz por decreto, mas antes deve partir das bases, da população, de uma sociedade para depois ser difundido pelos diversos meios de comunicação, museus e coleções” (SAMPAIO, 2017, p. 46). Portanto, partindo dessa premissa, não os referencio como patrimônio industrial, mas sim como vestígios industriais, como objetos testemunhos de um passado industrial.

Trata-se de uma escolha conceitual, que em nada desqualifica as outras possibilidades de uso, mas esclareço aqui o caminho escolhido por mim. Nos trabalhos de Sampaio (2017) e de Ferreira (2009, 2013), assim como outros, as autoras possuíam evidências, fontes e análises suficientes para identificar, por parte da sociedade e dos entrevistados, a categoria de patrimônio nos seus casos de estudo. Entretanto, não tenho por objetivo me aprofundar nessas questões e no debate se os objetos da Leal Santos, ou a própria fábrica, são patrimônios industriais. Mas, sim, entender de que forma esses vestígios móveis, imóveis e invisíveis contribuem para a compreensão de sua história, e da relação da fábrica com a sociedade local, e, ainda como ocorreu a sua musealização.

Esclarecendo tais apontamentos conceituais, me aproprio também da ideia de Colin Divall (2003), teórico da História Empresarial, quando defende a contribuição dos museus e seus objetos para auxiliar na compreensão da História Empresarial e na história das empresas. Em seu capítulo “*Otro modo de escribir la historia empresarial: los museos industriales, tecnológicos y del transporte*” o autor deixa claro a importância de utilizar esses espaços, pois os objetos museológicos são o *link* com um passado industrial de um lugar, uma testemunha que deve ser utilizada tanto para repassar a história empresarial para os visitantes, quanto para ser utilizado pelos pesquisadores (DIVALL, 2003). Portanto, trato aqui de objetos industriais musealizados e que hoje fazem parte do acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.

Museu da Cidade do Rio Grande e o passado industrial

O Museu da Cidade do Rio Grande (MCRG) foi fundado em 1984 pela Fundação Cidade do Rio Grande²¹⁰ (FCRG), mas sua concepção data de uma lei municipal de 1971 que criava um museu municipal voltado para a preservação da história local (ANJOS, 2012). Entretanto, segundo Danielle Manczak dos Anjos (2012), isso só se concretizou em 1984 com a criação do Museu da Cidade do Rio Grande pela FCRG. Segundo a autora, a abertura do museu em 1984 realizava um desejo local de ter um espaço voltado para a preservação da história da cidade.

Entretanto, para compreender o contexto de criação do museu, e da musealização das peças, é preciso recuar um pouco no tempo e na análise de sua mantenedora: a Fundação Cidade do Rio Grande. Criada em 1953 “com o intuito do fomento desenvolvimentista da cidade do Rio Grande” (ANJOS, 2012, p.18), foi a principal atuante na criação de uma Escola de Engenharia Industrial na cidade na década de 1950. Iniciando com um grupo de engenheiros, eles precisavam de um maior investimento para a concretização de projetos e arrecadação de capital, assim,

Em 1953 a Fundação contava com 8 (oito) instituidores, como Altmayer relata em sua obra, sendo esses os instituidores: Prefeitura Municipal do Rio Grande, Ipiranga S/A Cia Brasileira de Petróleos, Cia União Fabril e Cia Fiação e Tecelagem Rio Grande, Câmara de Comércio da Cidade do Rio Grande, Luiz Loréa S/A Comércio e Indústria, Abadalla Nader e Cunha Amaral e Cia Ltda. Com o capital recebido para a construção da Escola de Engenharia, a Fundação criou um Estatuto. [...] No que tange à administração da Fundação Cidade do Rio Grande encontramos em seu corpo um Conselho Diretor, formado por 8 (oito) membros, a Diretoria, constituída por 4 (quatro) membros, e o Conselho Fiscal que engloba 3 (três) membros. Para as deliberações da Fundação tudo tem que passar por esse corpo para que seja aprovado, pois como a Fundação Cidade do Rio Grande é uma instituição de Entidade Pública, todos têm de ficar a par de suas deliberações (ANJOS, 2012, p.18).

A partir da análise do objetivo inicial de criação da Fundação (criação de uma escola de engenharia industrial²¹¹) e da constituição do seu corpo de instituidores, percebe-se que a Fundação Cidade do Rio Grande e, conseqüentemente, o Museu, estão estritamente vinculados ao cenário industrial local. Dos oito nomes mencionados por Anjos (2012), apenas a Prefeitura Municipal não entra na categoria de empresa industrial ou comercial. Portanto, é possível dizer que a Fundação era representada pelo grupo industrial e comercial local.

²¹⁰ Para saber mais ver: <http://www.fcrg.org.br/>. Acessado em 16 abril 2020.

²¹¹ A Escola de Engenharia se concretiza em 1956, em 1966 a FCRG auxilia a criação da Escola de Medicina, ambas foram futuramente incluídas na Fundação Universidade Federal do Rio Grande - FURG.

Na década de 1950 e 1960 a Fundação participou ativamente da criação do curso de Engenharia Industrial e da Faculdade de Medicina, ambas foram incorporadas, posteriormente, na Fundação Universidade do Rio Grande (FURG)²¹² e são um dos exemplos de ações para a educação e cultura na cidade. No que tange a criação de um museu histórico, Anjos (2012) aponta que a ideia ainda não havia sido colocada em prática em Rio Grande pela falta de recursos e estrutura por parte do poder público. É assim que a Fundação decide se responsabilizar e assumir o projeto, sendo a mantenedora da instituição museal, “essa se incumbiria de sua administração, de modo que, com a cooperação da Prefeitura Municipal, a Fundação proveria ao funcionamento e organização patrimonial e financeira do Museu” (ANJOS, 2012, p. 20)

Deste modo, em 19 de fevereiro de 1984 – dia do aniversário da cidade do Rio Grande -, durante uma cerimônia na Praça Xavier Ferreira, houve o ato de criação e divulgação do Museu da Cidade do Rio Grande, mantido pela FCRG (ANJOS, 2012). Nessa inauguração, Francisco Bastos Tellechea²¹³, presidente da Fundação Cidade do Rio Grande à época e engenheiro da Refinaria Ipiranga, falou em seu discurso sobre os principais objetivos da instituição que estava sendo criada:

[...] Em 1870 é iniciada a construção da Alfândega, local onde deverá ser instalado o Museu da Cidade do Rio Grande. Em 1873 era fundada a primeira indústria de tecidos da América do Sul. Em novembro de 1915, quando o Navio Benjamin Constant, da Marinha de Guerra brasileira transpôs a barra do Rio Grande, deu por inaugurada a maior glória da engenharia brasileira – a abertura da Barra do Rio Grande -, projetada em 1881 e iniciada em 1885. E o antigo posto avançado da Coroa Portuguesa na América do Sul, tornou-se em pouco tempo um grande centro. E esta história que o Museu da Cidade do Rio Grande se propõe a mostrar. **É a história da indústria, do comércio, das realizações públicas, das lutas para conter as invasões, da navegação, da pesca, dos jornais, da fotografia, da telefonia, dos clubes sociais, das artes, das famílias, etc [...]** (BASTOS, 1984, s/p - apud ANJOS, 2012, p. 22 - grifo meu).

Pelo discurso, percebe-se que a vontade de museu está muito próxima à vontade de preservar a história industrial e comercial da cidade, mas não só. O movimento para criação do Museu gerou, dentro da Ipiranga, o “Projeto Memória” que incentivava os trabalhadores, e a população em geral, a doar objetos, fotografias da empresa ou da história da cidade. Utilizando a referência do elefante para demonstrar o cuidado com a preservação da memória

²¹² Atualmente a FURG não é mais fundação e sim atende pelo nome Universidade Federal do Rio Grande – FURG.

²¹³ Engenheiro responsável pela Refinaria Ipiranga. Nasceu em 1907 em Uruguaiana e faleceu em 1987 em Rio Grande. Para saber mais ver: CESAR, Willy. Chico Bastos, o pescador. Rio de Janeiro: UniverCidade, 2011.

de uma empresa, e de uma cidade, o projeto possuía cartazes, folhetos e quadros (Figuras 112 e 113).

Figura 112: “A Ipiranga nunca esquece - Projeto Memória” da Ipiranga, década de 1980.



A Ipiranga nunca esquece! Não esquece o tempo que passou, a cidade em que nasceu e nem quem já trabalhou com ela. Para continuar assim, sem esquecer nada, como os elefantes, a Ipiranga está lançando o Projeto Memória. Através dele, será criado o Museu do Rio Grande. Um museu que vai contar a história dessa cidade fundada em 1737, que deu origem ao Rio Grande do Sul e que viu a Ipiranga nascer. Um museu que também vai reunir a memória da Ipiranga. Uma empresa brasileira, que faz parte da vida deste país, atuando em refino e distribuição de petróleo, fertilizantes, insumos agrícolas, química, petroquímica, pavimentação, pesca e reflorestamento. Se você tem fotos, documentos ou algum material guardado da história do Rio Grande, das tradições gaúchas, ou da Ipiranga, colabore. Basta entregar sua contribuição em qualquer posto Ipiranga da sua cidade. Ou discar a cobrar para (0536) 23444, que nós apanharemos seu material. Não se esqueça de colaborar com a Ipiranga. Seu gesto vai ficar eternamente guardado em nossa memória. [...]

Fonte: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande

Figura 113: A Ipiranga nunca esquece – “Projeto Memória” da Ipiranga, década de 1980.



Toda empresa de grande porte precisa cuidar muito bem da memória. Quando uma empresa tem mais de 45 anos de história e uma cidade quase 250, todo cuidado é pouco. É preciso pesquisar e preservar essa memória, evitando que ela se perca na poeira do tempo. Para acabar com essa poeira, a Ipiranga está lançando o Projeto Memória. Que não vai deixá-la esquecer-se de nada. Como os elefantes. Através dele, será criado o Museu do Rio Grande. Um museu que vai contar a história dessa cidade fundada em 1737, que deu origem ao Rio Grande do Sul e que viu a Ipiranga nascer. Um museu que também vai reunir a memória da Ipiranga. Uma empresa brasileira, que faz parte da vida deste país, atuando em refino e distribuição de petróleo, fertilizantes, insumos agrícolas, química, petroquímica, pavimentação, pesca e reflorestamento. Se você tem alguma foto, documento ou algum objeto guardado da história do Rio Grande, das tradições gaúchas, ou da Ipiranga, colabore. Entregue sua contribuição no Posto Ipiranga da sua cidade. Ou telefone, a cobrar, para (0536) 23444, que nós apanharemos seu material. Colabore e ajude a Ipiranga a dar um banho de memória.

Fonte: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande

Os quadros, pelo texto ali descrito, eram distribuídos por várias cidades do Rio Grande do Sul. Fica claro, a partir deles, o objetivo de criar um museu da cidade, mas que também preserve a memória da Ipiranga. “Quando uma empresa tem mais de 45 anos de história e uma cidade quase 250, todo cuidado é pouco. É preciso pesquisar e preservar essa memória, evitando que ela se perca na poeira do tempo”. Assim, questiono: que memória seria essa?

Em termos contextuais, a maioria das fábricas do período da Leal Santos já havia encerrado suas atividades. Segundo Martins (2016), a Swift fechou suas portas em 1953, a Cia. Ítalo-Brasileira em 1961 a Fábrica de Charutos Pooch em 1966 e a Rheingantz diminuiu suas atividades nesse período, mas encerra completamente em entre 1980 e 1990 (FERREIRA, 2009). Na década de 1980, conforme visto anteriormente, Rio Grande estava voltada para a indústria da pesca e fertilizantes (MARTINS, 2016), portanto, o tempo das antigas indústrias já havia terminado. Tais mudanças podem justificar o interesse, por parte desse grupo industrial, em apoiar a criação de um museu local. Nesse caso, vale ressaltar que

nesse período a Leal Santos fazia parte do Grupo Ipiranga, um dos instituidores da Fundação e a empresa criadora do Projeto Memória.

Nesse caso, o desejo de museu, tal como aponta Poulot (2013), é possivelmente motivado pelo desejo da Ipiranga em preservar sua história e memória, mas também em decorrência do desaparecimento e enfraquecimento de algumas indústrias locais. Candau (2012) traduz a sede por museus como um reflexo de crises identitárias, momentos de ameaças e enfraquecimentos, onde o ato de musealizar busca suprimir, ou diminuir essa crise. Poulot (2013) e Candau (2012) demonstram como a busca memorial e patrimonial se manifesta na criação quase que incessante de museus, de todos os tipos, em quase todos os locais do mundo. Segundo Poulot, vivemos um “desejo de museu” (2013, p. 103), onde o colecionismo e a musealização fazem parte da base desse movimento. Cabe também pensar sobre o que diz Ferreira (2009) no que tange a preservação dos patrimônios industriais que, no caso brasileiro, está muito relacionada a um “dever de memória”. Segundo Paul Ricoeur (2007) o dever de memória acontece quando patrimônio, memória e identidade trabalham para evitar o esquecimento, no desejo de justiça.

A partir da análise de Ferreira (2009) e de Ricoeur (2007), sobretudo no que diz respeito ao surgimento de um dever de memória atrelado ao sentimento de justiça e de luto, cabe refletir se a vontade de museu, e de musealizar, originada no grupo de industriais locais (a partir da FCRG – sobretudo da Ipiranga), está relacionada dentro dessa perspectiva de perda e justiça. Como já apresentado anteriormente, o contexto de projeto e criação de um museu da cidade, e de uma vontade de preservar a memória da Ipiranga, está envolto pelo desaparecimento de várias indústrias locais. São fábricas que representam um estilo fabril do início da industrialização brasileira, de imigrantes e empresas familiares. Nesse caso, ao preservar a memória dessas empresas, preserva-se também a memória das famílias, dos seus antepassados, sobretudo a partir do que Ricoeur (2007) afirma quando diz “o dever de memória é o dever de fazer justiça, pela lembrança, a um outro que não a si” (RICOEUR, 2007, p. 101). O autor ainda complementa que o dever de memória está relacionado com a ideia de pagamento de dívida, e, além disso, do repasse desse sentimento para outros, pois “o dever de memória não se limita a guardar o rastro material, escrito ou outro, dos fatos acabados, mas entretém o sentimento de dever a outros [...]” (RICOEUR, 2007, p. 101).

Vale também trazer o questionamento de François Hartog (2006) sobre as buscas de preservação: “preservar o quê e quem? Este mundo, o nosso, as gerações futuras, nós mesmos. [...] Para quem? Para nós” (HARTOG, 2006, p. 271). As questões do autor indicam

que esse desejo de musealizar tem origem em crises do presente, na vontade de preservar a nós mesmos, para nós mesmos – pensa-se primeiro em si (presente), e depois nos outros (futuro). Segundo Hartog (2006) e Candau (2012) é ingênuo pensar que as seleções do que preservar e musealizar são isentas da vontade do presente, do desejo de alguma forma eternizar o *nós*, para *nós* e não simplesmente para os outros no amanhã. Isso indica que no momento de criação do Museu da Cidade do Rio Grande, assim como qualquer outro museu, existe uma vontade de preservar as referências de um grupo, de um momento.

Nesse caso, as ideias de Pierre Nora (1993) acerca dos lugares da memória, e sobre o jogo entre memória e história, também contribuem para refletir sobre a vontade de lembrar as indústrias e de criar um museu. Segundo o autor, a luta contra o esquecimento é um indício de um trabalho da história, quando a memória viva já não existe mais. São esses os lugares de memória, lugares onde a memória se cristaliza, mas, para Nora (1993) não mais a verdadeira memória, e sim seu rastro. “Desde que haja rastro, distância, medição, não estamos mais dentro da verdadeira memória, mas dentro da história” (NORA, 1993, p. 8). Sobre esse assunto, cabe também refletir sobre o comentário “Infelizmente tudo virou peça de museu”, analisado no capítulo anterior e que inspirou o título para este capítulo. A expressão “infelizmente”, denota pesar, lamentação e o “virar peça de museu” está aqui, justamente, indicando a quebra temporal e de uso. Não é mais o tempo das indústrias vivas e ativas, é tempo de incluí-las em museu, infelizmente (para a autora), pois elas já são história.

Aceleração histórica para Nora (1993) e crise do presentismo para Hartog (2006) são frutos da relação entre presente e passado, do enfraquecimento de identidades, e do medo da perda de referências que motiva essa busca por cristalizar memórias. Para Nora (1993) o mesmo pode ser pensado sobre as comemorações, as festividades e monumentos que parecem ser o esforço árduo de evitar o trabalho natural da memória e seu esquecimento. Estes lugares de memória (museus, arquivos, festas, monumentos) “são os marcos testemunhas de uma outra era, das ilusões de eternidade. Daí o aspecto nostálgico desses empreendimentos de piedade, patéticos e glaciais” (NORA, 1993, p.13).

Os lugares de memória nascem e vivem do sentimento que não há memória espontânea, que é preciso criar arquivos, que é preciso manter aniversários, organizar celebrações pronunciar elogios fúnebres, notariar atas, porque essas operações não são naturais. [...] Sem vigilância comemorativa, a história depressa os varreria. São bastiões sobre os quais se escora. Mas se o que eles defendem não estivesse ameaçado, não se teria, tampouco, a necessidade de construí-los. Se vivêssemos verdadeiramente as lembranças que eles envolvem, eles seriam inúteis. E

se, em compensação, a história não se apoderasse deles para deformá-los, transformá-los, sová-los e petrificá-los eles não se tornariam lugares de memória (NORA, 1993, p. 13 - grifo meu).

Portanto, cabe aqui pensar que as transformações econômicas locais e as mudanças dos ciclos industriais, podem ser entendidas como ameaças ao passado, a essa era industrial vivida por tanto tempo em Rio Grande. O Museu nasce da vontade de lembrar, de preservar, nasce como lugar de memória – de uma memória que já é história (NORA, 1993). O afastamento temporal entre o viver das indústrias, e musealizá-las, está por trás da criação do Museu. Há uma luta contra obliteração, como deixam claros os quadros do Projeto Memória, ao dizerem: “Para continuar assim, **sem esquecer nada**, como os elefantes, a Ipiranga está lançando o Projeto Memória” e “É preciso pesquisar e **preservar essa memória, evitando que ela se perca na poeira do tempo**”. Assim, faz sentido a afirmação de Nora (1993) destacada anteriormente: há uma ameaça identificada (o esquecimento), e os lugares de memória (museu) surgem do apoderamento da história para petrificar essa “memória”.

Analisando a questão do Museu da Cidade e sua relação com as indústrias, percebe-se que o grupo por trás desse projeto, e que acabou concretizando-o, estava envolvido diretamente no cenário industrial local. Os conceitos de dever de memória, lugares de memória e desejos de museu articulados anteriormente, convergem com o que Ana Cardoso Matos e Maria da Luz Sampaio (2014), relatam sobre o surgimento de museus industriais e a musealização dos vestígios técnico-industriais. Segundo as autoras, é o movimento de desindustrialização e o desaparecimento das antigas formas de fabricação que atribuiu a esses vestígios o caráter de musealizável, de documento e, também, de patrimônio em alguns casos. Portanto, é possível contextualizar todos esses aspectos com a realidade vivida em Rio Grande naquele momento.

Tais aproximações ficam ainda mais evidentes ao analisar a primeira ocupação do Museu “à Rua General Portinho nº 161, nos antigos galpões da Fábrica de Biscoitos Leal Santos. Ali permaneceu até 1987, onde no dia 07/09/1987 instalou-se no prédio da Alfândega e permanece até hoje lá” (ANJOS, 2012, p. 22). Essa relação direta com as indústrias foi transferida para a instituição, desde a constituição do acervo quanto à ocupação inicial de um espaço fabril (dentro da fábrica analisada aqui na tese). Outra relação entre essas entidades

pode também ser analisada através do primeiro presidente²¹⁴ do MCRG, Adyr Bonfiglio Olinto. Adyr era funcionário da Ipiranga e foi designado para a função por Francisco Bastos (ANJOS, 2012). Ou seja, a direção da instituição museal também estava envolvida diretamente com o Grupo Ipiranga.

²¹⁴ Na época o cargo tinha o nome de presidente do Museu da Cidade do Rio Grande, atualmente o cargo é nomeado como diretor. Segundo Anjos (2012), a primeira direção era composta por: Adyr Bomfiglio Olinto, João Rocha e Américo Papaléo.

Figura 114: Museu da Cidade do Rio Grande na R. General Portinho, n. 161 (Leal Santos), 1984.



Fonte: ANJOS, 2012, p. 84.

Figura 115: Museu da Cidade do Rio Grande na R. General Portinho, n 161 (Leal Santos), 1984.



Fonte: ANJOS, 2012, p. 84.

O Museu da Cidade do Rio Grande nasce, portanto, dentro da própria Fábrica de biscoitos da Leal Santos (Figuras 114 e 115). Natural que grande parte do acervo do museu seja de objetos, fotografias e documentos da história da indústria e do comércio local. Sobre a formação do acervo museal Danielle (2012) aponta que:

A parte da sociedade rio-grandina que mais colaborou para o efetivo acervo foram as famílias tradicionais da cidade, que compunham a alta sociedade, e empresas que também colaboraram, como a Leal Santos que doou o carro de bombeiros do ano de 1910, que também ajudava nos incêndios da cidade, e hoje é o carro chefe da coleção histórica do museu. Essas pessoas e entidades depositaram no museu parte de sua história para que fosse repassada para as próximas gerações e que fosse perpetuada dentro da instituição museológica (ANJOS, 2012, p. 90).

Aqui, a autora demonstra o forte papel desempenhado pela Leal Santos na criação do acervo do museu, indicando para a peça do Carro de Bombeiros, que abordarei em breve. Essas informações evidenciam que, muito embora o Museu da Cidade do Rio Grande não tenha sido criado como um museu industrial, esse grupo (de empresas e de pessoas) estava fortemente vinculado a esse projeto, da sua concretização e desenvolvimento. Pensando que o fim de um período industrial é também o momento de descarte, sucateamento ou destruição dos vestígios industriais, os museus industriais surgem na tentativa de preservar parte disso, de suas histórias e memórias através da musealização. Nesse caso, o que seria musealização?

Musealizar é mudar algo de lugar; às vezes no sentido físico, mas sempre no sentido simbólico. É recolocar, ou dispor para revalorizar. Reordenar, sem a perda de sentidos, mas visando a aquisição de informação ou de sua potencialidade. Processo este que escapa os limites do museu (BURLON, 2018, 190).

A musealização é um “processo (ou conjunto de processos) por meio dos quais alguns objetos são privados de sua função original e, uma vez revestidos de novos significados, adquirem a função de documento” (LOUREIRO; LOUREIRO, 2013, 11). Bruno Brulon define a musealização como um processo de valorização dos objetos que passa por quatro momentos: 1) seleção; 2) inserção no museu; 3) seleção para exposição; e 4) comunicação (BRULON, 2018). Ao fazerem parte do museu esses objetos tornam-se *museália*, e a musealização um processo infinito (BRULON, 2018) por necessitar sempre de adaptação, atualização e novos questionamentos aos museália.

No caso do MCRG, também cabe refletir que os momentos do Museu e da Leal Santos se combinam, pois tanto há o desejo por parte do museu em preservar a história das indústrias e da industrialização local, como também é desejo da fábrica (que estava terminando um ciclo), de musealizar e registrar o seu passado. Como aponta Chagas (1996), é a musealização

que separa o bem cultural *musealizável* do *musealizado*. As principais diferenças entre um e outro são os valores atribuídos, o sentido conferido após sua musealização, as diferentes formas de conceber, documentar, investigar, preservar, comunicar um bem que passa a ser de interesse cultural e social. Mas há também a escolha: um bem musealizado foi escolhido duas vezes, e nessa seleção deixou para trás outros bens musealizáveis. A seleção ocorre nas duas partes: museu e fábrica. Portanto, ao falar de acervo museológico, e de museu, fala-se automaticamente de seleção, de separação. “Por definição, todo o museu efetua uma seleção no mundo dos objetos, senão ele seria levado a admitir que o mundo é o museu dele próprio [...], isto é, seria negar a sua própria existência” (MOLES, 1981, p. 75).

Escolhas que são feitas durante todo o processo do que vai, do que fica, do que é preservado e destruído, do que é ou não digno de ser preservado, musealizado. Estas seleções são influenciadas por tempos, pessoas, grupos, poderes e políticas de memória e esquecimento. Zita Possamai (2001) indica que vários motivos podem levar uma pessoa a doar peças para um museu. Segundo a autora, tudo depende da representação que o(a) doador(a) tem da peça, e do museu, não sendo uma conta exata, mas uma análise das percepções e representações que os doadores entrevistados por ela demonstraram.

Possamai (2001) identificou três tipos de representações (e motivações): museu guardião, museu memória e museu histórico. As variantes condizem com a expectativa criada no momento da doação. No primeiro caso os doadores tinham a preocupação com a guarda da peça, muitos pela falta de espaço em suas residências, tinham receio com o descarte e acabavam optando pela doação ao museu para que fossem guardadas. No segundo caso, havia o desejo de “doar para o museu um objeto que fizesse referência a construções individuais ou coletivas da memória. São, principalmente, representações relacionadas ao âmbito afetivo, às lembranças, aos elos com outras pessoas” (POSSAMAI, 2001, p. 98). O último caso detém aqueles que encontram nas peças um valor histórico, de testemunho do passado. Para esses, há um desejo de preservação da história, do passado.

Trazendo tais reflexões para o caso da Leal Santos no Museu da Cidade, a doação para o MCRG aconteceu pela própria fábrica, que era presidida pelo sr. Henrique José Leal Santos Vieira da Fonseca, já citado neste trabalho. Durante sua entrevista ele relata sobre a doação do Carro de Bombeiros, ele “ia ser vendido como sucata, pois as pessoas não davam valor às coisas antigas e históricas. Mandamos recuperá-lo. Ficou tempos no pátio de entrada da

fábrica e depois achamos que o lugar mais apropriado para ele era o Museu da Cidade”²¹⁵. Nesse sentido, percebe-se que havia, por parte da fábrica, o reconhecimento do valor histórico não só do Carro de Bombeiros, mas muito provavelmente de todo o restante que também foi doado. Se aproximando, portando, da concepção de um museu histórico, na vista dos doadores, tal como defendeu Possamai (2001).

Essas relações apenas indicam os contextos de criação da instituição, e corroboram o processo natural de seleção e musealização, e não desqualificam a instituição ou seus objetivos. Tais questões são relevantes, pois descortinam o processo de seleção e musealização dos objetos da Leal Santos, ao mesmo tempo em que também indicam a importância das indústrias para a cidade. Ainda que o Museu tenha sido criado com o auxílio de um grupo de pessoas ligadas ao comércio e a indústria, o histórico industrial e operário da cidade foi muito marcante, tornando-se uma característica local.

Essa realidade é também interessante para refletir sobre as ressonâncias, as migalhas, da Leal Santos na cidade. O MCRG não é apenas uma instituição que salvaguarda, pesquisa, preserva e expõe os vestígios da Leal Santos e de outras fábricas, é também fruto do trabalho e projeto dessas empresas em preservar esse passado. Ou seja, é também um vestígio. Nesse aspecto, o Museu da Cidade do Rio Grande torna-se uma referência em termos de salvaguarda de parte dos vestígios materiais e imateriais do passado industrial local, e isso não acontece de forma despreziosa. É também reflexo do papel desempenhando não só pela Leal Santos, mas pelas indústrias, na cidade. A atuação em outros projetos que não estão diretamente relacionados com a função de uma indústria demonstra como essas empresas podem atuar em várias áreas e camadas sociais, nem sempre tão óbvias ou claras.

Retomando algumas ideias apresentadas nos demais capítulos, percebe-se que essas podem ser vistas como as influências “invisíveis” dos museus, assim como no caso dos jornais e narrativas. É parte do que Mário Chagas (2002) evidencia sobre a presença do poder da memória, e da memória do poder dentro dos museus e do processo de musealização. Essa rede, nem sempre visível, das motivações, desejos, discursos construídos dentro dessas instituições e, conseqüentemente, nos seus acervos, traduz a complexidade dos museus e dos objetos ali salvaguardados e expostos. No caso do MCRG e da Leal Santos, torna-se relevante compreender que a transferência desses bens não aconteceu de forma aleatória, ocasional ou descontextualizada. E, assim como as outras etapas da vida do biscoito aqui analisadas,

²¹⁵ Entrevista de Henrique José Leal Santos Vieira da Fonseca

demonstra que é preciso estar atento aos contextos, pois as ações da fábrica nunca estão descontextualizadas do seu tempo e meio.

Afora isso, pensando no caráter documental e de vestígio dos objetos da fábrica salvaguardados no Museu, e do fato de que não há nenhuma outra instituição de memória com acervo variado e tridimensional dessas fábricas, a importância dessas peças fica ainda mais evidente. Relembrando que o MCRG é um museu de cidade com a missão de “salvaguardar, documentar, preservar, conservar, dialogar, pesquisar e incentivar a produção de conhecimento e valorização da história da cidade do Rio Grande e de sua cultura”²¹⁶. Os museus de cidade, segundo Ulpiano Bezerra de Meneses (1985), têm o desafio de primeiro conceber a ideia de “qual cidade” querem preservar e contar. Para Meneses (1985) o museu de cidade é construído a partir da imagem de cidade que a sua equipe, gestão e direção possuem. Partindo dessa análise e com base no que Danielle Manczak dos Anjos (2012) disserta sobre a criação do MCRG, percebe-se que a o:

Museu da Cidade do Rio Grande não atende a todas essas vozes das classes sociais, mas sim, mais a uma única voz, a da burguesia no seu mais suntuoso e apreciado passado: o das grandes fábricas e famílias que se instalaram aqui na cidade do Rio Grande (ANJOS, 2012, p. 146).

Dentro dessa realidade a autora indica que “não podemos remontar a história de uma cidade somente sob a visão destas peças do museu, vindas de uma determinada classe” (ANJOS, 2012, p. 145). Nesse caso, existe uma limitação, no que tange ao acervo, para contar a história da cidade. Trata-se, sobretudo, de uma história, de uma perspectiva, de um grupo sobretudo industrial e elitizado. Esses interesses estavam diretamente relacionados ao momento em que a instituição foi inicialmente projetada (1953) e inaugurada (1984), como foi explicitado até aqui. A partir desse cenário, cabe refletir sobre o discurso expográfico do Museu.

A expografia é responsável pela construção de narrativas expositivas e reflete sobre os enfoques temáticos, o recorte do acervo a ser utilizado, a constituição das salas expositivas, as linguagens expográficas a serem apresentadas pela instituição, a ação educativa dentre outros pontos, experimentando discursos de longa duração, temporários e que possam itinerar para outras instituições e regiões (YAGUI, 2014, 81).

Portanto, após analisar as relações entre a fábrica, o museu e o contexto de doação das peças para a instituição, buscarei investigar os discursos expográficos que envolvem as peças da Leal Santos no museu. E assim perceber, mesmo que inicialmente, qual o papel do Museu

²¹⁶ Missão do Museu da Cidade do Rio Grande, disponível em: www.museucrg.com.br Acessado em 28 de abril 2020.

para a preservação do passado industrial local e como os objetos da fábrica atuam enquanto testemunhas e documentos industriais musealizados.

Os objetos

A Coleção Histórica do MCRG é composta, atualmente, por cerca de 9.000²¹⁷ peças. Conforme apresentado anteriormente, a maioria desse acervo representa uma camada social elitizada, através de objetos que pertenceram às famílias locais mais abastadas, muitas delas ligadas às indústrias locais. Além disso, há também uma significativa existência de objetos que remetam ao passado industrial da cidade, fator que também foi analisado por Danielle (2012). Segundo a autora, a instituição salvaguarda documentos, fotografias e objetos de diversas indústrias: Rheingantz, Leal Santos, Poock, Swift, Ítalo-Brasileira, etc. Ou seja, as principais empresas do período aqui estudado, sobretudo na primeira parte da tese, estão de alguma forma representadas e salvaguardadas dentro da instituição. Da Leal Santos no museu:

[...] encontramos uma coleção de fotografias e objetos significativos dessa empresa, onde um de seus principais objetos, o carro de bombeiros, da década de 1910, ajudava no combate aos incêndios da cidade, e hoje é um dos objetos de maior destaque dentro do acervo do museu (ANJOS, 2012, p. 115).

Enquanto estava instalado provisoriamente na Fábrica de Biscoitos o Museu da Cidade do Rio Grande não possuía estrutura adequada para a instituição (ANJOS, 2012), era necessário conseguir um local melhor para o acervo e a comunidade. Segundo Anjos (2012) em 1986 iniciou o processo de transferência da instituição para uma área do prédio da Alfândega, mediado pelo Ministério da Fazenda e pelo Instituto do Patrimônio Histórico Nacional - IPHAN, visto que o prédio é tombado a nível nacional pelo IPHAN. A mudança se concretizou em 1987 e, naquela altura, o MCRG possuía duas coleções: Histórica e Arte Sacra. Apenas a Coleção Histórica se mudou para o prédio da Alfândega, e a Arte Sacra (criada em 1986) ficaria localizada na Capela São Francisco de Assis²¹⁸, ambas permanecem nesses locais até hoje.

Apesar de ter saído das instalações da fábrica Leal Santos, a preocupação com a preservação do passado industrial continuou sendo perceptível no MCRG. Muito embora a

²¹⁷ Informação extraída do site do Museu da Cidade do Rio Grande, disponível em: www.museucrg.com.br Acessado em 28 de abril 2020.

²¹⁸ Capela construída em 1814, pertence à Ordem Terceira de São Francisco. Ver mais em: <https://museucrg.com.br/colecao-arte-sacra/> Acessado em 28 de abril 2020

instituição esteja também incluindo outros grupos sociais e culturais anteriormente excluídos do acervo museológico, através de atividades de educação e comunicação, a industrialização ainda é muito presente nas ações e exposições do museu, como será apresentado posteriormente. Dentre as 95 peças da Leal Santos salvaguardadas na instituição escolhi algumas para analisar de forma mais aprofundada tanto as questões materiais, quanto imateriais. O objetivo é conseguir entender, ainda que inicialmente, como os objetos industriais da Leal Santos são utilizados pelo museu para contar a história da fábrica ou das indústrias, e quais os discursos expográficos a eles vinculados. Lembrando que

[...] os museus têm como vocação a comunicação, fundamentada na prática expositiva e nas ações culturais e educativas manifestadas em sua política de comunicação, enfim, nas relações interpessoais da equipe de profissionais e o público, dos profissionais e suas equipes e dos públicos entre si, dentro ou fora do museu (YAGUI, 2014, p. 83).

Portanto, todas as ações de comunicação de um museu expressam, direta ou indiretamente, os discursos escolhidos pela instituição - considerando, inclusive sua equipe. Nesse caso, como se dá a comunicação das peças da Leal Santos no MCRG? O que a análise desses objetos pode contribuir para compreender a história da fábrica e da sua relação com a comunidade local? Qual o papel desses objetos na preservação da história da fábrica? São esses alguns dos questionamentos que norteiam esta parte do trabalho. Reforçando que “para o investigador do objeto, mais do que os aspectos descritivos, importa estudar ‘os contextos de significação’, as problemáticas que encerram o seu campo simbólico e representativo” (SAMPAIO, 2017, p. 106).

Partindo dessas premissas é que analiso o primeiro objeto: o Carro de Bombeiros (Figura 116) da Leal Santos, datado de 1910, mencionado por Danielle Manczak dos Anjos (2012) anteriormente e também por Henrique José. Essa é uma das peças mais emblemáticas da fábrica na instituição, principalmente por ter sido durante muito tempo o símbolo do Museu, sobretudo da Coleção Histórica (Figura 117).

Figura 116: Carro de Bombeiros da Leal Santos & C. na exposição do MCRG, 2019.



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande.

Figura 117: Identidade visual do MCRG, 2010.



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande.

A peça foi doada para o MCRG pela Leal Santos em 1987 e utilizada diversas vezes, em várias formas, durante sua vida museal. Tal como afirmou Brulon (2018), o processo de musealização é infinito na medida em que a cada uso, a cada olhar dado ao objeto, novas questões e discursos também são atribuídos. Um breve acompanhamento do uso museológico do Carro de Bombeiros evidencia-se a construção dessa camada simbólica museal e documental, por parte da instituição. Em 1999 o MCRG elaborou um calendário (Figura 118) que era vendido e distribuído para parceiros, no qual cada mês apresentava algumas peças da Coleção Histórica e Arte Sacra, com texto de contextualização no verso.

Figura 118: Calendário do Museu da Cidade do Rio Grande, 1999.



Fonte: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.

O texto que apresenta a peça no calendário remonta o cenário de progresso, de desenvolvimento industrial e social do início do século XX. A Leal Santos, nesse caso, também é exposta como exemplo de modernidade e progresso de sua época, o que relembra, em alguns aspectos, a forma como ela também era apresentada pela imprensa naquele período. Nesse sentido, essa reflexão permite compreender a construção dos discursos, que às vezes corroboram e perpetuam os previamente construídos, que envolvem um museália. Enquanto mediadores e comunicadores, os objetos e seus discursos são (re)interpretados e (re)significados pelo público.

O Carro de Bombeiros fazia parte da imagem da instituição, e também era o centro de muitas atividades educativas. Em 2010 o MCRG realizou um projeto inclusivo “Projeto Olhar Au/rtista”, junto com a Escola Maria Lúcia Luzzardi, voltada para o ensino de pessoas com autismo. Nessa ação os estudantes visitaram o museu e, através dessa experiência, criaram releituras das peças, o que resultou na exposição “Leituras e Releituras – a plasticidade dos objetos através da imagem fotográfica” (Figura 119). Nesse projeto, a peça que mais chamou a atenção dos participantes, e que também tinha destaque na exposição²¹⁹, era o Carro de Bombeiros.

²¹⁹ Em 2010 o Museu da Cidade do Rio Grande preparava sua estrutura para as obras que seriam iniciadas em 2014. A Coleção Histórica, naquela altura, contava com poucas peças expostas e tinha apenas a parte frontal do salão aberta ao público. Uma das peças mantidas na exposição foi o Carro de Bombeiros, que ficava localizado no meio do salão, em lugar de destaque.

Figura 119: Exposição “Leituras e Releituras – a plasticidade dos objetos através da imagem fotográfica” do Museu da Cidade do Rio Grande, 2010.



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande.

As releituras feitas por fotografias ou pintura, expressavam os detalhes do Carro de Bombeiros, fortalecendo a importância da peça para a instituição. Em 2014 a instituição iniciou as obras de reforma com financiamento obtido pelo Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES) em 2009 e, a partir desse financiamento, remodelou o espaço físico e expográfico das duas coleções (Histórica e Arte Sacra). Inaugurada em 2016 a Coleção Histórica possui uma exposição de longa-duração intitulada “História e Maritimidade da Cidade do Rio Grande”²²⁰ com o objetivo de contar a história da cidade a partir da relação com as águas (Lagoa dos Patos e Oceano Atlântico).

É também nesse momento que o Carro de Bombeiros deixa de ser a identidade visual da instituição. Entretanto, ainda que não esteja mais à frente do nome do Museu, continuou sendo uma peça marcante tanto na exposição, quanto em outras atividades. Na exposição inaugurada em 2016 o carro está localizado perto da porta de entrada (Figura 116), e conclui o trajeto expográfico. Dentro da exposição existe um espaço para a apresentação do comércio e da indústria local (Figura 120), considerando, principalmente, as longas permanências e ciclos industriais e comerciais da cidade.

²²⁰ Cabe aqui esclarecer que nesse momento eu participava do quadro de funcionários do Museu da Cidade do Rio Grande, em 2015, e que também atuei na elaboração das exposições da instituição. Atuei como funcionária do museu até fevereiro de 2017. Entretanto, o projeto arquitetônico tem a autoria de Tales Beier Ferreira, consultoria de Luiz Fernando Rhoden, e Museografia: Marisa Gonçalves Beal, Dário de Araújo Lima, Tales Beier Ferreira e Luiz Fernando Rhoden.

Figura 120: Vista parcial da exposição sobre Indústria e Comércio em Rio Grande - Museu da Cidade do Rio Grande, 2018.



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande.

Esse setor da exposição (Figura 120) conta com fotografias, objetos e vídeos que contam a história industrial e comercial da cidade. No canto esquerdo inferior da Figura 120 é possível visualizar uma foto aérea da Leal Santos & C., utilizada na capa do álbum da fábrica em 1910. As demais imagens nessa Figura 120 são de outras indústrias já mencionadas anteriormente no trabalho, como a Ítalo-Brasileira, Frigorífico Swift e outras mais ovas do que a Leal Santos como a Pescal e a Torquato Pontes, ambas da indústria pesqueira. Mesmo não estando dentro deste setor, em decorrência do seu peso e dimensão, o Carro de Bombeiros tem um lugar de destaque na exposição, sendo uma das peças que conclui o percurso expográfico e possui uma placa explicativa sobre sua história (Figura 121).

Figura 121: Placa informativa sobre o Carro de Bombeiros da Leal Santos & C. no Museu da Cidade do Rio Grande.



Fonte: Foto da Autora (2020).

Buscando compreender a dinâmica expográfica e de mediação na Coleção Histórica do MCRG, sobretudo no que diz respeito aos objetos da Leal Santos e a relação com o público, entrevistei²²¹ o funcionário responsável pela visita mediada na instituição: Alexandre Machado. Atuando no Museu desde 2019, Alexandre faz o acompanhamento dos visitantes que chegam em grupos, apresentando as exposições temporárias e de longa-duração. Ao responder a pergunta “Na parte dedicada à indústria e comércio, o que a exposição apresenta?” ele aponta que “este é um dos setores que mais despertam o interesse e a curiosidade do público”²²². Segundo Machado, essa parte da exposição, desperta sentimentos e reações diferentes, variando de acordo com a faixa etária do grupo. Os mais velhos, que de alguma maneira acompanharam e vivenciaram as primeiras fases industriais da cidade, comparam “cidade rica e próspera que ficou no passado e a cidade degradada e com a economia estagnada que conhecemos hoje. [...] acompanhados de certa melancolia tanto pela degradação ocorrida nas últimas décadas”²²³.

²²¹ Tendo em vista que esta tese foi finalizada durante o período acometido pela pandemia do Coronavírus (Covid-19), realizei a entrevista com Alexandre através da elaboração de um questionário com sete perguntas (Apêndice), as quais ele respondeu na forma de texto. A entrevista foi realizada em 16 de abril de 2020.

²²² MACHADO, Alexandre. Entrevista concedida à Olivia Silva Nery em formato de texto, no dia 16 de abril de 2020.

²²³ MACHADO, Alexandre. Entrevista concedida à Olivia Silva Nery em formato de texto, no dia 16 de abril de 2020.

Considerando o depoimento de Alexandre, percebe-se que a exposição sobre a industrialização local também desperta a nostalgia (amarga ou doce, tal como visto no capítulo anterior) em alguns visitantes. A expografia permite certa imersão no passado industrial, principalmente pela presença de imagens em grandes dimensões e alta qualidade. Há também que se considerar que, durante as visitas mediadas, Alexandre apresenta um breve histórico sobre a exposição e, nesse caso, sobre a industrialização local, o que contribui para despertar e envolver o visitante no assunto. Além disso, os objetos cumprem esse papel enquanto “pontes de memória” (DEBARY, 2010), que conectam os tempos. Segundo Allan Radley (1994), os objetos vinculam passado e presente. “O invisível comunicado pelos objetos pode se referir às mais diversas entidades: antepassados, deuses, mortos, homens, acontecimentos, circunstâncias, eternidades” (JULIÃO, 2006, p. 102).

Conforme sustenta Maria Isabel Roque (2010) sendo o museu “um espaço comunicacional por excelência” (ROQUE, 2010, p. 48), o conjunto expográfico (textos, espaços, coisas, luzes, etc) constitui em uma encenação artificial criada para contextualizar e apresentar o objeto para o público. Elaborar-se um discurso que resume, expõe, uma parte da história ou de informações sobre a peça, nunca a totalidade de contextos e informações, mas sempre um recorte. “A exposição, a face visível do museu, é a consequência dessa escolha redutora e artificial, exercida segundo critérios subjetivos, através da qual se constrói uma ficção, ou uma representação truncada da realidade” (ROQUE, 2010, p. 50).

Essa escolha subjetiva, tal como defende Roque (2010) é inerente a todas as pessoas que participam direta ou indiretamente desse processo. De alguma maneira, os contextos internos e externos de cada indivíduo perpassam ou influenciam a escolha discursiva de uma peça no museu. Por tal razão, que a autora entende que:

Em extremo, a ação museológica pode constituir-se num veículo de propaganda. O reconhecimento destas influências, porém, não impede a validade do discurso museológico, desde que este assuma a orientação ideológica que lhe está subjacente e demonstra a sua competência para veicular um ponto de vista, uma lógica racional e coerente, uma vertente do pensamento humano (ROQUE, 2010, p. 51).

Pensando nessa perspectiva, e, ainda, na exposição como uma representação (DEVALLON, 2010), nota-se o papel do espaço dedicado exclusivamente para tratar da indústria e do comércio. Segundo Devallon (2010) o conjunto de elementos que compõe o cenário dessa representação, funciona como uma estratégia para “transportar” o visitante para o que está sendo representado. Nesse caso, o autor defende que a exposição funciona “como dispositivo de mediação” (DEVALLON, 2010, p.24), como uma forma de apresentar e

representar o assunto ali tratado, de acordo com os contextos e aspectos subjetivos que permeiam a musealização. Tratando especificamente sobre os objetos da Leal Santos, perguntei ao Alexandre: “O museu possui várias peças da fábrica Leal Santos, e algumas estão nessa exposição. O público interage de alguma forma com essas peças?” o entrevistado corrobora o que já foi aqui apresentado sobre o Carro de Bombeiros, e aponta que:

Uma das peças que mais chama a atenção dos visitantes, não apenas do setor da indústria, mas de todo o museu, é o carro de bombeiros que pertenceu à fábrica. Ele já foi símbolo do museu e mesmo hoje em dia não estando presente no nosso logotipo ainda é muito emblemático. Os adultos se impressionam com a rusticidade do veículo, que era movido por tração animal, e pela *ponte* temporal que os une, considerando que a fabricação é datada de 1910 e talvez os seus avós, com os quais tiveram contato, tenham visto em funcionamento. As crianças se impressionam ainda mais e quando questionadas sobre como o veículo se locomovia, muitas vezes sequer conseguem conceber que não possui motor e volante²²⁴.

A dimensão do carro de bombeiros e seu funcionamento são motivos de destaque e curiosidade do público. Henrique José, também em entrevista, conta um pouco sobre a história da peça e seu uso antes de se tornar uma peça museológica: “O carro era puxado por burros, tinha uma caldeira cujo vapor acionava as bombas de pressão, ligada à hidrante e mangueiras”²²⁵. Para além da história da própria fábrica, o carro tangencia outras questões históricas e culturais, como as transformações dos veículos, o uso da tração animal, etc. Tal questão é relevante na medida em que salienta o caráter documental de um objeto industrial musealizado, pois assim como a fábrica a quem ele pertencia, os objetos podem e devem ser vistos por vários olhares, considerando seu contexto.

Mas esta não é a única peça da Leal Santos em exposição, existem outras e, segundo Alexandre:

A Leal Santos é a fábrica que possui o maior número de peças em exposição. [...] Outros objetos que se destacam são um relógio ponto, semelhante aos utilizados por inúmeros operários e ex-operários que visitam a exposição e resgatam essa memória, assim como as pedras litográficas utilizadas para estampar as latas de biscoitos e conservas, que assim como o carro de bombeiros despertam muita curiosidade sobre a técnica empregada na sua utilização.

²²⁴ MACHADO, Alexandre. Entrevista concedida à Olivia Silva Nery em formato de texto, no dia 16 de abril de 2020.

²²⁵ Henrique José Leal Santos Vieira da Fonseca. Rio Grande/ RS. 04 de maio de 2016. Entrevista presencial concedida à Olivia Silva Nery.

O relógio-ponto (Figura 122) mencionado por Alexandre é uma das peças da fábrica que compõe a parte sobre história da industrialização dentro da exposição. Essa peça torna-se emblemática pela representação do cotidiano da fábrica, da jornada operária e apitos, como foi mencionado no capítulo anterior. Nesse caso, retomo aqui a narrativa do sr. J.F sobre os três apitos que guiavam as tarefas e horários dos operários da fábrica: “[...] às 7h15min um apito longo (hora dos operários entrarem; às 7h25min dois apitos curtos (hora de estarem nos seus postos) e às 7h30min um apito curto (hora do trabalho começar)”²²⁶.

Figura 122: Relógio-ponto da Leal Santos (Fábrica de Biscoitos), século XIX. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.



Fonte: Foto da autora (2020).

O relógio, enquanto máquina do controle do tempo, abre espaço para a discussão da jornada de trabalho dos operários na industrialização, sobretudo no final do século XIX até metade do século XX. O tempo era valioso para o funcionamento do capitalismo, seu controle permitia maior lucro e produtividade. O relógio-ponto torna-se símbolo desse momento, pelo controle, pela instituição da disciplina, de uma ordem. É ele que controla as longas jornadas de trabalho dos operários do período, que tinham, em média de 10 a 14 horas (PERROT,

²²⁶ Publicação de R.M.S. sobre o depoimento de J.F. em agosto de 2015.

2017). Era preciso estar atento à hora e às regras, pois os atrasos eram passíveis de multas e punições. No filme “Tempos Modernos”²²⁷ (1936), Charles Chaplin “sob o olhar atento do patrão, demonstra em várias cenas a preocupação e relação dos trabalhadores com o relógio: estar sempre no horário, poucas horas de intervalo, o ponteiro que calcula o tempo e o dinheiro” (NERY, 2017, p. 82).

Conforme Perrot (2017, p. 53) “a sociedade industrial implica ordem e racionalidade. Sua instauração supõe não só transformações econômicas e tecnológicas, mas também a criação de novas regras do jogo, novas disciplinas”. As regras disciplinares foram motivos de diversas greves operárias durante todo o período industrial, desde a Revolução Industrial, o que também pode remeter às greves de 1917 abordadas no capítulo 5. Portanto, o relógio também traduz essas tensões, os conflitos entre patrão e empregado, as lutas pelo direito do trabalhador e, sobretudo, pela diminuição da jornada de trabalho.

Nesse caso, a presença deste objeto dentro do museu permite refletir sobre toda essa camada histórica e contextual invisível. O relógio-ponto faz parte de muitos museus industriais²²⁸, sobretudo para representar as jornadas de trabalho, as exigências para com os operários e as dificuldades do trabalho fabril. Além disso, como destacou Alexandre, é uma peça que desperta reconhecimento, memórias e narrativas pelos operários. Este relógio-ponto é do século XIX e foi utilizado, segundo informações da ficha da peça, dentro da fábrica de biscoitos a partir de 1900. Mesmo desconhecendo até quando ele foi utilizado, se foi até o encerramento da fábrica, é possível afirmar que centenas de trabalhadores tiveram contato com a peça. E, assim como as máquinas de produção, o relógio ponto participou do cotidiano fabril, da vida operária, de um período industrial.

Na exposição, o relógio-ponto está localizado a frente das pedras litográficas da Leal Santos (Figura 123), também mencionadas por Alexandre durante a entrevista. Elas eram peças fundamentais para a criação das latas de biscoitos tão mencionadas durante este trabalho. A litografia é uma técnica que utiliza a pedra calcária para reprodução de desenhos e é muito característica das indústrias desse período, e a Leal Santos possuía um setor dedicado a ela. Segundo Heidrich (2017), a técnica foi amplamente empregada no Brasil, sobretudo para impressão da imprensa ilustrada, em rótulos e embalagens.

²²⁷ “Tempos modernos” (*Modern Times*), 1936. Dirigido e produzido por Charles Chaplin.

²²⁸ Aqui destaco, sobretudo, o Museu Nacional da Ciência e da Técnica da Catalunha, em Terrassa, Barcelona - Espanha.

Figura 123: Pedras litográficas da Leal Santos em exposição no MCRG, século XX. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.



Fonte: Foto da autora (2020).

De acordo com as fichas catalográficas das pedras, muito embora tenham sido doadas pela Leal Santos em 1984, elas pertenciam a Ewerton de Medeiros²²⁹, artista local, que confeccionava as ilustrações das estampas da fábrica. Retomando o que defende Sampaio (2017) sobre os objetos industriais, como testemunhos de técnicas, de conhecimentos diversos que envolviam todas as etapas de uma fábrica, as pedras representam um modo de fazer, uma técnica que já não faz parte do cenário industrial atual. No caso das pedras litográficas, percebe-se o processo de criação e confecção das latas, rótulos e outros materiais impressos da Leal Santos.

Continuando sobre as peças da Leal Santos na exposição do MCRG, Alexandre salienta que:

Algumas peças despertam o interesse pelo seu funcionamento, como uma máquina de imprimir cheques, o próprio relógio ponto ou mesmo o carro de bombeiros, **mas o que os conecta com a história da fábrica é certamente a lata de biscoitos**, produzida em decorrência da 1ª Festa do Mar ocorrida em 1961. A descoberta do fato de ser a indústria local mais antiga em atividade, o seu auge e a sua projeção na fabricação de biscoitos e a transição para o setor pesqueiro despertam o interesse pela história da Leal Santos mais do que muitas outras indústrias ali representadas.

O depoimento de Alexandre indica que a lata de biscoitos tem um papel fundamental na conexão com o visitante e a fábrica Leal Santos. Dentre as várias que o MCRG possui em

²²⁹ Ewerton de Medeiros era um pintor e escultor local, professor da Escola de Belas Artes Heitor de Lemos (JARA, 2010). Nas postagens e comentários do Facebook analisadas no capítulo anterior, o artista é reconhecido diversas vezes como o autor das estampas da Leal Santos.

seu acervo, atualmente encontra-se em exposição a que é comemorativa à 1ª Festa do Mar²³⁰, em 1961, ao lado da máquina de cheques, também da Leal Santos, tal como demonstra as Figuras 124 e 125:

Figura 124: Lata de biscoitos Leal Santos & C., 1961 - em comemoração à Festa do Mar. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.



Fonte: Foto da autora (2020).

Figura 125: Máquina de cheques pertencente a Leal, Santos & C - Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.



Fonte: Foto da autora (2020).

²³⁰ Trata-se de um evento voltado para a cultura e economia local, evidenciando a relação com o mar e a cultura pesqueira. A última edição ocorreu em 2015 sob a coordenação da Prefeitura Municipal de Rio Grande, em parceria com a Câmara de Dirigentes Lojistas do Rio Grande (CDL). Nesta primeira edição, havia um espaço destinado para que as indústrias expusessem seus produtos e história, e a Leal Santos tinha um expositor.

Retomando as lembranças analisadas no capítulo 8, ressalvo a importância das latas para a representação, rememoração e história da fábrica. As latas tangenciam uma série de outras questões: o armazenamento seguro dos alimentos através da embalagem a vácuo e da folha-flandres, o uso das estampas e embalagens como quesito de distinção social, as formas de cativar o público consumidor para comprar, o ato de comer os biscoitos, e, depois, a sua permanência. Os biscoitos vão e as latas ficam e são reutilizadas, resignificadas. Sendo assim, a lata torna-se o bem material que mais se aproxima da presença (ou ausência) do biscoito, e talvez por isso seja tão emblemática e marcante durante a visita ao museu. E, aqui, cabe trazer alguns dos comentários das publicações do *Facebook* para associar com as latas salvaguardadas no MCRG:

“Fabricavam a melhor bolacha champagne do Brasil! Embalagem em latas de alumínio retangulares, com litografia em alto relevo! Peças de decoração! Relíquias! Pena... por ser guri nunca guardei uma”²³¹.

“Minha mãe trabalhou nesta fábrica, lembro-me de uma lata de biscoitos com a estampa de um presépio”²³².

“Excelentes embalagens (latas) luxuosas como nunca mais vi... Lembro uma (entre outras) com um belíssimo veleiro estampado na tampa!”²³³.

Através dos comentários fica também mais evidente como, para os consumidores da Leal Santos, as latas eram marcantes. Há também aqueles que reconhecem o processo de litografia e os detalhes característicos dessa técnica, marcas visíveis nas latas e rótulos até hoje. No segundo comentário, a depoente relembra de uma lata com estampa de presépio, e essa já esteve em exposição na Coleção Histórica do MCRG (Figura 126), e que hoje está salvaguardada na Reserva Técnica do museu:

²³¹ Interagente 2 em janeiro de 2017.

²³² Interagente 17 em fevereiro de 2017.

²³³ Interagente 16 em abril de 2018.

Figura 126: Lata de biscoitos Leal, Santos & C. s/ data. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande.

O Museu possui 16 latas de biscoitos da Leal Santos, a maioria doada pela própria fábrica. Ao observá-las e manuseá-las com atenção, verifica-se uma série de detalhes interessantes sobre sua fabricação e uso. Um deles é o fato das etiquetas que identificavam o tipo de biscoito que a lata armazenava. O modelo de embalagem era padrão, portanto, elas eram etiquetadas nas laterais com a identificação do biscoito (Figura 127).

Figura 127: Latas de biscoito Leal Santos, s/d. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande.

“Maria” e “Salgadinhos” são alguns dos exemplos da marcação das latas e da produção variada da Leal Santos. No acervo do museu há também outras do tipo “Zoológico” (como é o caso da lata com estampa de presépio da Figura 126), “Chá”, etc. Os modelos de latas também eram outra característica dos biscoitos “estilo inglês”, como foi explorado, sobretudo, no capítulo 4. Elas tinham vários formatos, estilos e buscavam agradar os seus públicos (infantil e adulto). Ana Maria Fuhro Louzada, em entrevista, relembra que “[...] havia uma embalagem especial para presente, que era uma pequena maleta em lata decorada

com fecho e alça colorida... linda!”²³⁴. A partir do relato de Ana, percebo que uma das latas do acervo (Figura 128) se assemelha com a que é por ela lembrada:

Figura 128: Lata de biscoito Leal, Santos & C. s/d. Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.



Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande.

O sr. João Marinônio Carneiro Lages, presidente do Instituto Histórico e Geográfico da cidade do Rio Grande, em artigo publicado no Jornal Agora em 2012, corrobora com o depoimento de Ana Louzada no que tange ao ato de presentear com as latas de biscoitos Leal Santos. “Durante muitos anos as latas com biscoitos “Leal Santos” eram uma das opções que os visitantes da cidade do Rio Grande levavam como presentes, como também o faziam com os tecidos da “Rheingantz”, [...] os charutos “Pooock” [...]” (LAGES, 2012, s/ p.). Essas afirmações fazem também sentido, pois uma das latas doadas para o museu acompanhava um cartão (Figura 129.):

Figura 129: Cartão presente - Leal Santos & C., 1906, Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande.



“Querida afilhada, como tens passado estás boazinha. Muito te agradeço as felicitações que me dirigiste. Aceita beijos e abraços do teu padrinho”.

Fonte: Museu da Cidade do Rio Grande.

²³⁴ LOUZADA, Ana Maria Fuhro. Entrevista concedida à Olivia Silva Nery em 12 de março de 2020, via chat do Facebook (Messenger).

Saliento aqui tais depoimentos, ainda que não falem diretamente do acervo do museu, demonstram possíveis hipóteses para a forte relação entre o público visitante do museu e as latas. Elas, ao que indicam as fontes e dados aqui levantados, são fortes evocadores de memórias, são emblemáticas e marcantes. Também são testemunhas do alcance da Leal Santos, não só em termos de mercado, mas pensando na vida do produto, das diversas histórias que direta ou indiretamente tecem a rede invisível e simbólica das latas. Nesse sentido, tais aspectos reforçam o que Maria da Luz Sampaio (2017) esboça ao dizer que “o objeto exposto num museu favorece a troca, a apropriação e a transmissão de conhecimento e de valores entre pais e filhos” (SAMPAIO, 2017, p. 105). Ou seja, ao pensar na interação entre as diversas gerações que frequentam o museu, tal como apresentou Alexandre em seu depoimento, as narrativas e as lembranças sobre a Leal Santos, e seus biscoitos, é mediada pelos objetos expostos. “Assim, o museu se constitui como um espaço de lembranças e esquecimentos, onde os objetos, como vetores de significação, revelam e ocultam determinados sentidos sobre o passado, quando incorporados no espaço museológico” (GOMES, OLIVEIRA, 2010, p. 44).

Por outro lado, a capacidade de analisar os objetos museológicos e relacionar diversos assuntos, histórias e abordagens, é uma característica do objeto visto enquanto documento. Eles “[...] alternam tensões entre esquecimentos e saudosismos, nos sentidos e sensações reavivados pela lembrança material. [...] sustentam memórias, relacionamentos e histórias, além de provocarem constantemente novas ideias” (DOHMANN, 2013, p. 33). Ao percebê-los enquanto documento, Sampaio (2017) defende que os mais simples objetos industriais, armazenam diversas informações e contextos:

Hoje, uma lata de conservas fabricada em folha-de-flandres estampada encerra muitos outros processos e histórias, mas está associada à história dos soldadores e do seu estatuto no interior da indústria conserveira. A simples lata em folha-de-flandres remete-nos para as cadeias sociais do trabalho no interior da fábrica, para as regras da indústria alimentar, para as diferentes máquinas utilizadas na soldadura e para a renovação tecnológica. **Séculos mais tarde, estudar a sua introdução, a sua função, o seu envelhecimento e a sua transformação em objetos de valor simbólico é traçar os percursos dos homens e das mulheres que as produziram, das fábricas que se ergueram nas cidades, os circuitos comerciais dos produtos e a circulação de saberes e técnicas** (SAMPAIO, 2017, p. 81-grifo meu).

Sampaio (2017) salienta as referências e perspectivas que um objeto industrial armazena e representa. A contribuição da autora recai, sobretudo, por demonstrar o caráter documental dos objetos industriais, e como a transferência destes para o museu permite a sua

pesquisa, a comunicação e reflexão. Esse caráter documental torna ainda mais importantes as pesquisas dentro das instituições museológicas, que investigam as histórias, narrativas, contextos e simbologias atribuídas a um objeto museália. Portanto, faz sentido a afirmação de Sampaio (2017) a respeito da lata de conservas, e o mesmo pode ser pensado a respeito da lata de biscoitos, pois sua análise biográfica permite retroceder aos capítulos anteriores, conhecendo contextos, pessoas, modos de fabricar, vender e consumir.

Percebo também que os objetos musealizados da Leal Santos remetem, direta ou indiretamente, a diversos assuntos previamente abordados neste trabalho. Ou seja, é possível encontrar, na análise intrínseca e extrínseca desses objetos semióforos (POMIAN, 1994), as informações da família Leal Santos, da busca por modernização e do processo de industrialização regional, da transformação do biscoito em um produto elitizado ao ser vendido em latas, da vontade de transformar esse produto num bem simbólico de distinção social, na rotina operária; e, por fim, das diversas memórias e histórias individuais e coletivas que permeiam envolvem a Leal Santos. A materialidade dos objetos armazena, em suas cicatrizes, informações a respeito do uso, do tempo, dos doadores e das histórias que se entrecruzam.

Além disso, a diversidade de objetos da fábrica dentro do museu também contempla as várias fases da Leal Santos. Existem peças do período de fundação e primeiros anos de funcionamento, como o Livro Diário de 1889 e o Relógio-ponto utilizado na fábrica de biscoitos desde 1900; mas também peças mais recentes como a lata de biscoitos de 1961, fotografias da década de 1980, placas, etc. O conjunto de objetos Leal Santos representa, portanto, a biografia da fábrica, a trajetória. Nesse caso, percebo a relevância da materialidade para a compreensão da história da fábrica, suas tensões, fases, ações e alcances.

Compreendendo a Leal Santos dentro do Museu da Cidade do Rio Grande, esclareço que a forte relação entre a instituição e a fábrica antecede, inclusive, a própria doação dos objetos para a composição do acervo. Tal como apontou Alexandre Machado em entrevista, são vários os objetos da respectiva fábrica dentro da exposição, e aqui desenvolvi a análise apenas sobre alguns. Vale ressaltar que o museu ainda salvaguarda uma grande quantidade de objetos que hoje estão dentro da Reserva Técnica²³⁵ do MCRG, “o que permite muitas vezes que os investigadores possam proceder a estudos detalhados e à concretização de análises

²³⁵ Reserva técnica é o local onde fica salvaguardada grande parte do acervo museológico. Possui várias formas, podendo ser salas, armários, arquivos deslizantes, etc. Seu armazenamento é controlado, organizado por normas técnicas que se pautam na conservação preventiva e nas diretrizes museológicas.

específicas” (SAMPAIO, 2017, p. 96). Aqui destaco os três Livros Diários da Leal Santos, de 1889, 1910 e 1912; o Livro de Ouro da Leal Santos - com depoimentos e assinaturas de visitas ilustres às dependências da fábrica (apresentado no capítulo 5 – Figura 57) -, fotografias originais - as quais algumas foram apresentadas durante o trabalho -, medidores de pressão, balanças e outros objetos técnico-industriais da fábrica.

Portanto, mesmo fora dos olhares do visitante, os objetos industriais são documentos a serem explorados e investigados pela pesquisa. A possibilidade do seu manuseio, do olhar no momento de análise também fortalece a ideia de segunda-vida de um objeto no museu, tal como defende Debary (2010) e Sampaio (2017). Mesmo não tendo mais o uso original, afastados do seu contexto, eles servem como documentos e permitem explorar detalhes, vestígios e histórias que são características da cultura material, pois “as análises sobre o objeto centram-se, no entanto, em primeiro lugar, na necessidade de o observarmos” (SAMPAIO, 2017, p.100). É também nesse sentido que Colin Divall (2003) pontua a importância dos museus em salvaguardar os vestígios industriais, pois estes auxiliam nas investigações, no ensino de temáticas que tangenciam as indústrias.

No caso do MCRG e da Leal Santos reitero que a transferência desses objetos para a instituição não pode ser desconectada do contexto que a cidade vivenciava, e dos agentes que mobilizaram o museu. Toda essa conjuntura permite compreender as relações ainda presentes da fábrica com a sociedade, através do museu, como também pelas experiências vivenciadas por cada visitante e a própria forma como o museu apresenta a fábrica. Esses fatores tornam-se relevantes aqui para o trabalho, pois demonstram as várias áreas de atuação da fábrica no seu meio, os desejos de memória e de preservação inerentes no processo de musealização de vestígios industriais e, ainda, nas informações obtidas através da análise dos objetos da fábrica no Museu.

Essa análise também propicia a compreensão das escolhas, do caráter seletivo idiossincrático de toda ação museal e patrimonial e que deve ser atentado em todos os casos. Entretanto, muito embora os interesses de um grupo industrial tenham resultado na criação do museu e na seleção do seu acervo e discurso, o público visitante pode despertar memórias e narrativas do passado industrial que transcendem os limites discursivos do museu. Pois, como apresenta Devallon (2010) a exposição, enquanto mediação, não tem controle sobre as possíveis conexões e interpretações que o público faz sobre o que está ali exposto. A relação comunicacional e a codificação das mensagens expográficas dependem também dos motivos e contextos que levaram o visitante até o museu e do que ele espera da visita.

A partir da observação da relação entre a Leal Santos e o Museu da Cidade do Rio Grande percebo como a instituição pode ser vista como um próprio vestígio da fábrica, além de salvaguardar parte dos objetos industriais. Voltando aos objetivos iniciais desta última parte da tese e, sobretudo, do último capítulo, reitero que tanto o Museu como os objetos da fábrica musealizados, podem ser vistos como permanências, como ressonâncias da fábrica na cidade do Rio Grande. Entender que a escolha em preservar uma memória industrial local não é feita despretensiosamente, só aponta para os reflexos atuais da presença da fábrica no local.

Essas peças, expostas ou não, contribuem para pensar, investigar, comunicar e preservar a história da fábrica na cidade. E nesse sentido, tanto o MCRG quanto os objetos, podem ser entendidos como sociotransmissores, na visão de Joël Candau (2012), por serem “elementos tangíveis ou intangíveis que favorecem as conexões e são indispensáveis para a transmissão memorial” (NERY, 2015, p. 48). Segundo Candau (2009) os sociotransmissores – que podem ser objetos, fotografias, discursos, lugares, monumentos etc. - “favorecem as conexões [...] “provocam emoções compartilhadas, solicitam um imaginário comum” (CANDAU, 2009, p. 52 -53). Funcionam como vetores, mediadores e como espécies de “antenas” que difundem e comunicam um discurso, uma memória, uma identidade.

Nesse caso, considero também a apresentação da exposição, através da visita mediada, as demais atividades educativas, a constituição de todo o discurso expográfico do Museu da Cidade do Rio Grande. De acordo com o que foi exposto neste capítulo, reitero que as camadas memoriais (dever de memória, desejo de museu, justiça e herança, e identidade) presentes em todos os objetos da fábrica ali musealizados, contribuem para seu caráter de sociotransmissores. Portanto, esses vestígios do passado da Leal Santos, hoje musealizados, são testemunhos do pretérito da fábrica, de uma cidade das chaminés e que, ao receberem uma segunda chance de vida (DEBARY, 2010), exercem o papel comunicativo e documental de representar não só a fábrica, mas todas as tensões e vínculos sociais, econômicos e culturais que estão circunscritos em sua materialidade e imaterialidade.

Por fim, cabe pensar também na adaptação da frase que inspirou o título desse capítulo para: “Felizmente, tudo virou peça de museu”, pois, foi essa transferência, e a mudança de função e atribuição de novos sentidos, que possibilitou grande parte dessa investigação. É através da comunicação e da pesquisa dessas peças que outros trabalhos também podem ser desenvolvidos e colaborarem para a compreensão da história industrial local e regional, e, ainda sobre as memórias, esquecimentos e narrativas invisíveis à materialidade de objetos e prédios industriais.

Aspectos conclusivos

Como se faz a história de uma fábrica? Como se estuda a história de uma fábrica? Como avaliar se uma receita deu certo? Talvez eu tenha chegado até o final desta tese com mais questões, dúvidas, do que conclusões. Ela é o resultado de uma aposta: a possibilidade de estudar a história de uma empresa através do seu produto.

A Leal Santos & C., é uma fábrica fruto de seu tempo. Todas as ações, o passo a passo da “receita” desse biscoito que me propus a seguir, demonstraram as influências – do macro ao micro – sociais, culturais e econômicas da transição do século XIX para o XX. Quando comecei a descobrir a Leal Santos, ainda antes de ingressar no Doutorado, imaginava que a fábrica, e todo aquele investimento em propaganda, era algo quase exclusivo dela. Com o avançar da pesquisa, fui percebendo que muito mais interessante do que estudar uma fábrica de característica “única” – ou fora da curva – era conseguir encontrar dentro de cada etapa, de cada ação, uma conexão com o seu contexto. Não acredito que tal conclusão anule ou desvalide a singularidade da empresa, ou das decisões estratégicas tomadas pelos seus gestores, pelo contrário. Durante o período aqui estudado, a Leal Santos se mostrou uma fábrica atenta ao que acontecia a sua volta: suas decisões estavam – ao que parece – cuidadosamente articuladas com a avaliação do que estava em voga, e também se adaptando às mudanças.

A fábrica é representativa do momento da industrialização do país, com características singulares do processo gaúcho e riograndino. Carrega também marcas da industrialização lusitana, e de um imigrante português que escolheu o Brasil, e o sul do país, para a construção de sua vida pessoal e financeira. O ajuste de lentes para o microcosmo familiar, para a instituição chamada *família Leal Santos*, demonstra que a fábrica pode ser também resultado de conexões, de redes sociais tecidas estrategicamente. Os contatos sociais feitos, sobretudo, por Francisco Pancada, abrem diversas possibilidades interpretativas e de análises. Nesse quesito, ficam alguns questionamentos a serem respondidos, talvez, por pesquisas futuras. A investigação dessas vidas e o acesso as fontes pessoais podem indicar a solução de algumas perguntas que surgiram ao longo do trabalho: em que medida as relações políticas imperiais influenciaram a vida de Francisco Pancada e sua família? De que maneira a vida política dos Alves de Araújo possibilitou a própria criação da Leal Santos? Apesar das divergências partidárias e ideológicas entre a família Alves de Araújo (liberal) e Santos (conservador) na política paranaense, a escolha em casar suas filhas pode ser vista como uma aliança pacífica das famílias? Havia outros interesses no matrimônio e na sociedade entre as duas?

Havia alguma rede de contatos similar em Portugal? Ou a ausência de contatos também permeou o desligamento da matriz lusitana? Quais foram os contatos e vínculos construídos pelas outras gerações, sobretudo em Rio Grande? Sobre a fábrica em Portugal, como ocorreu seu desligamento e a transformação da primeira filial em matriz, é o principal ponto em aberto e inconcluso da pesquisa. A falta de fontes tanto em Portugal, quanto no Brasil, não permitiu que eu encontrasse os reais motivos para esse fato, ainda que em várias bibliografias essa desvinculação seja datada como 1906. A resposta para essa lacuna, que ficará para pesquisas futuras, pode ter tido como base aspectos econômicos ou familiares.

No Brasil, a Leal Santos investiu fortemente em publicidade e contou com o importante apoio da imprensa. Na busca por consolidação e expansão de mercado, a fábrica utilizou os mecanismos disponíveis no momento para alcançar seus objetivos, e a imprensa contribuiu para a propagação e construção de sua imagem enquanto representante de todos os valores em alta naquela altura: modernidade, progresso e tecnologia. Uma indústria brasileira que visava a substituição de produtos estrangeiros, e que se armou fortemente da mensagem publicitária e da imprensa para convencer o público-alvo, os consumidores, dos valores simbólicos, distintivos e de prestígio que seriam incorporados por quem consumisse os biscoitos Leal Santos. Não era só um biscoito, era a representação do que o Brasil buscava experimentar através dos bens de consumo, das exposições universais, nacionais ou regionais.

Mas na atuação da fábrica no Brasil também ficam algumas questões a serem pensadas futuramente, como a sociedade que inicia a fábrica de biscoitos Leal Santos: Leal, Santos & Wald. Nesse caso cabe investigar como ocorreu tal aliança, quais os objetivos e como houve seu encerramento. Quais os motivos que levaram a família Leal Santos incluir alguém que, aparentemente, era de fora da família. Como ocorreu a compra das filiais, sobretudo no Rio de Janeiro, e como funcionavam, quando deixaram de funcionar? É preciso também avançar na própria análise do processo contra os jornalistas do Diário do Rio Grande e as acusações de envenenamento. Percebo também que é possível avançar no cenário operário da Leal Santos, buscando compreender quem eram os trabalhadores da fábrica, desses e de outros períodos, quais as condições de trabalho, jornadas, funções, conhecimentos e memórias. Por ser uma fábrica centenária ainda em atividade, ficam também em aberto as questões envolvendo a trajetória da Leal Santos da metade do século XX até o XXI, os seus produtos, seus gestores e consumidores.

Ao retomar as problemáticas e hipóteses que permearam a realização deste trabalho, concluo que o papel desempenhado pela Leal Santos no cenário industrial, seja ele local ou

nacional, foi relevante. Os dados analisados sobre a estrutura, quantidade de operários e alcance da fábrica no Brasil apontam para uma empresa que não pode ser vista como marginal ao cenário industrial ou de pouca relevância. O estado do Rio Grande do Sul era expressivo, e ainda que São Paulo tivesse mais força industrial e econômica, dentro do setor de biscoitos a Leal Santos se mostrou como a maior representante na substituição dos estrangeiros da região sul do período.

Defendo tal tese a partir das informações encontradas, sobretudo na imprensa, e na quantidade e qualidade de referências que foram feitas sobre a fábrica durante esse período. Ainda que seja difícil afirmar sua relevância em termos econômicos (lucro e número de venda e exportação), através da análise das fontes entendo que ela contribuiu fortemente como indústria alimentícia do período, tornando-se uma referência nacional do setor de biscoitos. Mesmo com o funcionamento industrial de outras empresas do ramo, continuou tendo influência no mercado e sendo vendida em diversos estados brasileiros, não ficando limitada à região sul.

Nesse sentido, a tese demonstrou e confirmou a hipótese inicial deste trabalho, sustentando a importância dos biscoitos para a Leal Santos. Ele é o produto mais referenciado pela imprensa brasileira ao falar sobre a Leal Santos. O número de notícias que descreve a fábrica através do biscoito é significativamente superior a qualquer outra temática e produto. Além disso, não só em termos quantitativos, mas considero também o uso de adjetivos para se referir a esse biscoito, que é visto como o grande símbolo da Leal Santos por representar progresso, modernidade, elegância, bom gosto e distinção social. E reforço: não era só um biscoito. O alto investimento feito pela fábrica em propagandas dos biscoitos também reforça que esse era o produto “carro-chefe” da fábrica, e o que valia mais a pena anunciar nos principais veículos da imprensa do período.

Considero também as narrativas analisadas, evocadas tanto tempo depois do encerramento da fábrica, e o número expressivo de vezes que o biscoito é lembrado ao escutar (ou ler) o nome Leal Santos. Ainda que os comentários analisados no *Facebook* incluam também outros produtos, inclusive na fala de ex-trabalhadores, o biscoito é o mais lembrado, narrado e mencionado em todas as publicações. Ele desperta o imaginário, o afeto, as lembranças de infância, os sabores, os rituais, a vivência por uma cidade que não existe mais. Vendido em latas ou a granel em sacos de papel, o biscoito deixou marcas profundas nas memórias dos moradores e antigos consumidores.

Até a decisão de encerrar a produção do biscoito é representativa da sua importância e como ele continua permitindo, mesmo após sua inexistência, a compreensão dos contextos externos da fábrica. O encerramento de uma fase industrial na cidade, a ascensão de São Paulo no cenário industrial, a defasagem tecnológica que as empresas vivenciaram, e o peso de uma distância, não só geográfica, que a fábrica no sul do país passou a sentir.

O gosto de saudade do biscoito, que permeia pela cidade, esboça a relação da fábrica com o seu meio, com a cidade que a abriga até hoje. A fábrica que virou lenda, que virou símbolo de uma cidade que “já foi”, de um período de forte influência industrial e econômica, representa também uma cidade de outro tempo, do tempo do biscoito. Por outro lado, o fato da fábrica ser lembrada ou referenciada em diversas narrativas, com tantos adjetivos (a primeira, a inventora), também indica a importância da fábrica na região, as formas de percepção de seu papel enquanto indústria. Vejo também, nesse discurso, aspectos de um nacionalismo e de certo bairrismo, que orientam o orgulho de ter uma fábrica pioneira dos biscoitos na cidade. Há um desejo de que ela seja, de fato, tudo isso. Não seriam tais percepções reflexos da construção contínua de um discurso feito também com a participação da imprensa? Ou, ainda, fortalecidos pelo discurso museológico e pelas peças expostas no museu?

Percebo, portanto, que o biscoito agrega às suas camadas (e sabores) de distinção social, de progresso e modernidade, todos esses significados quando é analisado e evocado no presente. E na trajetória desse produto, aqui analisada para entender a fábrica, todos esses elementos se encontram e repercutem de alguma forma no hoje. E talvez por compreender as complexidades de cada camada, busquei me aprofundar ao máximo naquilo que observava e estudava. Compartilho, portanto, algumas reflexões feitas durante todo o processo da pesquisa, que de alguma forma contribuíram para a conclusão deste trabalho e para seu desfecho. Pois essas experiências pessoais, oriundas da relação entre pesquisa e pesquisadora, me possibilitaram absorver parte de todo esse aparato simbólico, invisível e sensível do biscoito e de sua fábrica. Ao mesmo tempo em que consegui, através dessa imersão, suscitar novas questões e responder algumas outras.

Nesse sentido, no decorrer da pesquisa passei a procurar nos mercados os biscoitos que eram vendidos em latas. Comprei alguns e consumi no “chá da tarde”. Ofereci aos meus amigos e familiares quando me visitavam. Na busca por pistas e informações geográficas, fornecidas pelo trânsito nos lugares, pelos vestígios da fábrica, fui até a Calçada da Estrela, sentei em frente à Basílica e passei pelo jardim que a família Leal Santos era vizinha em

Lisboa. Busquei na Calçada Dom Gastão o antigo endereço da fábrica em Lisboa e observei o tempo exercendo seu trabalho nas antigas indústrias da zona do Beato. Em Rio Grande, a cada visita à Unimed ou ao Edifício Henrique Pancada, observava os indícios, os restos, as homenagens. Andei pelo antigo “corredor dos biscoitos”, toquei nas paredes dos galpões que ainda existem. A imersão no objeto da pesquisa resultou inclusive, num presente: ganhei uma lata de biscoitos da Leal Santos & C. (Figura 130).

Figura 130: Lata de biscoitos Leal Santos



Fonte: Foto da autora (2020).

No Rio de Janeiro circulei pelo centro, pelos cafés e confeitarias, pela Avenida Rio Branco, locais onde a Leal Santos vivia na antiga capital do país e onde é possível encontrar alguns resquícios arquitetônicos e culturais da *Belle Époque*. Frequentei os antiquários em busca de mais uma informação, de mais um indício. Comprei duas latas de biscoitos um exemplar raro da tão famosa *Huntley and Palmers*, provavelmente do final do século XIX (Figura 131) e uma da Duchon – a principal concorrente paulistana. Mas o que representava ter essas latas? A permanência do físico, enquanto objeto que resistiu ao tempo e que estava disponível para venda. Os biscoitos não existem mais, mas as latas ficam.

Figura 131: Lata de biscoito *Huntley and Palmers*



Fonte: Foto da autora (2020).

Nessas reflexões e buscas por compreender a complexidade desse produto passei a perceber que não havia só a permanência material, mas também do simbólico, do intangível. A construção de uma indústria dos biscoitos do tipo inglês tangenciou a construção de valores de modernização, de civilização, de fino, elegante e distintivo. A Leal Santos & C., como foi apresentada durante este trabalho, investiu fortemente na construção da imagem de uma fábrica, e de seus biscoitos, como exemplo de uma sociedade brasileira que aspirava – e inspirava – modernidade. As formas de produção, venda e consumo criadas no século XIX e fortalecidas ao longo do século XX, são também percebidas hoje, no século XXI. Assim, questiono: quanto custa uma lata de biscoitos amanteigados do tipo inglês hoje nos supermercados? Onde e quando esses produtos são consumidos? Nos momentos em que adquiri algumas dessas latas, em uma espécie de “saga pelo biscoito”, comecei a notar as permanências, os reflexos de um mercado, de um valor de produto construído por todo esse setor nos séculos passados.

Um aspecto em especial me chamou a atenção, o caso de uma lata de biscoitos da marca dinamarquesa *Jacobsens Bakery Ltda* (Figura 132). A estampa da lata tem a imagem de um Jockey, de uma corrida de cavalos onde homens e mulheres trajam roupas tradicionais da *Belle Époque*: cartolas, sombrinhas, espartilhos, chapéus. Trata-se quase da representação do cenário do Turf carioca ou porto-alegrense descrito nas páginas dos jornais, onde consumia-se e distribuía-se os biscoitos Leal Santos. Assim como naquela época e momento, a

associação entre o espaço (*jockey*) e o produto (biscoito) não era aleatória e ingênua, hoje tão pouco.

Figura 132: Lata de biscoitos *Jacobsens Bakery Ltda*, 2018.



Fonte: Foto da autora, 2020.

Assim como a Leal Santos, *Huntley and Palmers*, Paupério, Duchen e demais fábricas de biscoitos projetavam suas embalagens e propagandas para atingir um público alvo e emitir uma mensagem, o mesmo é feito nesta lata. Comparando as duas (Figura 131 e 132) – uma do século XIX e outra do XXI, existem várias semelhanças: os cavalos, as cartolas, as bandeiras. Há uma permanência de valores, do público-alvo, da mensagem transmitida: refinamento e distinção, reforçada ainda pelo preço atual do produto quando comparado aos biscoitos mais comuns, em embalagens de plástico. Tais reflexões corroboram com o que foi apresentado sobre a construção de bens de consumo de distinção social. Seria, portanto, uma das diversas migalhas deixadas pela industrialização dos biscoitos, cuja Leal Santos teve papel fundamental na construção e consolidação desse setor no país?

Consumido para além dos chás da tarde, mas como merenda escolar ou mergulhada no café com leite em hábitos simples do cotidiano. O contraste entre as duas embalagens (lata e granel) da Leal Santos representa não só a variedade de público e de formas de consumir, mas da pluralidade de formas que uma fábrica pode possuir na sociedade. São diversas as possibilidades – quase infinitas – de apropriação, de consumo e de interação com os biscoitos

Leal Santos ao longo de todos esses anos. Pois, assim como existem as permanências, também há as transformações, as adaptações. O biscoito de lata continua sendo um bem de luxo? Continua reproduzindo valores de distinção social apesar da distância temporal entre o surgimento do setor e o presente?

Defendo que a Leal Santos auxiliou na construção desses valores, dos símbolos, que hoje associamos aos biscoitos. E apesar de não ter inventado a bolacha Maria, nem ter sido a primeira fábrica de biscoitos do Brasil, teve papel fundamental no setor. E ainda que não tenha sido a pioneira nessas invenções e modos de fazer, foi através dela que muitas pessoas conheceram e consumiram esse produto. Na trajetória biográfica do biscoito Leal Santos, todas essas histórias e valores se encontram. Não se anulam, agregam sabor às camadas mais visíveis e invisíveis de um produto alimentar e de sua produtora.

Por fim, saliento que esse trabalho não tem por pretensão esgotar a temática e a história de uma fábrica centenária. As provocações aqui realizadas, as informações debatidas e apresentadas ao longo deste trabalho, buscaram contribuir para a construção do conhecimento científico e histórico, sobre uma empresa destaque no ramo de biscoitos, sobre o contexto histórico em que ela está inserida, e sobre as tessituras visíveis e invisíveis da estrutura social, econômica e cultural que estão presentes em toda a etapa de vida do biscoito. Reconheço que ainda há muito a ser pesquisado não só sobre a Leal Santos, mas sobre esse setor industrial, sobre as pessoas que ocuparam os prédios, as salas, as máquinas etc. e que deram vida a esse e outros bens de consumo.

Refletir sobre a Leal Santos, e sobre seus biscoitos, é refletir também sobre a complexidade de uma empresa, de um produto, sobre o encontro de pessoas, valores, símbolos, memórias e narrativas. É entender que nada está desconectado do seu tempo histórico, dos agentes, do jogo do campo social. É perceber que o processo importa, a trajetória de um produto deixa marcas nele e por onde passa. É também observar que em apenas um produto, estão armazenadas diversas histórias, sujeitos, tempos e valores. O biscoito não existe mais, mas suas migalhas possibilitaram a realização deste trabalho.

Soou o último apito, terminou a minha jornada por aqui. Mas, infelizmente, não deu tempo de provar os biscoitos.



*Foto: Saída dos operários da Leal Santos (1910)
Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande*

Referências

ABRANTES, Elizabeth Sousa. **O Dote é a moça educada: mulher, dote e instauração em São Luís na Primeira República**. Orientadora: Rachel Soihet. 320 f. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói. 2010. Disponível em: <https://www.historia.uff.br/stricto/td/1252.pdf> Acessado em 10 abril 2019.

ACCIOLLY, Ana; ANDRADE, Joaquim Marçal; VIEIRA, Lula; DENIS, Rafael Cardoso. **Marcas de valor no mercado brasileiro**. Rio de Janeiro: Ed. SENAC, 2000.

ALBERNAZ, Renata O.; REIS, Marina G. O processo de patrimonialização e a cibercultura: mobilização no ciberespaço através de grupos na rede social Facebook. **Revista Comunicação & Informação, Goiânia**, v. 17, n.1, p.21-35, jul/dez. 2014. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/27994>. Acessado em 20 março 2020.

ALBUQUERQUE, Yanna A; ABRANTES, Elizabeth S. O dote na sociedade maranhense: usos, significados e declínio. In: II Simpósio de História do Maranhão Oitocentista. Universidade Estadual do Maranhão, 2011. **Anais II Simpósio de História do Maranhão Oitocentista**. São Luís: Universidade Estadual do Maranhão, 2011. Disponível em: <https://www.outrostempos.uema.br/anais/pdf/albuquerque.pdf>. Acessado em: 08 abril 2019.

ALCÂNTARA, Ana. **Uma geografia da Lisboa operária em 1890**. Universidade de Lisboa, 2016. Disponível em <http://hdl.handle.net/10362/23133> 10 abril 2019.

ALMEIDA, Fábio Chang de. O historiador e as fontes digitais: uma visão acerca da internet como fonte primária para pesquisas históricas. **Revista AEDOS**, n. 8, v. 3, jan/jun 2011, p. 9-30. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/aedos/article/view/16776>. Acessado em 20 março 2020.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Paidós: Barcelona, 1989.

ALVES, Alessandro Cavassim. **A província do Paraná (1853-1889): a classe política e a parentela no governo**. Orientador: Ricardo Costa de Oliveira. 495 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2014. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/35972/R%20-%20T%20-%20ALESSANDRO%20CAVASSIM%20ALVES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acessado em 25 nov 2018.

ALVES, Alessandro Cavassim. Políticos Paranaenses no Período Provincial (1853-1889): a análise genealógica e prosopográfica. **Repocs**, v.13, n.25, jan/jun. 2016. Disponível em: <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rpcsoc/article/view/4282> Acessado em 08 abril 2019.

ALVES, Francisco das Neves. O acesso portuário rio-grandino no “tétrico” ano de 1881 a partir da perspectiva da imprensa citadina. **Biblos**, Rio Grande, v. 23, n.1, p. 45-61, 2009. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/1270>. Acessado em 08 abril 2019.

ALVES, Francisco das Neves. Porto e Barra do Rio Grande - 90 anos de uma secular aspiração que se tornou realidade: brevíssima notícia histórica (março e setembro de 1915).

Biblos, Rio Grande, v. 18, p. 87-97, 2006. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/biblos/article/viewFile/130/39> Acessado em 08 abril 2019.

AMON, Denise; MENASCE, Renata. Comida como narrativa da memória social. **Sociedade e cultura**, v. 11, n.1, jan/jun 2008, p. 13-21. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/fchf/article/view/4467>. Acessado em 09 abril 2020.

ANJOS, Danielle Manczak. **Acervo e Sociedade – Museu da Cidade do Rio Grande – RS**. 2012. 170 páginas. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, 2012. Disponível em: <http://museucrg.com.br/wp-content/uploads/2019/06/ACERVO-E-SOCIEDADE-MUSEU-DA-CIDADE-DO-RIO-GRANDE-RS.pdf>. Acessado em 28 abril 2020.

APPADURAI, Arjun. Introdução: Mercadorias e a Política de valor. *In*: APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

ARATSU, Martín M. C. Geografías para el patrimonio industrial en España: el caso de Barcelona. **Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, v. 11, n. 245 (32), pp. 1-8. ago. 2007. Disponível em: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-24532.htm> Acessado em 09 setembro 2019.

ARAÚJO, N. C. G. Origens e evolução espacial da indústria de alimentos do Rio Grande do Sul. *In*: 1º Encontro de Economia Gaúcha, Porto Alegre: PUC/FACE, 2002. **Anais 1º Encontro de Economia Gaúcha, Porto Alegre**. PUC/FACE, 2002. Disponível em: http://cdn.fee.tche.br/eeg/1/mesa_10_araujo.pdf. Acessado em 08 abril 2019.

ARAVANIS, Evangelia. A industrialização no Rio Grande do Sul nas primeiras décadas de República: a organização da produção e as condições de trabalho (1889-1920). **Revista Mundos do Trabalho**, Florianópolis, v. 2, n. 3, jan-jul 2010, p. 148-180. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/mundosdotrabalho/article/view/1984-9222.2010v2n3p148> Acessado em 24 julho 2019.

ARIZTÍA, Tomás. Classes médias e consumo: três enfoques de leitura a partir da sociologia. *In*: COGO, Denise; ROCHA, Rose de Melo; HOFF, Tânia (orgs.). **O que é consumo: comunicação, dinâmicas produtivas e constituição de subjetividades**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

AUCAR, Bruna; ROCHA, Everardo; PEREIRA, Claudia. Os anúncios nas revistas ilustradas: imaginário e valores brasileiros no início do século XX. *In*: MORAES, Ana Luiza Coiro; LISBOA FILHO, Flavia Ferreira; PAVAN, Maria Angela. (orgs.). **Histórias e reflexões da publicidade e propaganda e da comunicação institucional**. Natal: EDUFRN, 2015.

AUGUSTO, Michele Dias. A ilustração e publicidade: uma questão de modernidade. **Anais do 8º Colóquio de Moda – 5ª Edição Internacional**. Rio de Janeiro: 2012.

BACH, Alcir Nei. **Patrimônio Agroindustrial: Inventário das fábricas de compotas de pêssego na área urbana de Pelotas (1950-1990)**. Tese de Doutorado [Memória Social e Patrimônio Cultural]. Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural. Universidade Federal de Pelotas, 2017.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil (1900-2000)**. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.

BARBUY, Heloisa. O Brasil vai a Paris em 1889: um lugar na Exposição Universal. **Anais do Museu Paulista**. São Paulo, v.4 p. 211-261, jan/dez 1996. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/anaismp/v4n1/a17v4n1.pdf> Acessado em: 08 abril 2019.

BARCELOS, Janaina. Os usos da fotografia pela imprensa. *In*: 9º Encontro Nacional de História da Mídia, Ouro Preto, 2013. **Anais do 9º Encontro Nacional de História da Mídia**, GT História da mídia audiovisual e visual. Ouro Preto: UFOP, 2013. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/os-usos-da-fotografia-pela-imprensa> Acessado em: 08 abril 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Martins Fontes: São Paulo, 1979.

Barthes Roland. Le message publicitaire, rêve et poésie. *In*: **Les Cahiers de la publicité**, n°7, Langue et publicité. pp. 91-96.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 4ª ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2009.

BERGER, Christa. Toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar, a gente publica. *In*: MOUILLIAUD, M. (org). **O jornal: forma e sentido**. Brasília: Paralelo, 1997.

BERGHAUSER, Tatiana A; GRAÇAS, Rosemeire. Moysés Marcondes e a “condição feminina” no final do século XIX: um estudo sociocultural com fontes primárias. **O Mosaico Revista de Pesquisa em Artes**, Curitiba, v. 9, n.1, p. 94-109, jan./julho. 2013. Disponível em: periodicos.unespar.edu.br/index.php/mosaico/article/download/84/pdf. Acessado em 08 abril 2019.

BITTENCOURT, Ezio. **Da rua ao Teatro, os prazeres de uma cidade: sociabilidades & cultura no Brasil Meridional – Panorama da História de Rio Grande**. Rio Grande: EDFURG, 1999.

BOGUSZEWSKI, José Humberto. **A primeira impressão é a que fica: imagens, imaginário e cultura da alimentação no Paraná (1884-1940)**. Tese de Doutorado. Programa de Pós- Graduação em História da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2012

BOSCHILIA, Roseli, *et al.* **A presença portuguesa no Paraná: trabalho, integração e sociabilidade**. *In*: SOUSA, Fernando de., *et al.* (coord). **Entre mares: o Brasil de portugueses**. Belém: Editora Paka-tatu, 2010.

BOTH, Amanda C. **A trama que sustentava o império: mediação entre as elites locais e o Estado imperial brasileiro (Jaguarão, segunda metade do século XIX)**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017.

BOURDIEU, P. e SAINT-MARTIN, M. Goffts de classe et styles de vie. (Excerto do artigo "Anatomie du gofft".) **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, n° 5, out. 1976, p. 18-43. Traduzido por Paula Montero.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP, Porto Alegre, RS: Zouka, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **A miséria do mundo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

BOURDIEU, Pierre. O campo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 5, Brasília, jan-jul 2011, p. 193-216. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n5/a08n5.pdf> Acessado em 06 maio 2020.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas - Sobre a teoria da ação**. Campinas: Papirus, 1996.

BOURDIEU, Pierre; CHARTIER, Roger. **O sociólogo e o historiador**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2011.

BRESCIANI, Edda. Alimentos e bebidas do antigo Egito. *In*: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (dir.). **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998, pp. 68-79.

BRULON, Bruno. Passagens da museologia: a musealização como caminho. **Revista Museologia e Patrimônio**, v. 11, n. 2, 2018. Disponível em: <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/view/722> Acessado em 09 set 2019.

BUENO, Clodoaldo. O Barão do Rio Branco no Itamaraty (1902–1912). **Revista Brasileira de Política Internacional**, v.55 n.2, Brasília, jul/dez 2012, p. 171-189. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbpi/v55n2/10.pdf> Acessado em 14 maio de 2020.

CALDAS, Renata M. V. **Arquitetura industrial em Recife: uma face da modernidade**. Dissertação (Mestrado) em Desenvolvimento Urbano. Universidade Federal de Pernambuco. 180 f. Recife, 2010.

CANDAU, Joël. **Antropologia de la memoria**. Buenos Aires: Nueva vision, 2006.

CANDAU, Joël. Bases antropológicas e expressões mundanas da busca patrimonial: memória, tradição e identidade. **Revista Memória em Rede**, Pelotas, v.1, n1, jan/jul 2009. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/Memoria/article/view/9564>. Acessado em 20 março 2020.

CANDAU, Joël. **Memória e identidade**. São Paulo: Contexto, 2012.

CAPATTI, Alberto. O gosto pelas conservas. *In*: Flandrin, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (dir.). **História da alimentação**: 2. Da Idade Média aos tempos atuais. Lisboa: Terramar, 2001. pp. 359-369.

CARNEIRO JR, Renato A (coord). **Personagens da história do Paraná**: acervo do Museu paranaense. Curitiba: SAMP, Museu Paranaense, 2014. 182

CARVALHO, João Lázaro C. D. **O despontar do movimento operário na esfera pública (1850-1860)**. Dissertação de Mestrado em História Moderna e Contemporânea na especialidade de Política, Cultura e Cidadania. 141 f. ISCTE — Instituto Universitário de Lisboa, 2013.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da alimentação no Brasil**. São Paulo: Editora Global, 2004.

CATANI, Afrânio Mendes, et al (orgs). **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2017.

CERRI, Luis Fernando. A política, a propaganda e o ensino de história. **Caderno Cedes, Campinas**, vol. 25, n. 67, p. 319-331, set./dez. 2005.

CHAGAS, Mário de Souza. Memória e poder: dois movimentos. **Cadernos de Sociomuseologia**, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, v. 19, n. 19, 2002. Disponível em: <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/367> Acessado em 28 abril 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. As estratégias da encenação e da informação. *In: Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2013.

COPSTEIN, Raphael. O estrangeiro no município do Rio Grande. **Boletim Gaúcho de Geografia**, v.4, 1975, p. 1- 46. Disponível em: www.seer.ufrgs.br/bgg/article/download/37629/24283 Acessado em: 08 abril 2019.

CORÇÃO, Mariana. Memória gustativa e identidades: de Proust à cozinha contemporânea. Curitiba, 2006. Disponível em: http://www.historiadaalimentacao.ufpr.br/grupos/textos/memoria_gustativa.PDF. Acessado em 09 abril 2020.

COSTA, Emília Viotti da. **Da Monarquia à República: momentos decisivos**. 9.ed. São Paulo: Editora UNESP, 2010.

D'ANGELO. André Cauduro. **Precisar, não precisa: um olhar sobre o consumo de luxo no Brasil**. São Paulo: Lazuli Editora, 2006.

D'EU, Conde. **Viagem militar ao Rio Grande do Sul: agosto a novembro de 1865**. Rio de Janeiro: Editora Nacional, 1936. Disponível em: <https://bdor.sibi.ufrj.br/handle/doc/143>. Acessado em 01 Jul 2019.

DEBARY, Octave. Segunda mão e segunda vida: objetos, lembranças e fotografias. **Revista Memória em Rede**. Pelotas, v.2, n.3, ago-nov. 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/Memoria/article/view/9547>. Acessado em 09 abril 2020.

DEVALLON, Jean. Comunicação e sociedade: pensar a concepção da exposição. *In: BENCHETRIT, Sarah F.; BEZERRA, Rafael Z.; MAGALHÃES, Aline M (orgs). Museus e comunicação: exposição como objeto de estudo*. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2016.

DIAS, Jurandir Ferreira Jr. **O uso dos adjetivos em pasquins do século XIX: uma análise descritiva**. Orientador. Marlos de Barros Pessoa. Dissertação de Mestrado (Linguística).132 f. Universidade Federal de Pernambuco, CAC. Letras, 2011.

DION, Sylvie. A lenda urbana: um gênero narrativo de grande mobilidade cultural. **Boitató** – Revista do GT de Literatura Oral e Popular da ANPOLL, Londrina, n. 6, ago/dez de 2008. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/boitata/article/view/31156>. Acessado em 09 abril 2020.

DIVALL, Colin. Outro modo de escribir la Historia empresarial: los museos industriales, tecnológicos y del transporte. *In: ERRO, Carmen (org). Historia empresarial: pasado, presente y retos de futuro*. Editorial Ariel: Barcelona, 2003.

DOHMANN, Marcus. **A experiência material: a cultura do objeto**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2013.

DOMECQ' Monte & Cia. **O Estado do Rio Grande do Sul**. Barcelona: Estabelecimento gráfico: Thomas, 1916.

DONNELLEY, Robert G.. A empresa familiar. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 7, n. 23, p. 161-198, abr. 1967. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/40774>>. Acessado em 07 Mar. 2019.

DULCI, Tereza Maria Spyer. **As conferências pan-americanas: identidades, união aduaneira e arbitragem (1889-1928)**. Dissertação (Mestrado em História). Universidade de São Paulo. 134 f. São Paulo, 2008.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador**. Volume 1: Uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. São Paulo: USP, 1995.

FENTRESS, James; WICKHAM, Chris. **Memoria social**. Trad. Carmen Martínez Gimeno. Madrid: Universitat de València, 2003.

FERNANDES, Hugo. Em busca de luz, ar e claridade - dos largos telheiros industriais ao modernismo do século XX - alguns contributos para uma História da Indústria de Conservas de Peixe em Portugal. *In*: MONTEIRO, Bruno; PEREIRA, Joana D. **De Pé Sobre a Terra. Estudos sobre a Indústria, o Trabalho e o Movimento Operário em Portugal**. Porto: Universidade Popular do Porto, 2013, p. 36-60.

FERREIRA, Gladis Rejane Moran. **Cem anos do Porto do Rio Grande?** Memória e esquecimento de um Porto Velho e de uma “Barra Diabólica”. 178 f. Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, 2016.

FERREIRA, Maria Leticia Mazzucchi. Os fios da memória: fábrica Rheingantz entre passado, presente e patrimônio. **Horiz. antropol.**, Porto Alegre, v. 19, n. 39, p. 69-98, junho 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832013000100004. Acessado em: 24 julho 2019.

FERREIRA, Maria Leticia Mazzucchi. Patrimônio industrial: lugares de trabalho, lugares de memória. **Revista Museologia & Patrimônio**, v. 2, n. 1, jan./jun. 2009, p. 22-35. Disponível em: <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/viewFile/43/23>. Acessado em: 24 julho 2019.

FERREIRA, Marieta de Moraes. **Histórias de família: casamentos, alianças e fortunas**. Editora FGV: Rio de Janeiro, 2013.

FLANDRIN, Jean-Louis e MONTANARI, Massimo. (dir.). **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FOLGADO, Deolinda; CUSTÓDIO, Jorge. **Caminhos do oriente: guia do patrimônio industrial**. Lisboa: Livros Horizonte, 1999.

FONSECA, Nuno Vieira. **O século de Francisco**. Lisboa: Eurodois, 2000.

FONSECA, Rafael O. A navegação de cabotagem de carga no Brasil. **Mercator**, Fortaleza, v. 14, n. 1, p.21-46, abril 2015. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-22012015000100021. Acessado em 09 abril 2020.

FONTANARI, Rodrigo. Do signo ao mito – uma análise semiológica das capas de revista Men's Health e G Magazine. **Signo**. Santa Cruz do Sul, v.40, n. 68, p. 66-74, jan./dez. 2015. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/signo/article/view/4954>. Acessado em 28 set 2019.

FREYRE, Gilberto. **Açúcar**: uma sociologia do doce, com receitas de bolos e doces do Nordeste do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

FROMER, Julie E. **A necessary luxury**: tea in Victorian England. Ohio: Ohio University Press, 2008.

GALLO, Miguel A., RIBEIRO, Vitor S. **A gestão das empresas familiares**. Lisboa: Iberconsult, 1996.

GASTAL, Susana. **Alegorias Urbanas: o passado como subterfúgio**. Campinas/SP: Papirus Editora, 2006.

GIARD, Luce. O prato do dia. *In*: CERTEAU, Michel; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. **A invenção do cotidiano**: 2. Morar, cozinhar. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. pp. 234-267.

GINZBURG, Carlo. Representação: a palavra, a ideia e a coisa. *In*: GINZBURG, Carlo. **Olhos de Madeira: nove reflexões sobre a distância**. Tradução de Eduardo Brandão – São Paulo: Cia. das Letras, 2001, p. 85-103.

GOMES, Alexandre. O.; OLIVEIRA, Ana Amélia R.. A construção social da memória e o processo de ressignificação dos objetos no espaço museal. **Revista Museologia e Patrimônio**, v. 3, n. 2, jul/dez 2010. Disponível em: <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/download/136/134>. Acessado em 28 abril 2020.

GONÇALVES, José. Reginaldo. **Antropologia dos objetos**: coleções, museus e patrimônios. Rio de Janeiro: IPHAN, 2007.

GRIECO, Allen J. Alimentação e classes sociais no fim da Idade Média e na Renascença. *In*: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (dir). **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998, pp. 466-477.

GROTZNER, Paulo A. **A saga de um pioneiro**. [livro não publicado]. Curitiba, 2008. Disponível em: https://www.amigbrasil.org.br/de_DE/paulo-grotzner/. Acessado em 10 out 2019.

GUEDES, Maria Tarcila Ferreira. A Preservação no Contexto Pan-americano. **Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH. São Paulo, julho 2011**. Disponível em: http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1312939442_ARQUIVO_ARTIGOANPUHMARIAATARCILAFERREIRAGUEDES333.pdf.

GUTIERREZ, Ester. Charqueadas. *In*: LONER, Beatriz; GILL, Lorena A.; MAGALHÃES, Mario O. (orgs). **Dicionário de História de Pelotas**. 3 ed. Pelotas: Editora da UFpel (FAU), 2017, p. 65-67.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Edições vértices. Editora Revista dos Tribunais, 1990.

HARTOG, François. Tempo e patrimônio. **Varia História**, Belo Horizonte, v. 22, n. 36, p. 261-273, jul.-dez. 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-87752006000200002&script=sci_abstract&tlng=pt Acessado em 28 abril 2020.

HEES, Felipe. A industrialização brasileira em perspectiva histórica (1808-1956). **Em Tempo de Histórias** - Publicação do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Brasília PPG-HIS, nº. 18, Brasília, jan/jul. 2011, p. 100-131. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/emtempos/article/view/19892>. Acessado em 27 jan 2019.

HEIZER, Alda. A Exposição Nacional de 1908: entre comemorações. **Revista do Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro**, v. 10, p. 14-24, 2016. Disponível em: <http://wpro.rio.rj.gov.br/revistaagcrj/a-exposicao-nacional-de-1908-entre-comemoracoes/> Acessado em: 08 abril 2019.

HERNÁNDEZ, Tanya K. **Subordinação racial no Brasil e na América Latina: o papel do Estado, o Direito Costumeiro e a Nova resposta dos Direitos Civis**. Trad. Arivaldo Santos de Souza, Luciana Carvalho Fonseca. Salvador: EDUFBA, 2017. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/21748/1/Subordinacao-Racial-no-Brasil_RI.pdf Acessado em 14 de maio de 2020.

HERRLEIN JR., Ronaldo. A transição capitalista no Rio Grande do Sul, 1889-1930: uma nova interpretação. **Economia e Sociedade**, Campinas, v. 13, n. 1 (22), p. 175-207, jan./jun. 2004. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/ecos/article/view/8643060>. Acessado em 27 jan 2019.

HOBSBAWM, Eric J. **A Era do Capital (1848-1875)**. Lisboa: Presença, 1988.

HORNES, Luciana Gerundo. Rheingantz: no passado símbolo de progresso, hoje esquecimento – um projeto pautado na educação histórica. **Revista Latino - Americana de História**, vol. 2, n. 6, p. 507-519, ago 2013. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6238699>. Acessado em 08 abril 2019.

IMÍZCOZ, José Maria. **Redes familiares y patronazgo: aproximación al entramado social del País Vasco y Navarra en el Antiguo Régimen (siglos XV -XIX)**. Bilbao: Servicio Editorial. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, 2001.

IZQUIERDO, Iván. **Memória**. Artmed, 2011.

JESUS, Ronaldo Pereira de. Historiografia sobre mutualismo (1875-1914) em Portugal e no Brasil. **Revista Estudos Ibero-Americanos**, Porto Alegre, v.2, n.3, p. 1144-1167, set/dez 2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/iberoamericana/article/view/23735> Acessado em: 08 abril 2019.

JOSÉ, Inês F. N. **A fundação e a organização da manutenção militar em Lisboa**. Dissertação de Mestrado (História). Universidade Nova de Lisboa. 157 f. Lisboa: 2017.

JULIÃO, Letícia. A pesquisa histórica nos museus. *In*: MINISTÉRIO DA CULTURA. **Caderno Diretrizes Museológicas**. 2. ed. Belo Horizonte: Secretaria de Estado da Cultura; Superintendência de Museus, 2006.

KOPYTOFF, Igor. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. *In*: APPADURAI, Arjun. 2008. **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: EdUFF, 2008.

LAHIRE, Bernard. Campo. *In*: CATANI, Afrânio Mendes, *et al* (orgs). **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2017. p. 64-66.

LEBARON, Frédéric. Capital. *In*: CATANI, Afrânio Mendes, *et al* (orgs). **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2017. P.101-103.

LEITÃO, Débora K. e MACHADO, Rosana P. O luxo do povo e o povo do luxo: consumo e valor em diferentes esferas sociais no Brasil. *In*: LEITÃO, Débora K., LIMA, Diana N. O. e MACHADO, Rosana P. [orgs]. **Antropologia & Consumo**: diálogos entre Brasil e Argentina. Porto Alegre: AGE, 2006.

LEMPS, Alain Huetz. As bebidas coloniais e a rápida expansão do açúcar. *In*: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (dir). **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998, pp. 611-624.

LIMA JÚNIOR, Félix. **Maceió de outrora**. Volume 1. Alagoas: Imprensa Oficial Graciliano Ramos, 2014.

LIMA, Carlos A. Notas sobre uma especificidade do mate paranaense no século XIX. **REVISTA NEP** (Núcleo de Estudos Paranaenses-UFPR), Curitiba, v.3, n.2, p. 78-91, junho 2017. Disponível e: <https://revistas.ufpr.br/nep/article/view/53516> Acessado em: 08 abril 2019.

LIMA, Christiano T. K de. **A gênese do bonde** - Rio Grande-RS. Trabalho de Conclusão de Curso (Geografia). 109 f. Universidade Federal do Rio Grande - FURG, 2018.

LIMA, Natália Dias de C. Moda e Art Nouveau na Belle Époque francesa. *In*: **Anais do III Seminário Internacional de História do Tempo Presente**. UDESC, Florianópolis, 2017, p. 1-13. Disponível em: <http://eventos.udesc.br/ocs/index.php/STPII/IIISIHTP/paper/viewFile/565/356> Acessado em 17 dez 2019.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LOPES, Carlos R. **Lendas urbanas na internet**: entre a ordem do discurso e o acontecimento enunciativo. Orientadora: Anna Maria G. Carmagnani. 219 f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos e literários em inglês) - Universidade de São Paulo, 2007. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8147/tde-04122007-102908/pt-br.php>. Acessado em 08 abril 2020.

LUVIZOTTO, Caroline K. **Cultura gaúcha e separatismo no Rio Grande do Sul**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. Disponível em: <http://books.scielo.org>>. Acessado em 24 julho 2019

LUZ, Nícia Vilela. **A luta pela industrialização**. Editora Alfa Omega, São Paulo, 1978.

MACEDO, José Ferreira de. **Sucessão na empresa familiar: teoria e prática**. São Paulo: Nobel, 2009.

MACEDO, Matusaila Aragão. **O bolo de casamento: a permanência simbólica e a imutabilidade formal do Bolo de Casamento**. Orientadora: Paula Barata Dias. 75 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Gastronômicas) - Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2018.

MACIEL, Maria Eunice e CASTRO, Helisa Canfield. A comida boa para pensar: sobre práticas, gostos e sistemas alimentares a partir de um olhar antropológico. **Demetra**; v. 8, n. 1, p. 321-328. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/demetra/article/view/6648> Acessado em: 08 abril 2019.

MACIEL, Maria Eunice. Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? **Revista Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, ano 7, n. 16, p. 145-156, dez 2001. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832001000200008. Acessado em: 08 abril de 2019.

MARIANI, Luiza H. S. C. Bilac. João do Rio e a Exposição Nacional de 1908. **Revista Contemporânea**, v. 8, n.3, p. 133-144, 2010. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/818> Acessado em: 08 abril 2019.

MARTINS, César A. A.; RENNER, Marco A. Industrialização de pescado no município do Rio Grande: da gênese ao final do século XX. **Geosul**, Florianópolis, v. 29, n. 58, p. 29-72, jul./dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/article/view/37507/28796>. Acessado em 09 abril 2020.

MARTINS, Luis Carlos Passos. **A grande imprensa “liberal” da Capital Federal (RJ) e a política econômica do segundo governo Vargas (1951-1954): conflito entre projetos de desenvolvimento nacional**. Tese de doutorado (História). 360 f. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2010.

MARTINS, Solismar Fraga. **Cidade do Rio Grande: industrialização e urbanização (1873-1990)**. Rio Grande: Editora da FURG, 2016.

MARTINS, Solismar Fraga. O papel da cidade do Rio Grande (RS) na economia rio-grandense durante a industrialização dispersa (1873-1930). *In: Primeiras Jornadas de Economia Regional Comparada*, 2005, Porto Alegre. *Segundas Jornadas de História Regional Comparada e Primeiras Jornadas de Economia Regional Comparada*. **Anais Primeiras Jornadas de Economia Regional Comparada**. Porto Alegre: FF, 2005. Disponível em: <http://www.estudantegeografos.xpg.com.br/riograndeeconomia.pdf>. Acessado em 08 abril 2019.

MARTINS, Solismar Fraga; PIMENTA, Margareth Afeche. A constituição espacial de uma cidade portuária através dos ciclos produtivos industriais: o caso do município do Rio Grande (1870-1970). **Revista Brasileira Estudos Urbanos e Regionais**, v. 6, n.1, p. 85 – 100, 2004. Disponível em: <http://rbeur.anpur.org.br/rbeur/article/view/106> Acessado em 08 abril 2019.

LOUREIRO, Maria Lúcia de Niemeyer; LOUREIRO, José Mauro. Documento e musealização: entretecendo conceitos. **Revista MIDAS**, v. 1, 2013. Disponível em: <https://journals.openedition.org/midas/78> Acessado em 28 abril 2020.

MATOS, Ana C.; SAMPAIO, Maria da Luz. Patrimônio industrial e museologia em Portugal. **Revista Museologia e interdisciplinaridade**, Brasília, v. 3, n. 5, p. 95-112, mai./jun. 2014. Disponível em: <http://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/15472>. Acessado em 09 setembro 2019.

MATTELART, Armand e Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2006.

MEDEIROS, Daniel R. Na “rooteza”: memória e identidade de uma prática roqueira underground no extremo Sul do Brasil nos anos 1990. Orientadora: Isabel Nogueira. 367 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural - Universidade Federal de Pelotas, 2017.

MELO, Vitor Andrade de. Um hipódromo suburbano: a experiência do Club de Corridas Santa Cruz (Rio de Janeiro — 1912/1918). **Topoi**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 40, p. 157-184, jan./abr. 2019. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/topoi/v20n40/2237-101X-topoi-20-40-157.pdf>. Acessado em 20 jan 2020.

MENASCHE, Renata; *et al.* Alimentação e cultura em suas múltiplas dimensões. In: MENASCHE, Renata; ALVAREZ, Marcelo; COLLAÇO, Janine. **Dimensões socioculturais da alimentação: diálogos latino-americanos**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012.

MENDES, José Amado. **Etapas e limites da industrialização**. In: MATTOSO, José de. (dir). **História de Portugal**. vol. 5. O Liberalismo. Lisboa: Editorial Estampa, 1993.

MENDES, José Amado. Portugal agrícola ou industrial? Contornos de uma polémica e suas repercussões no desenvolvimento (Sécs. XIX-XX). **Revista de História das Ideias**, Coimbra, v. 18, p. 187-230, 1996. Disponível em: https://digitalis-dsp.uc.pt/jspui/bitstream/10316.2/41929/1/Portugal_agricola_ou_industrial.pdf. Acessado em: 08 abril 2019.

MENDES, José Amado. Sobre as relações entre a indústria portuguesa e a estrangeira no século XIX. **Revista Análise Social**, Lisboa, vol. 16, n. 61-62, p. 31-62, 1980. Disponível em: <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223993561K8mHN9oe1Ai93FX6.pdf> Acessado em: 08 abril 2019.

MENDES, José Maria Amado. **A área econômica de Coimbra: estrutura e desenvolvimento industrial, 1867-1927**. Comissão de Coordenação da Região Centro Coimbra, 1984.

MENESES, Ulpiano. T. B. Memória e cultura material: documentos pessoais no espaço público. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, v.11, n. 21, 1998. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2067> Acessado em 28 abril 2020.

MENESES, Ulpiano. T. B. Museu na Cidade x Cidade no Museu: para uma abordagem histórica dos museus de cidade. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, volume 5, nº 8/9, pp. 197-205, set 1984/abril 1985. Disponível

em: https://www.anpuh.org/arquivo/download?ID_ARQUIVO=1912. Acessado em 28 abril 2020.

MENTA, Guadalupe E. A modernização e o processo de urbanização a partir do século XIX: ecos da dominação europeia no Brasil e em África. **Revista Crioula**, São Paulo, v. 4, p. 1-12, nov. 2008. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/crioula/article/view/54051/57981> Acessado em 08 abril 2019.

MERTZ, Marli. A burguesia industrial gaúcha e suas tentativas de organização: de sua origem a 1930. **Ensaios FEE**, Porto Alegre, v. 12, n. 2, p. 422-444, 1991. Disponível em: <https://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/view/1456> Acessado em: 08 abril 2019.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ha/v13n28/a03v1328.pdf>. Acessado em 08 abril 2019.

MOLES, A. A. Objeto e comunicação. In: MOLES, Abrahan; BAUDRILLARD, Jean; *et al.*, **Semiologia dos objetos**. Petrópolis: Vozes Limitada, 1972.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2013.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4125089/mod_resource/content/1/Roque-Moraes_Analise%20de%20conteudo-1999.pdf Acessado em 20 março 2020.

MOSCOVICI, Serge. Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história. In: JODELET, Denise (org). **As representações sociais**. Editora UERJ: Rio de Janeiro, 2001.

MOULLAUD, M. **O jornal: forma e sentido**. Brasília: Paralelo, 1997.

MOURÃO, Alda. A criação da imagem empresarial através da publicidade. In: RIBEIRO, Maria Manuela Tavares (coord.). **Outros combates pela história**. Coimbra: Impressos da Universidade de Coimbra, 2010.

MUNIZ, Eloá. Publicidade e propaganda origens históricas. **Caderno Universitário**, nº 148, Canoas, Ed. ULBRA, 2004. Disponível em: <https://www.eloamuniz.com.br/arquivos/1188171156.pdf>. Acessado em 18 novembro 2019.

NAPOLITANO, Marcos. **História do Brasil República: da queda da Monarquia ao fim do Estado Novo**. São Paulo: Contexto, 2016.

NASCIMENTO, Neuber Fernandes. **A cidade lembrada: um estudo sobre a memória subjetiva e social**. Tese de Doutorado (Psicologia Social). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011, 426p.

NAZARETH-TISSOT, Karla. **A cidade da infância (re)visitada: a relação entre presente e passado sobre o futuro da nostalgia em Pelotas (RS)**. Orientador: Sidney Gonçalves Vieira. 210 f. Dissertação (mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural, Universidade Federal de Pelotas, 2017.

NERY, Olivia S. Biscoitos históricos: a musealização da Fábrica Leal Santos – Rio Grande, RS. **Revista Faces da História**, Assis-SP, v. 4, n. 1, p. 73-89, jan.-jun. 2017. Disponível em: <http://seer.assis.unesp.br/index.php/facesdahistoria/article/view/405> Acessado em 09 setembro 2019.

NERY, Olivia Silva. **A invisibilidade na materialidade: As pontes de memória nos objetos de Lyuba Duprat**. 2015. 198 folhas. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2015.

NOGUEIRA, Claudio M. M. Agente. *In*: CATANI, Afrânio Mendes; *et al* (orgs). **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2017.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares de memória. **Projeto História**, São Paulo, n.10, dez. 1993, p.7-28. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/12101> Acessado em 28 abril 2020.

OLIVEIRA, Milena Fernandes de. Cultura de consumo e indústria na São Paulo da Belle Époque (1890-1915). **Revista História Econômica & História de Empresas**. vol. 17 n. 1, 2014. Disponível em: <http://www.abphe.org.br/revista/index.php/rabphe/article/view/255>. Acessado em 11 novembro 2019.

OLIVEIRA, Priscila C. **Interfaces da memória social: análise do compartilhamento do conjunto de imagens digitais do acervo digital bar ocidente no Facebook**. 146f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural, Universidade Federal de Pelotas, 2017.

OLIVEIRA, Thiago M. A nostalgia no consumo de imagens em páginas de memória no Facebook. **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 5, n.2, jul/dez 2016, p. 117-133. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/4794>. Acessado em 30 março 2020.

OLIVEIRA, Nathalia P.; SILVEIRA, Fabrício J. Mulheres cariocas e práticas de leitura nos anos de 1920: um estudo documental a partir das revistas Fon-Fon e Jornal das Moças. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.21, n.2, p.33-60, abr./jun, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/pci/v21n2/1413-9936-pci-21-02-00033.pdf> Acessado em 19 maio 2020.

OLIVEN, Ruben George. Cultura e modernidade no Brasil. **São Paulo Perspec.**, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 3-12, abril. 2001. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392001000200002 Acessado em: 07 jan 2020.

PEDROCCO, Giorgio. A indústria alimentar e as novas técnicas de conservação. *In*: Flandrin, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (dir). **História da alimentação**: 2. Da Idade Média aos tempos atuais. Lisboa: Terramar, 2001. p. 345-358.

PEDROSO, Ticiano Duarte. **Cidade Nova**: Narrativas do cotidiano no subúrbio operário de Rio Grande - 1950. Orientadora: Lorena Almeida Gill. Pelotas, 2012. 161 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2012. Versão eletrônica com texto completo. Disponível em:

https://wp.ufpel.edu.br/ppgs/files/2014/06/dissertacao_ticiano-duarte-pedroso.pdf. Acessado em 09 abril 2020.

PEDROSO, Ticiano Duarte. Entre o apito e o cheiro de peixe: história, cotidiano e sociabilidades no bairro Cidade Nova. *In: XXVI Simpósio Nacional de História*, 2011, São Paulo. **Anais do XXVI Simpósio Nacional de História** [São Paulo], 2011. Disponível em: http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300675834_ARQUIVO_ENTREOAPIT_OEOCHEIRODEPEIXEANPUH.pdf. Acessado em 04 abril 2020.

PEREIRA, Ana Maria. Hábitos alimentares: reflexões históricas. **Revistas Nutricias**, v. 18, Associação Portuguesa dos Nutricionistas, 2013, p. 18-20. Disponível em: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-72302013000300005. Acessado em 20 ago 2018.

PEREIRA, Claudia da Silva. Despertando para a cultura material: representações midiáticas do café e do chocolate na publicidade. **E-compós**, Brasília, v.20, n.1, jan./abr. 2017. Disponível em: <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1286> Acessado em: 08 abril 2019.

PEREIRA, Ester Liberato; MAZO, Janice Zarpellon. As práticas equestres e o lazer dos porto-alegrenses (década de 1920 a 1940). **Revista Licere**, Belo Horizonte, v.17, n. 4, p. 32-60, dez/2014. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/licere/article/view/1016> Acessado em 20 jan 2020.

PEREIRA, Margareth C. da Silva. A exposição de 1908 ou o Brasil visto por dentro. **Revista Arqtextos**, Porto Alegre v. 16, s.d.. Disponível em: https://www.ufrgs.br/propar/publicacoes/ARQtextos/pdfs_revista_16/01_MSP.pdf Acessado em 08 abril 2019.

PEREIRA, Margareth Campos da Silva. A participação do Brasil nas Exposições Universais: uma arqueologia da modernidade brasileira. **Revista Projeto**, São Paulo, n. 139, p. 83-90, 1992. Disponível em: http://arquitetura.weebly.com/uploads/3/0/2/6/3026071/tex15_a_participa%C3%A7%C3%A3o_do_brasil_nas_exposi%C3%A7%C3%B5es.pdf Acessado em 08 abril 2019.

PESAVENTO, Sandra J. **História & história cultural**. 2ª Edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

PESAVENTO, Sandra J. Imagens da nação, do progresso e da tecnologia: a Exposição Universal de Filadélfia de 1876. **Anais do Museu Paulista**, São Paulo, v. 2, p.151-167, jan/dez 1994. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/anaismp/v2n1/a11v2n1.pdf>. Acessado em 08 abril 2019.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Cidade, espaço e tempo: reflexões sobre a memória e o patrimônio urbano. **Cadernos do LEPAARQ** – Textos de antropologia, arqueologia e patrimônio, v. 2, n. 4, Pelotas: Editora da UFPel, ago/dez 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/lepaarq/article/view/893> Acessado em 20 março 2020.

PILLA, Maria C. B. Gosto e deleite: construção e sentido de um menu elegante. **História: questões e debates**, Curitiba, n. 42, p. 53-69, 2005. Editora UFPR

PIRES JÚNIOR, Arnaldo Lucas. Traços de modernidade: modernidade e progresso na imprensa ilustrada fluminense (1870-1880). *In: BESSONE, Tânia; RIBEIRO, Gladys Sabina;*

GONÇALVES, Monique de Siqueira Gonçalves; MOMESSO, Beatriz (orgs.). **Cultura escrita e circulação de impressos no oitocentos**. São Paulo: Alameda, 2016. p. 105-123.

PISTOLA, Renato J. B. J. da S. **Alcântara, a evolução industrial de meados do século XIX ao final da 1ª República**. 144 f. Dissertação de Mestrado (História). Universidade Nova de Lisboa. Lisboa, 2009.

PITKIN, Hanna. O conceito de representação. *In*: CARDOSO, Fernando Henrique; MARTINS, Carlos E. **Política e Sociedade**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, v. II, 1979, p. 8-22.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, 1992. Disponível em: <http://www.pgedf.ufpr.br/memoria%20e%20identidadesocial%20A%20capraro%202.pdf>. Acessado em 09 abril 2020.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, 1989. Disponível em: http://www.uel.br/cch/cdph/arqtxt/Memoria_esquecimento_silencio.pdf. Acessado em 09 abril 2020.

POMIAN, Krzystof. Coleção. **Enciclopédia Einaudi**, v. 1: Memória - História. Imprensa Nacional: Casa da Moeda, 1984.

POSSAMAI, Z. R. **Nos bastidores do museu: patrimônio e passado da cidade de Porto Alegre**. Porto Alegre: EST, 2001.

POULOT, Dominique. **Museu e museologia**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.

POULOT, Dominique. **Uma história do patrimônio no ocidente, séculos XVIII-XXI: do monumento aos valores**. São Paulo: Estação Liberdade, 2009.

PRADO JUNIOR, Caio. **História Econômica do Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

PRIORE, Mary del. Histórias da gente brasileira. Volume 3: **República** – Memórias (1889-1950). Rio de Janeiro: Le Ya, 2017.

PRIORE, Mary del. Histórias da gente brasileira: volume 2: **Império**. São Paulo: Le Ya, 2016.

RADLEY, Allan. Artefacts, memory and the sense of the past. *In*: MIDDLETON, David e EDWARDS, Derek (orgs.). **Collective remembering**. Londres e New Dheli: SAGE Publications, 1994.

REIS, Jaime. A industrialização num país de desenvolvimento lento e tardio: Portugal, 1870-1913. **Análise Social**, Lisboa, v. 23, n. 96, p. 207-227, 1987. Disponível em: <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223486204E9wNP8ed3Ez05AO7.pdf> Acessado em: 08 abril 2019.

REIS, Jaime. A produção industrial portuguesa, 1870-1914: primeira estimativa de um índice. **Análise Social**, Lisboa, v. 22, n. 94, p. 903-928, 1986. Disponível em:

<http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223553824T9zEA1bs3Xb58PZ2.pdf>. Acessado em 08 abril 2019.

RIBEIRO, Leila B.; DODEBEI, Vera; ORRICO, Evelyn G. D. Memórias afetivas: como lembrar e representar a informação. *In: XVI ENANCIB - Informação, Memória e Patrimônio: do documento às redes*. João Pessoa, PB, 2015. Disponível em: <http://repositorios.questoesemrede.uff.br/repositorios/bitstream/handle/123456789/3016/7.%20MEM%c3%93RIAS%20AFETIVAS.pdf?sequence=1>. Acessado em 30 março 2020.

RIBEIRO, Gustavo Lins. Tropicalismo e Europeísmo. Modos de representar o Brasil e a Argentina. *In: FRIGÉRIO, A. & LINS RIBEIRO, G. (orgs.). Argentinos e brasileiros: encontros, imagens e estereótipos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001, p. 237-264. Disponível em: <http://dan.unb.br/images/doc/Serie297empdf.pdf> Acessado em 14 maio 2020.

RICOEUR, Paul. **A memória, a história, o esquecimento**. UNICAMP: Campinas, 2007

RITCHIE, Carson I. A. **Comida e civilização**: de como a história foi influenciada pelos gostos humanos. Lisboa: Assírio & Alvim, 1995.

RODRIGUES, Angela Rosch. Fábrica e ideologia: o desenvolvimento do pensamento moderno e a arquitetura industrial na cidade de São Paulo (1889 a 1930). **Cadernos de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo**, São Paulo, v. 11, n. 2, 2001, pp. 142-173. Disponível em: <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/cpgau/article/view/6067>. Acessado em 15 janeiro 2020.

RODRIGUES, Manuel Ferreira. A primeira historiografia da indústria portuguesa (1881-1930): uma síntese. *In: NUNES, João Paulo A.; FREIRE, Américo (coord). Historiografias portuguesa e brasileira no século XX: olhares cruzados*. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2013. pp. 375 - 392.

ROMANELLI, Geraldo. O significado da alimentação na família: uma visão antropológica. Revista **Medicina**, Ribeirão Preto, v. 39, n.3, jul/set 2006, p. 333-339. Disponível em: http://revista.fmrp.usp.br/2006/vol39n3/3_o_significado_alimentacao_na_familia.pdf. Acessado em 27 março 2020.

ROSENBERGER, Bernard. A cozinha árabe e sua contribuição à cozinha europeia. *In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (dir). História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998, pp. 338-357.

ROQUE, Maria Isabel R. Comunicação no museu. *In: BENCHETRIT, Sarah F.; BEZERRA, Rafael Z.; MAGALHÃES, Aline M (orgs). Museus e comunicação: exposição como objeto de estudo*. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2016.

SALABERRY, Jeferson Dutra. **A agroindústria no Bairro Porto: Pelotas-RS (1911-1922)**. 2012. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2012.

SALGUEIRO, Ângela Sofia G. **A companhia real dos caminhos de ferro portugueses 1859-1891**. Dissertação de Mestrado em História. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas - Universidade Nova de Lisboa. 145 f. Lisboa, 2008.

SAMPAIO, Maria da Luz. **Da fábrica ao museu: identificação, patrimonialização e difusão da cultura técnico-industrial**. Lisboa: Caleidoscópio, 2017.

SANT'ANNA, Denise Bermuzzi de. "Sempre bela". *In*: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria. **Nova história das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2013.

SCHNEID, Frantieska H. **Fotografias de casamento: memórias compartilhadas a partir de acervos pessoais**. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural - Universidade Federal de Pelotas. 248 f. Pelotas, 2015.

SCHUDSON, M. **Descobrimo a notícia: Uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis: Vozes, 2010.

SCHWARCZ, Lilia M.; STARLING, Heloisa M. **Brasil: uma biografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

SCOTT, Ana S. V. **As duas faces da imigração portuguesa para o Brasil (décadas de 1820-1930)**. Congreso de Historia Económica de Zaragoza, 2001. Universidad San Pablo-CEU Fac. de Ciencias Económicas y Empresariales.

SEDIKIDES, Constantine; WILDSCHUT, Tim e BADEN, Denise. Nostalgia: conceptual issues and existential functions. *In*: GREENBERG, Jeff; KOOLE, Sander L. e Pyszczynski, Tom. **Handbook of Experimental Existential Psychology**. Nova Iorque: Guilford Publications, 2004, pp. 200-214.

SEDIKIDES, Constantine; WILDSCHUT, Tim;BADEN, Denise. Nostalgia: conceptual issues and existential functions. *In*: GREENBERG, Jeff; KOOLE, Sander L. e Pyszczynski, Tom. **Handbook of Experimental Existential Psychology**. Nova Iorque: Guilford Publications, 2004, pp. 200-214.

SEVCENKO, Nicolau. Introdução. *In*: NOVAIS, Fernando A [org.]. **História da Vida Privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SILVA, Edson. Os índios e a civilização, ou a civilização dos índios? Discutindo conceitos, concepções e lugares na História. **Boletim do Tempo Presente**, n.10, 2015. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/tempopresente/article/view/4138> Acessado em 12 maio 2020.

SILVA, João Santana. **Marvila moderna: uma cidade operária ergue-se ao oriente**. 2015. Texto disponível em: https://www.academia.edu/22642776/Marvila_moderna_uma_cidade_oper%C3%A1ria_ergue-se_a_orient Acessado em julho de 2020.

SILVA, Marcelo Moraes. A emergência das práticas esportivas em Curitiba: O Turfe e a Pelota Basca. *In*: **Anais do XXVI Simpósio Nacional de História** – ANPUH. São Paulo, julho 2011. Disponível em: https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548856713_1ea9ce19e8f1f2cda938caddadac2c94.pdf Acessado em 20 jan 2020.

SITWELL, William. **A história da culinária em 100 receitas: uma incrível viagem pelos hábitos alimentares ao longo do tempo**. São Paulo: Publifolha, 2015.

SOARES, Fernanda C. e CORÇÃO, Marina. Bom gosto à mesa: cultura material e distinção social no Brasil do século XIX. **Revista Clio Arqueológica**, v. 27, n. 12, Pernambuco, 2012. Disponível em:

[https://www.academia.edu/17527502/SOARES F. e COR%C3%87%C3%83O M. 2012. Bom Gosto %C3%A0 Mesa Cultura Material e Distin%C3%A7%C3%A3o Social no Brasil do S%C3%A9culo XIX. Clio Arqueol%C3%B3gica. N.2 v.27 s.p. Recife.](https://www.academia.edu/17527502/SOARES_F_e_COR%C3%87%C3%83O_M.2012._Bom_Gosto_%C3%A0_Mesa_Cultura_Material_e_Distin%C3%A7%C3%A3o_Social_no_Brasil_do_S%C3%A9culo_XIX._Clio_Arqueol%C3%B3gica._N.2_v.27_s.p._Recife)
Acessado em 10 outubro 2019.

SOBRAL, Julieta. **O desenhista invisível**. Rio de Janeiro: Folha Seca, 2007.

STEFANUTTI, Paola; GREGORY, Valdir; KLAUCK, Samuel. Memórias gustativas: uma discussão de memória social e identidade. **Revista Memória em Rede**, Pelotas, v.10, n.18, jan/jul 2018, p. 128-145. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/Memoria/article/view/11735>. Acessado em 10 março 2020.

TAVARES, Adriano Pereira. **Comida afetiva**: uma expressão de gosto, hospitalidade e memória. Orientadora: Tainá Bacellar Zanetti. 107 f. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade de Brasília, 2018. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/32829/1/2018_AdrrianoPereiraTavares.pdf. Acessado em 10 abril 2020.

TENSER, Carla ; ARAÚJO, Wilma; COLLAÇO, Janine H. Química e alimentos. *In*: ARAÚJO, Wilma M. C.; [et al.] [orgs.] **Alquimia dos Alimentos**. 3ª ed. Brasília: Editora Senac-DF, 2016.

THOMSON, Alistair. Reconstituo a memória: questões sobre a relação entre História Oral e as memórias. **Projeto História**. São Paulo, v.17, abril, 1997. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/11216>. Acessado em 09 abril 2020.

TOLEDO, Edilene. Um ano extraordinário: greves, revoltas e circulação de ideias no Brasil em 1917. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v.30, n.61, p. 497-518, maio/ago 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/eh/v30n61/0103-2186-eh-30-61-0497.pdf> Acesso em 10 maio 2020.

TORRES, Luiz Henrique. Cronologia Básica da História da Cidade do Rio Grande (1737 – 1947). **BIBLOS**, Rio Grande, v. 22, n. 2, p. 9-18, 2008. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/957>. Acessado em 08 abril 2019.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Veja, 1993.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo I**. Florianópolis: Insular, 2005.

VAITKUNAS, Aleksas Dalecio. **A industrialização brasileira**: da Primeira Guerra Mundial à crise de 1929. Dissertação (Mestrado em História Econômica) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

VAQUINHAS, Irene Maria e NETO, Margarida. Agricultura e mundo rural: tradicionalismos e inovações. *In*: MATTOSO, José (dir.). **História de Portugal**, vol. 5º, Círculo de Leitores, Lisboa, 1994, pp. 325 –337.

VIDIGAL, Antonio Carlos. As origens da empresa familiar no Brasil. *In*: MARTINS, Ives G. da S.; MENEZES, Paulo R.; BERNHOEFT, Renato (coord). **Empresas familiares brasileiras**: perfil e perspectivas. São Paulo: Negócio Editora, 1999. p.

VOGT, Cláudio C. **As origens da indústria gaúcha e o setor têxtil no período do processo de substituição de importações**. 210 p. Dissertação de Mestrado (Economia). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2003.

YAGUI, Mirian M. **Museus e patrimônio industrial: um estudo sobre a musealização do setor elétrico no estado de São Paulo**. Dissertação de mestrado em Museologia. 171 f. Programa de Pós-Graduação Interunidades em Museologia do Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade de São Paulo. Universidade de São Paulo, 2014.

Imagens

Fábrica de Biscoitos Duchen (s/d). Museu da Imigração. Nº topográfico: MI_ICO_AMP_050_001_131_001. Disponível em: http://www.inci.org.br/acervodigital/upload/fotografias/MI_ICO_AMP_050_001_131_001.jpg Acessado em 06 maio de 2020.

Planta geral da cidade do Rio Grande, 1904. Escala 1:8000. Antônio de Chermont e Pedro Rache. Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul. Disponível em: https://www.ihgrgs.org.br/mapoteca/cd_mapas_rs/CD/CapVII.htm Acessado em 06 maio de 2020.

Imagens da capa e subcapas: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande

Sites

Fábrica Palmeira <http://professoraedilzafontes.blogspot.com/2009/12/fabrica-palmeira.html>

Fundação Cidade do Rio Grande <http://www.fcrg.org.br/>

Grupo Fatos e Coisas de antanho do Rio Grande (*Facebook*) <https://www.facebook.com/groups/fatosecoisasdeantanho/>

Museu da Cidade do Rio Grande <https://museucrg.com.br/sobre/>

Entrevistas e depoimentos

Henrique José Leal Santos Vieira da Fonseca. Rio Grande/ RS. 04 de maio de 2016. Entrevista presencial concedida à Olivia Silva Nery.

Alexandre Machado. Rio Grande/ RS. 16 de março de 2020. Entrevista online [e-mail] concedida à Olivia Silva Nery.

Ana Maria Fuhro Louzada. Rio Grande/ RS. 12 de março de 2020. Depoimento online [Facebook] concedido à Olivia Silva Nery.

Renato Lempek. Rio Grande/ RS. 11 de fevereiro de 2020. Depoimento online [WhatsApp] concedido à Olivia Silva Nery.

Objetos tridimensionais

MUSEU DA CIDADE DO RIO GRANDE. [**Fotografias Leal, Santos & C.**]. Rio Grande: MCRG, 1910. Papel.

MUSEU DA CIDADE DO RIO GRANDE. [**Carro de Bombeiros Leal Santos**]. Rio Grande: MCRG, 1910. Ferro e madeira.

MUSEU DA CIDADE DO RIO GRANDE. [**Disco vinil comemorativo aos 100 anos da Leal Santos & C.**]. Rio Grande: MCRG, 1989.

MUSEU DA CIDADE DO RIO GRANDE. [**Latas de biscoitos Leal, Santos & C.**]. Rio Grande: MCRG, século XX. Metal com pintura.

MUSEU DA CIDADE DO RIO GRANDE. [**Livro diário n.1 Leal, Santos & C.**]. Rio Grande: MCRG, 1889, 1910, 1912. Papel e madeira.

MUSEU DA CIDADE DO RIO GRANDE. [**Livro de visitas de exposição comemorativa aos 100 anos da Leal Santos no Museu da Cidade do Rio Grande.**]. Rio Grande: MCRG, 1989. Papel.

MUSEU DA CIDADE DO RIO GRANDE. [**Quadros Projeto Memória Ipiranga**]. Rio Grande: MCRG, década de 1980. Papel e madeira.

MUSEU DA CIDADE DO RIO GRANDE. [**Relógio-ponto Leal, Santos & C.**]. Rio Grande: MCRG, século XIX. Madeira.



ANEXOS APÊNDICES

*Leal, Santos & C.:
a história da fábrica
através do seu biscoito
produção, venda, consumo e
musealização*

Olivia Silva Nery

Apêndice A - Fontes pesquisadas

Lisboa

Descrição	Ano	Arquivo	Código referência / Cota
<p>Escritura abertura Leal, Santos & C. <i>Livro de Notas. 12º Cartório Notarial. Tabelião Alves Rio. pp. 12-15</i></p>	1889	Torre do Tombo	PT/ADLSB/NOT/CNLSB12B/001/423 Lv 423 - Cx 85
<p>Carta Comendador da Real Ordem Civil Industrial - Leonel Pancada. <i>Registro Geral de Mercês de D. Carlos. Livro 20. pp. 288-290.</i></p>	1906	Torre do Tombo	PT/TT/RGM/L/0020/258983 liv. 20, fl.288v
<p>Carta Comendador da Real Ordem Civil Industrial - Henrique Pancada. <i>Registro Geral de Mercês de D. Carlos. Livro 22. pp. 225-226.</i></p>	1906	Torre do Tombo	PT/TT/RGM/L/0024/271829 liv. 22, f. 225
<p>Certidão nascimento Francisco Marques Leal Pancada. <i>Livro de registro de batismos. Lisboa, Cascais (1812-1827).p. 136 (m 137)</i></p>	1822	Torre do Tombo	PT-ADLSB-PRQ-PCSC03-001-B8
<p>Registro de óbito de António Marques Leal. <i>Livro de registro de óbitos. Lisboa, Cascais (1808-1842). P. 145 (m 145)</i></p>	1833	Torre do Tombo	PT-ADLSB-PRQ-PCSC03-003-O4_m0145
<p>Registro de óbito de Maria da Conceição. <i>Livro de registro de óbitos. Lisboa, Cascais (1808-1842). P. 145 (m 145)</i></p>	1833	Torre do Tombo	PT-ADLSB-PRQ-PCSC03-003-O4_m0145
<p>Registro de óbito de Maria Alves de Araújo Pancada. <i>Livro de registro de óbitos. Lisboa, Cascais (1886). P. 10 (m 12)</i></p>	1886	Torre do Tombo	PT-ADLSB-PRQ-PCSC03-007-dO28_m0012
<p>Registro de casamento de Maria Rosa de Araújo</p>	1877	Torre do Tombo	PT-ADLSB-PRQ-PLSB30-002-C19_m0128

Pancada e José António dos Santos. <i>Livro de registro de casamentos. Lisboa, Lapa (1833-1892). P. 118 (m 128)</i>			
Inquérito Industrial de 1890 - Volume 4 / Direção Geral do Comércio e da Indústria. Lisboa : Imprensa Nacional, 1891	1891	Arquivo MOP	144D-4 BAHOP
Relatório e catálogo da Exposição Industrial Portuguesa de 1893	1893	Arquivo MOP	194C - BAHOP
SOUSA, A. E. de F. A Exposição Industrial em Belém em 1893. Lisboa: Lucas & Filho - Editores, 1894.	1894	Arquivo MOP	70B - BAHOP
Boletim do Trabalho Industrial nº 1.	1906	Arquivo MOP	PP 106 - BAHOP
Estatística Industrial	1907	Arquivo MOP	PP 379 - BAHOP
Registro de alvarás expedidos (1886-1899). <i>Governo Civil de Lisboa - Inspeção, fiscalização e segurança. Licenciamentos. Registro de licenças e alvarás.</i>	1886-1899	Torre do Tombo	PT/ADLSB/AC/GCL/H-C/001-006/0020 Lv.20
Processos de instalações industriais (1889-1920). <i>Governo Civil de Lisboa - Inspeção, fiscalização e segurança. Licenciamentos. Processos de instalações industriais</i>	1889-1920	Torre do Tombo	PT/ADLSB/AC/GCL/H-C/006/0001 Pt.1
Registro de alvarás expedidos (1885-1890). <i>Governo Civil de Lisboa - Inspeção, fiscalização e segurança. Licenciamentos. Registro de licenças e alvarás.</i>	1885-1890	Torre do Tombo	PT/ADLSB/AC/GCL/H-C/001-006/0019 Lv.19
Nomes dos comerciantes indicados para a comissão nomeada por Decreto de 8 de Novembro de 1892. <i>Câmara de Comércio e</i>	1893	Torre do Tombo	PT/TT/MF-SG/001-04/8559 cx. 233, proc. 8559

<i>Indústria de Lisboa. Ministério das Finanças. Secretaria Geral</i>			
<p>Alinhamento da Rua da Manutenção e Rua de Xábregas</p> <p><i>Retificação de alinhamento da rua da Manutenção e da rua de Xabregas. As plantas incluem a Companhia dos Tabacos, a Fábrica dos Tabacos, a cozinha económica, a doca, a calçada do Grilo, o Convento das Grilas, a Manutenção Militar, o Palácio de Dom Gastão, a rua Direita das Grilas e a Fábrica da Companhia Oriental. Contém 12 plantas e c. 37 documentos escritos.</i></p>	1891-1910	Arquivo Municipal de Lisboa	PT/AMLSB/CMLSBAH/PURB/002/00826 PT/AMLSB/CMLSB/UROB-PU/09/00393 Cx. 33DSU
<p>Construção da Rua da Manutenção</p> <p><i>Construção da rua da Manutenção do Estado e sua ligação com a rua do Grilo; comunicação em escadaria através de um beco particular em frente da calçada do Grilo e Igreja do Beato. Contém também a retificação do projeto da escadaria.</i></p> <p><i>As plantas incluem a rua Direita de Xabregas, a rua Direita das Grilas, a Cerca das Grilas, o largo do Grilo, a calçada de Dom Gastão, o largo de Dom Gastão, o beco das Cabras, o largo do Beato, a calçada da Madre de Deus, a avenida Marginal, o rio Tejo, o Palácio de Dom Gastão, a padaria, o Convento do Grilo,, a Manutenção Militar, a Fábrica de Tabacos, a Igreja de São Bartolomeu do Beato, a cozinha económica e a doca (projetada). Contém 33 plantas e cerca 44 documentos escritos.</i></p>	1892-1916	Arquivo Municipal de Lisboa	<p>PT/AMLSB/CMLSBAH/PURB/002/00802</p> <p>PT/AMLSB/CMLSB/UROB-PU/09/00390</p> <p>Cx. 32 DSU</p>

Alinhamento da Calçada de Dom Gastão <i>Alinhamento e alargamento da calçada de Dom Gastão e da rua Direita do Grilo. Inclui a rua da Manutenção, a rua Direita de Xabregas, a calçada do Grilo, a Manutenção Militar, o beco do Grilo e a Companhia Oriental de Tecidos. Contém 4 plantas e documento escrito.</i>	1916 1922	Arquivo Municipal de Lisboa	PT/AMLSB/CMLSB/UROB-PU/09/00675 Cx. 51/DSU PT/AMLSB/CMLSB/BAH/PURB/002/01292
Prospeto do prédio que Nicolau Ribeiro da Silva pretende alterar na calçada da Estrela, n.º 50 a 56	1860	Arquivo Municipal de Lisboa	PT/AMLSB/CMLSB/BAH/GE/023/0637 0637
Jornal O Século <i>BNJ. 2561 G</i>	1889 1890	Biblioteca Nacional	FP 148 Microfilmagem
Jornal Diário de Notícias <i>BNJ. 2501 G</i>	Fev 1889 Nov 1889 Jul 1898	Biblioteca Nacional	FP 5701 Microfilmagem
Planta da cidade de Lisboa e seus arredores <i>Caldeira Pires ampliou; M. Grim, grav.. - Escala [ca 1:27000]. - Lisboa: Lithografia Malta Cª, [1885?]. - 1 planta: litografia, color. ; 39,80x59,70 cm, em folha de 43,00x61,50 cm</i>	1885	Biblioteca Nacional	Cc-979-a Versão digital

Rio Grande

Descrição	Ano	Arquivo	Código referência / Cota
Jornal Echo do Sul	1889 - 1918	BRG	
Livro Diário Leal, Santos & C.	1889 1910 1912	MCRG	MCRG 09006- 09008 MCRG 09019

Livro de Ouro Leal, Santos & C.	1910	MCRG	MCRG 09009
Requerimento de Leal Santos & C. De 27 de janeiro de 1919 - protocolado em 28 de janeiro de 2019 sob o número 481	1919	Arquivo Histórico Municipal	
Livro de exercício de 1918 - Rua Riachuelo p. 5, 8, 19 e 50	1918	Arquivo Histórico Municipal	

Rio de Janeiro

Descrição	Ano	Arquivo	Código referência / Cota
Junta Comercial no Rio de Janeiro Francisco Leal & Cia.	1903	Arquivo Nacional	Código de Fundo: 46 Livro n. 46 - registro 11864/s2
Certidão de fundação Rua do Livramento, n. 130	1865- 1937	2º Ofício Registro de Imóveis do Rio de Janeiro	
Certidão de ônus reais Rua do Livramento, n. 130	2020	2º Ofício Registro de Imóveis do Rio de Janeiro	

Apêndice B – Quadros dos agentes

Quadro 1 - Francisco Marques Leal Pancada

<p>Poder econômico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Casa de Comércio e Exportação no RJ - Engenho de Açúcar no Paraná - Herança do sogro e dote casamento - Fábrica Leal, Santos & C. 	<p>Espaços</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cascais (Portugal) - Lisboa (Portugal) - Paranaguá (PR) - Antonina (PR) - Morretes (PR) - Rio de Janeiro (RJ) - Rio Grande (RS) 	<p>Parentesco</p> <ul style="list-style-type: none"> - Origem portuguesa (Marques Leal Pereira de Sousa) - Genro do capitão Hyppólito José Alves de Araújo - Cunhado de Manuel Alves de Araújo e Antônio Alves de Araújo
<p>Francisco Marques Leal Pancada (1822 – 1907)</p>		
<p>Profissão</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negociante - Industrial 	<p>Casamento e filhos</p> <p>Casado com Maria Alves de Araújo (1857) 12 filhos</p>	<p>Política</p> <p>Não há registro</p>

Fontes: Alves (2014) e Fonseca (2000).

Quadro 2 - Antônio Alves de Araújo – Comendador Araújo

<p>Poder econômico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Herança paterna - Dote casamento - Casa comercial <ul style="list-style-type: none"> - Erva-mate - Dono de terras 	<p>Espaços</p> <ul style="list-style-type: none"> - Antonina (PR) - Morretes (PR) - Curitiba (PR) - Palmeira (PR) 	<p>Parentesco</p> <ul style="list-style-type: none"> - Filho do Capitão Hyppólito José Alves de Araújo - Genro do Tenente coronel Manoel Francisco Correia Junior - Cunhado de Francisco Marques Leal Pancada - Cunhado de Jesuíno Marcondes de Oliveira e Sá
<p>Antônio Alves de Araújo – Comendador Araújo (1833-1888)</p>		
<p>Profissão</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negociante - Industrial - Político 	<p>Casamento e filhos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Casado em primeiras núpcias com Maria Luiza de Araújo – Nharuca (1851), sua prima - Segundo casamento com Francisca Correia de Araújo (1878) - 3 filhos do segundo casamento 	<p>Política</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liberal (PR) - Administrador da estrada do Arraial para a vila de São José (PR) - Subdelegado de polícia de Morretes (PR) - Deputado provincial (PR) - Delegado de polícia da cidade de Antonina <ul style="list-style-type: none"> - Eleitor - Juiz de paz - Vereador - Vice-presidente da província (PR) - Comendador da Ordem de Cristo - Cavaleiro Imperial da Ordem da Rosa - Comendador da Ordem da Rosa

Fontes: Alves (2014) e Fonseca (2000).

Quadro 3 - Manoel Alves de Araújo

<p>Poder econômico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Política - Herança paterna - Dote casamento 	<p>Espaços</p> <ul style="list-style-type: none"> - Antonina (PR) - Morretes (PR) - Curitiba (PR) - Paranaguá (PR) - Rio de Janeiro (RJ) 	<p>Parentesco</p> <ul style="list-style-type: none"> - Filho do Capitão Hyppólito José Alves de Araújo - Genro do comendador David dos Santos Pacheco (Barão dos Campos Gerais) - Cunhado de Francisco Marques Leal Pancada - Cunhado de Jesuíno Marcondes de Oliveira e Sá
<p>Manoel Alves de Araújo (1836 – 1908)</p>		
<p>Profissão</p> <ul style="list-style-type: none"> - Advogado - Jornalista - Promotor público - Juiz - Fundou o jornal <i>O Paraná</i> 	<p>Casamento e filhos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Casou com Maria Coleta dos Santos Pacheco (1846) - 4 filhos 	<p>Política</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liberal (PR) Deputado província (PR) - Presidente Assembleia Legislativa (PR) - Deputado geral - Secretário Câmara dos Deputados - Presidente Câmara dos Deputados - Vice-presidente da Província (PR) - Ministro de Estado - Presidente da Província de Pernambuco, Comendador das Ordens de Cristo e da Rosa - Conselheiro do Imperador

Fontes: Alves (2014) e Fonseca (2000).

Quadro 4 - Hyppólito José Alves de Araújo

Poder econômico - Fazendeiro - Erva-mate - firma Alves e Araújo	Espaços - Antonina (PR)	Parentesco - Filho do capitão mor Manoel José Alves - Genro do comendador Antonio José de Araujo
Hyppólito José Alves de Araújo (? – 1858)		
Profissão - Fazendeiro - Comerciante - Capitão - Político	Casamento e filhos Casado com Maria Rosa Alves de Araújo - 12 filhos?	Política - Contratador dos Direitos Nacionais em 1824 - Juiz de Órfãos de Antonina em 1833 - Juiz de Paz de Morretes em 1838

Fontes: Alves (2014) e Fonseca (2000).

Quadro 5 - Moysés Araújo Marcondes de Oliveira e Sá

Poder econômico - Herança paterna - Médico - Fábrica Leal, Santos & C.	Espaços - Antonina (PR) - Morretes (PR) - Curitiba (PR) - Palmeira (PR) - Rio Grande (RS) - Estados Unidos	Parentesco - Neto do Capitão Hyppólito José Alves de Araújo - Filho de Jesuíno Marcondes de Oliveira e Sá - Genro de Francisco Marques Leal Pancada - Neto do Barão de Tibagi
Moysés Araújo Marcondes de Oliveira e Sá (1859 – 1928)		
Profissão - Médico - Escritor - Industrial - Político	Casamento e filhos - Casado com Zulmira Pancada (1884)	Política - Oficial da Ordem da Rosa - Diretor da Instrução Pública no Paraná

Fontes: Alves (2014) e Fonseca (2000).

Quadro 6 - Jesuíno Marcondes de Oliveira e Sá

<p>Poder econômico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Herança paterna - Dote casamento - Tropeirismo 	<p>Espaços</p> <ul style="list-style-type: none"> - Curitiba (PR) - Palmeira (PR) - Suíça 	<p>Parentesco</p> <ul style="list-style-type: none"> - Filho do Barão do Tibagi, José Caetano de Oliveira - Genro do Capitão Hyppólito José Alves de Araújo - Filho de Jesuíno Marcondes de Oliveira e Sá - Cunhado de Francisco Marques Leal Pancada
<p>Jesuíno Marcondes de Oliveira e Sá (1827 - 1903)</p>		
<p>Profissão</p> <ul style="list-style-type: none"> - Advogado - Político 	<p>Casamento e filhos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Casado com Domitila Alves de Araújo - Pai de Moysés Araújo Marcondes de Oliveira e Sá - Desconheço outros filhos 	<p>Política</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liberal - Deputado provincial (PR) - Deputado provincial (SP) - Inspetor-geral da Instrução Pública - Ministro e secretário de Estado dos Negócios de Agricultura, Comércio e Obras Públicas - Presidente de Província do Paraná - Conselheiro Dom Pedro II - Procurador fiscal do tesouro provincial - Deputado à Assembleia Provincial do Paraná - Presidente da Câmara de vereadores de Curitiba - Ministério Liberal - Vice-presidente da Província do Paraná - Chefe de polícia do Paraná

Fontes: Alves (2014) e Fonseca (2000).

Quadro 7 - José Antônio dos Santos

Poder econômico - Fazenda - Erva-mate	Espaços - Antonina (PR) - Morretes (PR)	Parentesco Família de Santa Catarina - Genro de Antônio Ricardo dos Santos (velho) - Cunhado de Antônio Ricardo dos Santos (filho) - Título Rodrigues França
José Antônio dos Santos (1814 – 1869)		
Profissão - Negociante - Capitalista - Coronel - Político	Casamento e filhos - Casado com Francisca Maria da Luz - 8 filhos	Política - Vereador - Juiz de paz - Eleitor - Conservador

Fontes: Alves (2014) e Fonseca (2000).

Quadro 8 - Antônio Ricardo dos Santos (filho) – Comendador Dodoca

Poder econômico - Erva-mate - Engenho Central - Fábrica Iguazú – Batel, Curitiba - Filho de Antônio Ricardo dos Santos	Espaços - Antonina (PR) - Morretes (PR) - Curitiba (PR)	Parentesco - Título Rodrigues de França - Título Moraes Cordeiro - Cunhado de José Antônio Santos
Antônio Ricardo dos Santos (filho) – Comendador Dodoca (1819 - 1888)		
Profissão - Negociante - Capitalista - Industrial - Político	Casamento e filhos Casado com Córdula Martins - 3 filhos	Política - Vereador - Juiz ordinário - Deputado provincial (PR) - Vice-presidente província (PR) - Presidente interino província (PR) - Recebeu do Imperador D. Pedro II o título de Comendador da Ordem da Rosa

Fontes: Alves (2014) e Fonseca (2000).

Quadro 9 - Antônio Ricardo dos Santos (velho)

<p>Poder econômico -</p>	<p>Espaços - Antonina (PR) - Morretes (PR) - Curitiba (PR)</p>	<p>Parentesco - filho do capitão Manoel Lourenço Pontes, natural da vila de Mouros, Braga, Portugal, e de Maria Francisca Cardoso de Lima, de Cananeia, São Paulo - Seu avô materno sargento mor Domingos Cardoso de Lima era possuidor das abundantes minas de ouro em Morretes, além de lavras de ouro no Assunguy - Genro do alferes Polidoro José dos Santos - sogro do coronel Modesto -coronel José Antonio dos Santos</p>
<p>Antônio Ricardo dos Santos (velho) (? – 1862)</p>		
<p>Profissão - Capitalista - Sargento-mor</p>	<p>Casamento e filhos - Casou em primeiras núpcias com Maria Magdalena da Silva, viúva de seu irmão José Lourenço Pontes, todos naturais de Cananéia. Do primeiro casamento teve três filhos - Segunda núpcias com Maria da Luz Paraíso, em Morretes, em 9/fev/1814. Deste casamento muitos filhos e netos terão cargos públicos</p>	<p>Política -</p>

Fontes: Alves (2014) e Fonseca (2000).

Anexo C - Escritura da abertura da Leal, Santos & C.²³⁶

Escritura abertura Leal, Santos & C.

Livro de Notas. 12º Cartório Notarial. Tabelião Alves Rio. pp. 12-15.

Obs: As marcações em vermelho correspondem às dúvidas de transcrição.

Saibam quantos esta escritura de sociedade em comandita e obrigação virem, que no ano do nascimento de Nosso Senhor Jesus Cristo de mil oitocentos oitenta e nove, aos nove dias do mês de fevereiro, nesta cidade de Lisboa, e meu escritório, na **Luria** nº.163, comparecer os ilustríssimos Francisco Marques Leal Pancada, proprietário, viúvo, morador na Calçada da Estre nº.62 – Moysés Marcondes, médico, casado, residente em Palmeira, na Província do Paraná, ??? do Brazil, de passagem em Lisboa, José António Juca Santos, industrial, casado morador na rua da Bela Vista à Lapa nº.41 e António Marques Leal Pancada, industrial, solteiro, maior, morador na ? Calçada da Estrela nº.62: todos ?? do meu conhecimento – E por eles outorgantes foi dito em presença das testemunhas adiantes nomeadas e assinadas que eles se criam juntos e contratados formam outro ? uma sociedade em comanditas, sendo os dois primeiros outorgantes Ilustríssimo Francisco Marques Leal Pancada e Moisés Marcondes, seus comanditários e os dois últimos outorgantes Ilustríssimo José António Juca Santos e António Marques Leal Pancada, sócios gerentes e solidários debaixo das cláusulas e condição consoantes dos **artigos** requerentes que reduzem a fornecente escritura – 1º A sociedade tem por fim a fundação e exploração de duas fábricas de conservas alimentícias, uma na cidade do Rio Grande, Província do Rio Grande do Sul, Império do Brasil e outra nesta cidade de Lisboa a Calçada de Dom Gastão, 2º. A sociedade durará por tempo indeterminado, considerando-se começar para todos os efeitos no primeiro semestre e ano ?. A sociedade girará debaixo da firma de Leal Santos & Companhia, de que só poderão usar os sócios gerentes, e para fins de exclusiva inerente da sociedade. Esta firma fica assim formada com os nomes dos mesmos sócios gerentes, ? dos outorgantes que formam o seu consentimento para esse fim. 4º O capital inicial será de duzentos contos de réis fracos, moeda brasileira ou cem contos de reis em moeda forte portuguesa, e formado pelos meios na ?? seguintes: José António Juca Santos cem contos de réis ???, Antonio Marques Leal Pancada, cinquenta contos de reis ??; cada um dos sócios comanditários vinte e cinco contos de reis fracos, tudo moeda do Império do Brasil (entrelinhas ilegível) 5º As entradas do capital serão realizadas

²³⁶ As palavras ilegíveis foram identificadas com pontos de interrogação em vermelho para demarcar a lacuna de informações ou palavras.

em cinco séries iguais, tendo já lugar a primeira, e as outras quando desenvolvimento dos negócios sociais o reclamarem, sendo de acerto a maneira dos sócios, respeitada em todas as entradas e proporção do capital de cada sócio. 6º Os interesses, constituídos pelos ? líquidos das duas fábricas, fundidas, serão divididas pelo modo seguinte: trinta e seis por cento para cada um dos sócios António Marques Leal Pancada e José António Juca dos Santos, e quinze por cento para cada um dos sócios comendatários, e levados á ? de capital, conforme o artigo quatorze e com as reduções de que ata o artigo ?. 7º Para o sócio Moyses Marcondes de receber as ? parte ? na gerência da fábrica do Rio Grande no Império do Brasil, podendo-na fazer, duplicando o seu capital e tornando-se sócio solidário. A quantia assim ? no capital será reduzida em capitais dos sócios Antonio Marques Leal Pancada e José Antonio Juca santos, de modo a ficar o do primeiro reduzido a quarenta contos de reis e do segundo a oitenta e cinco contos, tendo moeda fracas do deste Império do Brasil, devendo essa modificação de capital e a gerencia assim assumida p elo sócio Marcondes completamente registrado no Tribunal do Comércio desta cidade e nas mais estações competentes do referido Império. 8º O sócio Moysés Marcondes, dado o caso ?? no ? . E poderá como os outros gerentes e para iguais fins, mas da firma sócias. 9º Os bens líquidos ou ? da sociedade, dado o caso ? no antigo ?, terão a seguinte distribuição: oitenta e cinco por cento em partes iguais para os sócios Jose António Juca Santos, António Marques Leal Pancada e Moysés Marcondes, e quinze por cento para o sócio comandatário Francisco Marques Leal Pancada. 10º Incumbe ao sócio António Marques Leal Pancada a gerencia da fábrica do Rio Grande, compreendendo: direção e superintendência da instalação, da parte técnica operação da compra e venda, escrituração, ? numa fatura que diga respeito aos negócios e interesses da sociedade naquela fábrica. Iguais atribuições perdurarão ao sócio Moysés Marcondes dado o caso do artigo sétimo, podendo, então os ? sócios, ? as entre si, segundo suas aptidões respectivas. Todas as atribuições exaradas neste artigo ? ao sócio José António Juca Santos na fábrica de Lisboa. 11º O sócio António Marques Leal Pancada poderá retirar do caixa social, mensalmente, para suas despesas particulares, até a quantia de cento e trinta mil reis fracos moeda do Brasil, que lhe será debitada, e para iguais fins e pelo mesmo modo poderá cada um dos sócios José António Juca Santos e Moysés Marcondes retirar até quarenta de ? e cinquenta mil reis da dita moeda e mais; o Sócio Marcondes só no caso ? de se tomar gerente. 12º Todas as despesas de instalação das fábricas, salários, ordenados, rendas d casa e quantias outras se fizeram com negócios da sociedade, sairão do caixa social e serão levadas a escrita de Despesas Gerais. 13º Dos bens líquidos da sociedade serão destinados ? mensalmente cinco por cento para fundo de reserva e dois por cento para depreciação de material das fábricas. 14º Dar-se-á um balanço

anualmente e os bens líquidos que se verificarem, fundidos os interesses das duas fábricas, serão levados os contos de capital dos respectivos sócios, enquanto estes, de co?? acerto, não resolverem o contrário, suas desde que o total das quantias creditadas a todos se tenha elevado a duzentos contos de reais fracos moeda do Brasil, os sócios que o quiserem, poderão retirar anualmente, a sua quota parte de lucros, depois de descontados os seus débitos particulares, e, aos que não o quiserem, será abonado, em conta corrente, o fim de seis por cento. 13° Se algum dos sócios, de acordo com os demais interessados, deixar de fazer parte da sociedade, receberá em seis prestações iguais e trimestrais, o capital e lucros que lhe pertencem pelo último balanço. Para igual ? serão pagos os ? do sócio que, por fatalidade, venha a falecer durante a existência da sociedade, que por esse fato se não ? ? 16° Os sócios gerentes serão os ? competentes para fazer a liquidação da sociedade quando tenha de ser ? – No caso de falecimento de algum dos sócios, durante esta liquidação seus herdeiros poderão nomear um representante para tomar parte nesta ? por motivo desse falecimento ou por coincidência a dissolução da sociedade terá de ser feita enquanto nela tiverem direito seus herdeiros. 14° Que qualquer dúvida ou questão que se ? entre os sócios ou seus sobre a interpretação deste contrato ou liquidação da sociedade será decidida por quatro ? com ? nomeados um por cada um dos outorgantes ou seus herdeiros; e no ? de ? na decisão dos mesmos ? estão nomeação em quinto cartório para desempate, e não se ac? De nesta nomeação, ela será feita pela forma que os interessados considerarem mais ? – Adiante será pago por ? o selo de vinte mil e quinhentos reis. Assim o disseram em presença das testemunhas Ilustríssimo Manoel Ferreira da Costa, solteiro e maior, proprietário, morador no Hotel Borges, na Rua Sousa Pinto, e Ilustríssimo Manoel Ferreira Campos, solteiro e maior, proprietário, morador no dito Hotel, que assinam com os ilustríssimos ? e ? tabelião está escritura depois d lhes ser lido. Desta ? = ? – poderá retirar até ao dobro da quantia ou debitada – Estrelina – = fica = fracos cem contos de reis em moeda forte portuguesa. A responsabilidade dos sócios comandatários fica restrita a importância das suas ? entradas sociais – suas = só = ? = Paraná.

Assinaturas

Apêndice D – Ocorrências de notícias sobre a Leal, Santos & C. na imprensa

Echo do Sul

Notícias sobre a Leal, Santos & C. no jornal <i>Echo do Sul</i> – Rio Grande - 1889-1918 (Biblioteca Rio-Grandense)		
Ano	Ocorrências	Total
1889	-	0
1890	06/05: “ <i>Progresso Industrial</i> ” – Visita do jornal nas dependências da fábrica 17/12: “ <i>Pobre Leal</i> ” – Falecimento do Antônio Marques Leal Pancada	2
1891	-	0
1892	-	0
1893	-	0
1894* (só tem até 06/04)	09/01: “ <i>Conservas alimentícias</i> ” – Sobre as conservas recebidas no jornal	1
1895* (set-dez/1895)	06/12: “ <i>Nossa indústria</i> ” – Fábrica de conservas, sobre a Leal Santos (histórico e dados)	1
1896	-	0
1897* (jan- 22/03 e out-dez)	03/12: “ <i>Nova fábrica</i> ” – anúncio da fábrica de Biscoitos da Leal Santos	1
1898	30/04: “ <i>Incêndio fábrica de biscoitos</i> ” - Notícia sobre o incêndio que destruiu parte da fábrica 18/06: “ <i>Festa operária</i> ” – Festa de inauguração das obras pós incêndio com os operários da Fábrica de Biscoitos Leal Santos 19/07: “ <i>Fábrica de Biscoitos</i> ” - Anúncio inauguração 20/07: “ <i>Fábrica de Biscoitos</i> ” - Convite inauguração 23/07: “ <i>Inauguração da Fábrica de Biscoitos e Bolachas</i> ” - Notícia sobre inauguração 24/07: “ <i>O progresso e a indústria</i> ” – Progresso, indústria e a fábrica de biscoitos Leal Santos 17/09: “ <i>Exposição</i> ” - Exposição Armazém Guilherme 05/11: “ <i>Árvore do Natal</i> ” - Biscoitos Árvore de Natal	8
1899	-	0

1900	10/03: “ <i>Dr. Manoel Pancada</i> ” – Passeio do industrialista na Europa	1
1901* (não possui)	-	0
1902* (mar/jun)	-	0
1903	03/02: “ <i>As nossas fábricas – Leal, Santos & C.</i> ” - Descrição, histórico da fábrica e outros dados 17/04 “ <i>Indústria rio-grandense – fábrica de biscoitos</i> ” – Anúncio da visita do Correio Mercantil na Leal Santos 27/04: “ <i>Indústria rio-grandense – fábrica de conservas e biscoitos</i> ” – descrição da visita	3
1904	20/01: “ <i>Exposição S. Luiz</i> ” – participantes da exposição 29/01: “ <i>A Exposição de S. Luiz</i> ” – participantes da exposição 02/02: “ <i>União Leal Santos</i> ” – anúncio da sociedade de socorro mútuo para os operários da fábrica 05/02: “ <i>Fábricas Leal, Santos & C</i> ” – atividade da fábrica e volume de produtos vendidos	4
1905	31/05: Comunicado sobre eleição da diretoria da Sociedade União Leal Santos 29/03: “ <i>INDÚSTRIA NACIONAL – Impressões em lata</i> ” – notícia sobre estamperia de Alfredo Rodrigues e sobre as impressões em lata da Leal Santos feitas por ele 19/04: “ <i>Indústria Nacional – Conservas e biscoito</i> ” – participação da Leal Santos na exposição em Pelotas	3
1906	18/08: “ <i>Dr. Affonso Penna a sua chegada ao Rio Grande</i> ”: visita de Affonso Penna à Leal Santos 20/08: “ <i>Indústria Nacional - Fábrica de biscoitos</i> ” – notícia detalhada sobre a visita de Affonso Penna à Leal Santos	2
1907	26/03: “ <i>Produtos Leal Santos & C.</i> ”: notícia sobre distribuição de produtos Leal Santos para o Brasil 27/09: “ <i>Leal, Santos & C.</i> ”: notícia sobre prova de biscoitos Leal Santos em Curitiba	2
1908	08/07: “ <i>Exposição Nacional – uma distinção</i> ” – notícia sobre a Leal Santos ser avaliadora na Exposição Nacional 27/08: “ <i>A imprensa – Na exposição nacional</i> ” – impressão sobre a exposição leva foto da Leal Santos 08/09: “ <i>A indústria local - Leal, Santos & C.</i> ”: notícia sobre o sucesso da Leal Santos na exposição	3
1909	24/12: “ <i>Leal Santos & C.</i> ” – abertura da fábrica no Rio de Janeiro	1
1910	26/05: Especial sobre processo Leal Santos 04/06: “ <i>Indústria local - Leal, Santos & C</i> ”: notícia sobre a fábrica do Jornal do Comercio – detalhadamente 29/06: “ <i>Sentença</i> ” - sentença de Frediano Trebbi 10/09: “ <i>Fábrica Leal Santos & C</i> ” – visita de argentinos na fábrica 29/10: “ <i>Leonel Pancada</i> ”: aniversário de Leonel Pancada	5

1911	27/01/1911: <i>“Pela Indústria – Leal Santos & C.”</i> : anúncio da construção da fábrica em São Lourenço 14/12: <i>“Leal Santos & C em São Lourenço”</i> : notícia sobre abertura da fábrica em S. Lourenço também com parte do jornal A Tribuna de Pelotas	2
1912	08/01/1912: <i>“S.B. Leal, Santos & C.”</i> - aulas na Sociedade Beneficente Leal Santos para aos sócios e seus filhos 19/01/1912: <i>“Leal, Santos & C. na cidade vizinha”</i> : notícia sobre abertura da fábrica em Pelotas com recortes do Diário e Tribuna 25/01/1912: <i>“Leal, Santos & C. na cidade vizinha”</i> : impressões dos jornais de Pelotas sobre a fábrica aberta lá 07/02/1912: <i>“Leal Santos & C. Exposição de biscoitos”</i> : exposição dos biscoitos Leal Santos no Armazém Alt 24/06/1912: <i>“Exposição municipal”</i> - exposição e organização dos mostruários 15/07/1912: <i>“O Club Caixeiral”</i> - exposição industrial 22/07/1912: <i>“Club Caixeiral a exposição industrial do município”</i> - exposição e lançamento dos chocolates Leal Santos 10/09/1912: <i>“Comendador Henrique Pancada”</i> - chega de viagem 26/09/1912: <i>“Indústria local”</i> - lançamento da Semolina Phosphatada e anúncio da propaganda com atestado médico	9
1913	22/10/1913: <i>“Pela indústria As fábricas Leal Santos & Comp.”</i> - aniversário da fábrica Leal Santos	1
1914	-	0
1915	15/01/1915: <i>“Nova indústria”</i> - parceria entre Leal Santos e Ritter devido a guerra	1
1916	04/03/1916: <i>“União e Progresso Leal Santos”</i> - baile de máscaras no Clube da Leal Santos 06/03/1916: <i>“União e Progresso”</i> - sobre o baile de máscaras 27/03/1916: <i>“União Portuguesa pró-pátria”</i> - reunião para auxiliar Portugal durante 1ª Guerra 16/05/1916: Propaganda da Mina de Ouro - Venda dos produtos das Importantes fábricas Leal Santos 04/11/1916: <i>“Exposição permanente”</i> - exposição industrial no estado	5
1917	02/02/1917: <i>“Viagem de estudos”</i> alunos da escola politécnica do Rio visitam a fábrica 19/02/1917: <i>“Carnaval na Leal Santos”</i> - anúncio do baile de carnaval no clube da fábrica 17/08/1917: Anúncio <i>“Não há mais crise”</i> de produtos para operários na cooperativa Leal Santos 29/10/1917 - Propaganda Biscoitos Quebrados com imagem de relógio	4
1918	-	0

A Federação

Notícias sobre a Leal, Santos & C. no jornal <i>A Federação</i> – Porto Alegre 1889-1918 (Biblioteca Nacional)		
Ano	Ocorrências	Total
1891	-	0
1900	-	0
1901	07/02 – “ <i>O Rio Grande na exposição</i> ” – participantes de Rio Grande 26/03 – “ <i>Exposição</i> ” – participantes de Rio Grande 11/05 – “ <i>Exposição</i> ” - Leal Santos & C., Rio Grande, segundo prêmio, medalha de prata. 04/06 – “ <i>Exposição</i> ” – Leal Santos medalha de ouro por biscoitos	4
1902	-	0
1903	17/03 - Recebimento de amostras de biscoitos por parte dos srs. Reis & César, p. 2 20/07 – “ <i>Registro mortuário</i> ” – morte do contramestre João Antônio de Lima 03/10 - Distribuição de biscoitos por intermédio de Luiz Reis & César em quermesse	3
1904	07/03 – “ <i>Exposição de S. Luiz</i> ” – fábricas participantes 26/03 – Morte de menino operário por arma de fogo em acidente 23/12 – “ <i>Exposição de S. Luiz</i> ” – ganhadores medalha de ouro	3
1905	10/03 – “ <i>Uma fábrica nacional</i> ” – Crônica de Antonio Salles sobre a fábrica 01/05 – “ <i>Novos triumphos</i> ” – Indústrias do Rio Grande do Sul 27/10 – “ <i>Assembleia dos Representantes</i> ” – Reunião com industriais sobre impostos	3
1906	20/04 – Verificar	1
1907	30/05 “ <i>Exposição do Rio Grande</i> ” – Exposição no Museu Comercial, produtos Leal Santos 05/06 – “ <i>Produtos do Rio Grande</i> ” – Exposição no Museu Comercial de produtos do Rio Grande do Sul 07/06 – “ <i>Produtos do Rio Grande</i> ” – Produtos da Leal Santos na exposição 30/07 – “ <i>Exposição de S. Luiz</i> ” – Medalha de ouro Leal Santos 02/12 – “ <i>Congratulações</i> ” – patente de um novo sistema de acondicionamento de biscoito em lata 04/12 – “ <i>Mostruário rio-grandense</i> ” – jantar servido em evento com produtos da Leal Santos	6
1908	04/01 – Agradecimento recebimento de biscoitos 18/01 – Agradecimento recebimento de biscoitos Maria 28/04 – “ <i>Exposição Nacional</i> ” - Preparação para Exposição Nacional 30/04 – “ <i>O relatório – Resultados da propaganda II</i> ” – Comunicado da fábrica pós exposição dos produtos rio-grandenses de aumento da procura dos produtos 26/06 – Verificar 09/07 – “ <i>Serviço telegráfico</i> ” – anúncio de distribuição dos biscoitos na	12

	<p>exposição</p> <p>29/07- <i>“O Rio Grande do Sul na Exposição Nacional”</i> – distribuição dos biscoitos na exposição nacional – correção do número</p> <p>05/08 – <i>“Exposição nacional o Rio Grande do Sul - A comissão organizadora”</i> – Visita da comissão organizadora da Exposição Nacional nas indústrias participantes</p> <p>03/09 – <i>“Exposição Nacional”</i> – Biscoitos Leal Santos na exposição</p> <p>18/09 – <i>“Nova fábrica – Povo Novo”</i> – Fábrica de laticínios da Leal Santos no Povo Novo</p> <p>06/11 – <i>“Exposição nacional os prêmios”</i> – Prêmios Leal Santos</p> <p>07/12 – <i>“Ministro do Chile no Prado”</i> – Biscoitos Leal Santos servidos para o ministro chileno</p>	
1909	<p>18/01 – Leal Santos vende um locomóvel</p> <p>10/02 – Visita do senador Pinheiro Machado na Leal Santos</p> <p>20/04 – Regularização do terreno de marinha da Leal Santos</p> <p>22/04 – <i>“Exposição nacional – concessão de prêmios”</i> – Medalhas Leal Santos</p> <p>26/07 – Chegada em Porto Alegre para assistir a inauguração da Lancha</p> <p>11/10 – <i>“Festa das árvores”</i> – distribuição de biscoitos para crianças da festa</p> <p>12/10 – <i>“Festa das árvores”</i> – distribuíram biscoitos e bombons</p> <p>08/11 – Inauguração do vapor Salacia – participação da Leal Santos</p> <p>09/11 – <i>“Junta Comercial”</i> – Pedido de Leal Santos para registro de duas marcas</p> <p>10/11 – Descrição das marcas registradas no dia anterior</p> <p>28/12 – Descrição das marcas registradas</p>	11
1910	<p>04/03 – Caso Frediano Trebbi</p> <p>14/03 – Marechal Hermes da Fonseca visita Leal Santos</p> <p>29/03 – Caso Frediano Trebbi</p> <p>04/04 – Caso Frediano Trebbi</p> <p>05/04 – <i>“O caso Trebbi”</i> - Caso Frediano Trebbi e Leal Santos</p> <p>09/04 – Caso Frediano Trebbi</p> <p>14/04 – Caso Frediano Trebbi</p> <p>18/04 – <i>“A verdade - o caso do telegrama”</i> - Caso Frediano Trebbi</p> <p>19/05 – Caso Frediano Trebbi (posição de Trajano Lopes)</p> <p>27/06 – Caso Frediano Trebbi</p> <p>25/07 – Viagem dos representantes da Leal Santos</p> <p>20/10 – Caso Frediano Trebbi (Redatores foragidos)</p> <p>27/10 – Leal Santos enviará biscoitos para exposição do dia 13</p> <p>24/11 – <i>“Várias”</i> - Lançamento dos biscoitos Grande Champanhe</p> <p>26/11 – <i>“Para impressionar o indígena”</i> – falando sobre biscoitos Duchén e Leal Santos</p>	15
1911	<p>10/07 - <i>“Corporações”</i> - Membros da sociedade Anônima TURF Riograndense</p> <p>11/09 - <i>“Corrida de cavalos”</i> - Ganhadores da corrida de cavalo no hipódromo foram presenteados com caixas de biscoito</p> <p>12/09 - Anúncio da compra da fábrica Amazônia de Balbino Mascarenhas em Pelotas</p> <p>03/10 - Processo Diário do Rio Grande</p> <p>17/10 - <i>“Seção judiciária”</i> - Recurso crime contra Diário do Rio</p>	6

	Grande Abertura da LS em São Lourenço	
1912	11/01 - Abertura filial Pelotas 26/01 - Visita do delegado da Higiene 30/04 - Clube Leal Santos - Futebol 09/05 - Visita Ministro da Agricultura 12/07 - Confirmação da sentença de Trebbi e Boaventura 18/07 - Visita do deputado federal Otávio Rocha 06/08 - Visita ministro da Agricultura 26/08 - Junta Comercial 27/08 - Acidente perto da Leal Santos 28/08 - Morte do menino do acidente	24 10
1913	11/04 - Recepção para coronel Ramiro de Oliveira no Clube do Comércio - Manoel Pancada fez brinde 08/05 - 7ª Exposição-feira Agrícola Pastoril - participação Leal Santos 10/06 - Roubo na cooperativa LS 14/06 - Prisão dos arrombadores da cooperativa 23/11 - Greve Leal Santos 29/11 - Doação para Santa Casa	6
1914	12/09 - Distribuição de Semolina 15/10 - Doação de biscoitos	2
1916	07/02 - Participação exposição de frutas 25/02 - Participação exposição frutas 09/09 - Exposição Permanente de Propaganda Comercial, Industrial e Artística 26/10 - Exposição permanente - elogio a LS	4
1917	21/02 - Exposição permanente 10/03 - Fábrica Leal Santos e o pagamento de impostos 11/03 - Visita ministro Carlos Maximiliano 12/03 - Distribuição de biscoitos na exposição permanente 13/09 - Distribuição de biscoitos na exposição permanente 15/09 - Distribuição de biscoitos na exposição permanente 08/10 - Apoio Bélgica	7
1918	20/11 - Distribuição Semolina pandemia Gripe Espanhola	1

O Paiz

Notícias sobre a Leal, Santos & C. no jornal <i>O Paiz</i> – Rio de Janeiro 1889-1918 (Biblioteca Nacional)		
Ano	Ocorrências	Total
1895	-	0
1896	09/01 - Exposição industrial - produtos Leal Santos em exposição e desaprovação do nome Lisboa nas conservas ser maior do que o RS	1
1898	25/06 - Divulgação da abertura da fábrica de biscoitos	1
1899	19/12 - Resultado análise laboratório dos produtos Leal Santos - nada de nocivo (retificação da notícia anterior que dizia o contrário)	1
1900	17/05 – “Exposição” – Nota falando sobre os biscoitos Leal Santos e sua apresentação 24/05 – “Exposição” – Anúncio da distribuição dos biscoitos Leal Santos 25/05 – “Exposição” – distribuição de biscoitos aos visitantes da exposição por Costa e Simões, representantes da Leal Santos	3
1901	-	0
1902	22/06 – Nota sobre os biscoitos que ganharam, sobre a concorrência com os estrangeiros	1
1903	-	0
1904	-	0
1905	-	0
1906	19/08 – A viagem do dr. Affonso Penna: visita à fábrica 23/10 - Apreensão de joias roubadas que estavam dentro de lata de biscoitos Leal Santos	2
1908	09/07 – Exposição Nacional: distribuição de biscoitos 16/07 – Exposição Nacional: latas distribuídas 19/07 – Exposição Nacional: cartões postais distribuídos	3
1909	06/10 – Festa das árvores: distribuição de caixinhas de bombons 28/10 – Exposição internacional de higiene: medalha de ouro para Leal Santos 15/11 – Marinha Mercante – pela indústria da pesca no Brasil: citam a Leal Santos	3
1910	05/03 – Caso Frediano Trebbi: 4 meses de prisão 02/04 – Caso Frediano Trebbi: foram presos 06/04 – Caso Frediano Trebbi: mesmo caso 20/05 – Caso Frediano Trebbi: ataque do jornal Diário do Rio Grande a Leal Santos e política local 16/06 – Anúncio de aluguel de prédio na rua Livramento 29/06 – Caso Frediano Trebbi: sobre diário do Rio Grande 15/10 – Designação de engenheiro do patrimônio nacional para certificar sobre os maquinários importados da fábrica de biscoito 21/10 – Caso Frediano Trebbi: diário do Rio Grande e processo de envenenamento	8
1911	11/02 - Venda de biscoitos Maria 06/04 - Autorização para confecção de novas latas 06/07 - Cavalo de corrida com nome Leal Santos ou Duchen 15/09 - Doação de biscoitos para festa 16/09 - Doação de biscoitos e chocolates	5
1912	24/02 - Festa de páscoa	5

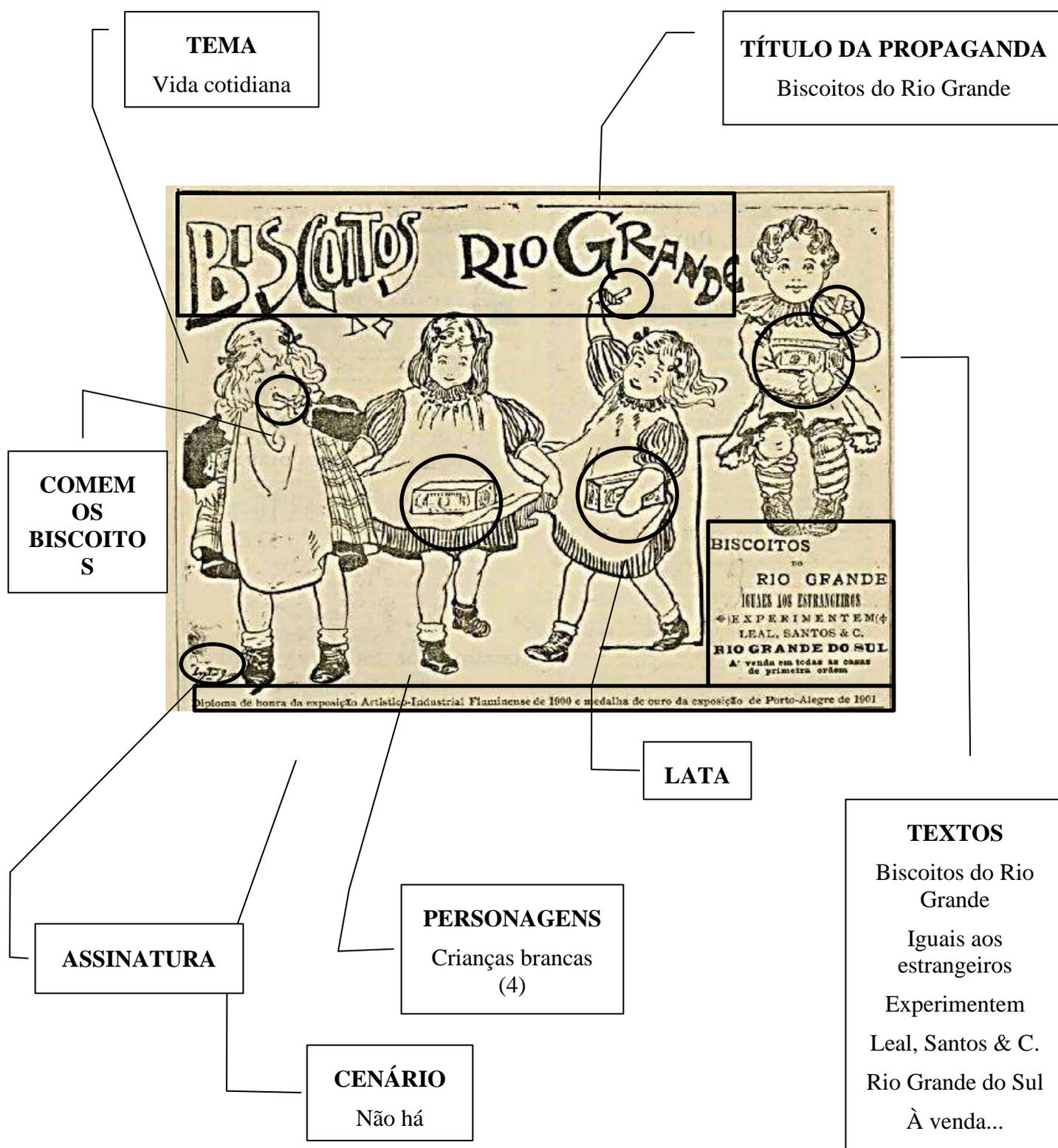
	10/05 - Visita do Ministro da Agricultura na Leal Santos 11/05 - Visita do Ministro da Agricultura na Leal Santos 10/07 - Aniversário do representante da Leal Santos João Tavares 14/11 - Crônica usando os biscoitos	
1913	19/03 - Distribuição de doação Festa 20/03 - Comunicado desta da páscoa 10/08 - Aniversário do filho do coronel Francisco Heráclito dos Santos, da firma Leal Santos 28/10 - Corrida de bicicleta 02/11 - Corrida de bicicleta - equipe Leal Santos 09/12 - Jogo de futebol 01/12 - Jogo time Leal Santos	7
1914	02/07 - Viajantes - Viagem de Francisco Heráclito dos Santos	1
1915	20/10 - Pelas indústrias da pesca 22/10 - Pelas indústrias da pesca 07/12 - Natal de crianças pobres - distribuição 12/12 - Doação de biscoitos Natal 15/12 - Doação de biscoitos Natal	5
1916	25/01 - Doação de semolina 22/04 - Um problema industrial em foco	2
1917	23/02 - Carta patente 05/03 - Pela saúde do povo - anúncio da pureza da Leal Santos 04/04 - Aviso alfândega 23/07 - Sobre a greve 13/12 - Doações em prol da Bélgica	5
1918	09/03 - Medalha de ouro leal santos na edição anterior da exposição do distrito federal	1

Apêndice E – Personagens da Fábrica Leal, Santos & C. (1889-1918)

1. A. Bernaud - Chefe técnico da Fábrica de Conservas e tesoureiro da Sociedade União Leal Santos em 1904
2. Adela Dias - Operária da fábrica de biscoitos em 1898, ganhou um buquê de flores na cerimônia de inauguração
3. Alfredo Rodrigues de Oliveira - Fundador, proprietário e redator do jornal Echo do Sul até sua morte e proprietário da oficina de impressões em folha (1905) - faziam algumas latas de biscoito
4. Annibal Ferreira - Chefe do escritório da Leal Santos no Rio em 1913
5. Antônio Marques Leal Pereira de Sousa
 - a. Pai de Francisco Marques Leal Pancada
 - b. Casado com Maria Conceição
 - c. Faleceu em decorrência da peste em 1833
6. Antônio Marques Leal Pancada - Diretor da Leal Santos em 1890, faleceu em 1890
7. Belmiro Albuquerque - Mestre das oficinas da Leal Santos de Pelotas em 1912
8. Boaventura Lopes - Jornalista do Diário do Rio Grande em 1910 / Réu no processo da Leal Santos
9. Carlos Wald - Sócio da fábrica de Biscoitos (Leal, Santos & Wald) até 1899
10. César Dias - Jornalista do Correio Mercantil que visitou a Leal Santos em 1903
11. Constante de Souza Pinto - Agente da Leal Santos no Rio Grande do Sul em 1907
12. Diretor em 1895 com Henrique Pancada
13. Dr. Werneck - Intendente municipal quando abriu a fábrica de Biscoitos em 1898
14. F. H. Santos - Representante da Leal Santos no Rio em 1910
15. Faust de Freitas Castro - Operário da Leal Santos - falou durante abertura da Leal Santos em São Lourenço em 1911
16. Francisco Amaral - Gerente da fábrica de São Lourenço, 1911
17. Francisco B. de Oliveira - Representante da Leal Santos no Rio em 1910
18. Francisco H. dos Santos - Gerente responsável pela filial da Leal Santos no Rio de Janeiro em 1909
19. Frediano Trebbi - Jornalista do Diário do Rio Grande em 1910 / Réu no processo da Leal Santos
20. Gomercindo Taborda Ribas - Juiz da comarca de Rio Grande no caso Frediano Trebbi

21. Guilherme da Silva - Proprietário do Armazém que leva o seu nome, vendia os biscoitos e realizava exposições deles em 1898
22. Henrique Bernaud - Diretor da seção de funilaria em Rio Grande em 1895
23. Hypólito dos Santos - Co-proprietário/fundador da Leal Santos
24. João Baptista Cardoso - Trabalhador da Leal Santos no Rio em 1913
25. José Amaro de Carvalho - Sócio da fábrica de biscoitos (1906) e 1911
26. José Antônio J. dos Santos - Sócio/ fundador da Leal Santos
27. Leonel Marques Leal Pancada - Sócio da Leal Santos & Wald em 1898
28. Lourenço Vinholes - Representante da Leal Santos de Pelotas em 1912/ Diretor Geral
29. Luiz Bauer - Diretor da fábrica de São Lourenço, 1911
30. Manoel José Funchal - Diretor da fábrica de biscoitos em 1898
31. Manoel Marques Leal Pancada - Um dos proprietários/fundadores e sócios da Leal Santos
32. Moysés Marcondes (1859-1929) - Sócio da Leal Santos
 - a. Genro de Francisco
 - b. Casado com Zulmira Marcondes
 - c. Filho de Jesuíno Marcondes de Oliveira e Sá e Domitila Alves de Araújo
 - d. Araújo
 - e. Além de escritor (poeta, crítico literário e membro da Academia Paranaense de Letras), é considerado também erudito, pesquisador e historiador
 - f. Pai de Estela Marcondes
33. Rodolpho Vinholes – Filho de Lourenço Vinholes, ajudante no gerenciamento da fábrica de Pelotas em 1912 como guarda-livros da seção de encaixotamento e escritório
34. Rosalina Boehm - Operária da fábrica de biscoitos em 1898, ganhou um buquê de flores na cerimônia de inauguração
35. Sr. Barros - Gerente da fábrica em 1894
36. Teophilo Lopes (Azevedo) - Chefe técnico da fábrica de biscoitos em 1904 e presidente da agremiação composta por operários: União Leal Santos/ Diretor técnico da fábrica de biscoitos em 1906
37. Zulmira Marcondes - Mulher de Moysés Marcondes

Apêndice G – Análise das propagandas da Leal Santos & C na Revista *O Malho*



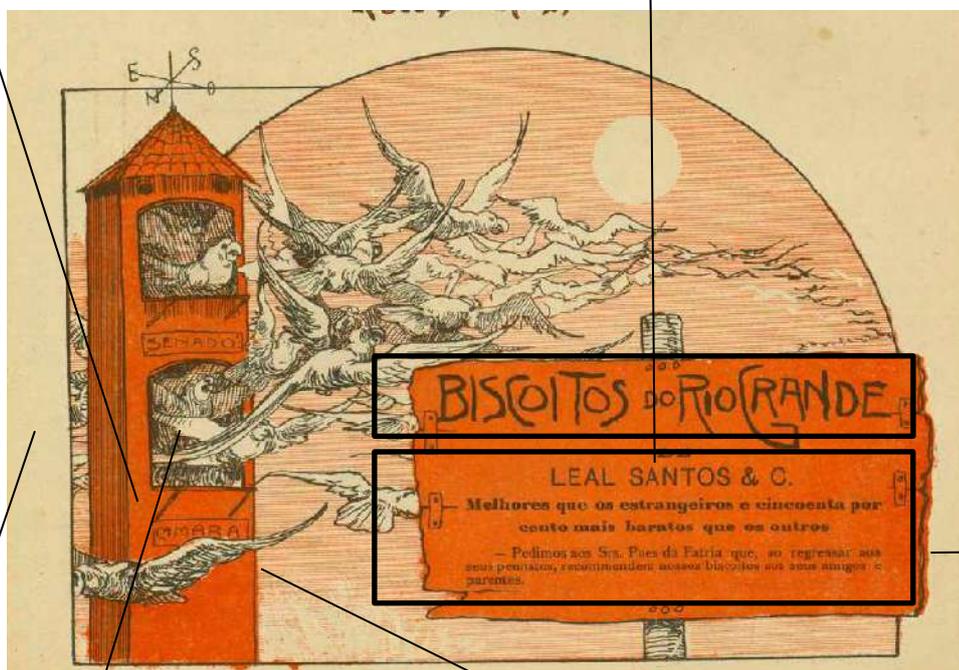
- Ano: 1903
- Cor: colorida
- Assinatura: não possui
- As latas aparecem? Não
- Os biscoitos aparecem? Não
- Comem os biscoitos? Não
- Média de ocorrências: 10

TEMA

Política

TÍTULO DA PROPAGANDA

Biscoitos do Rio Grande

**PERSONAGENS**Animais
(Nº indefinido)**PROFISSÃO**

Político

CENÁRIOOutro:
Representação do
senado e câmara**TEXTOS**

De Leal Santos & C
Melhores que os estrangeiros e 50% mais baratos que os outros
- Pedimos aos srs. Pais da Pátria que, ao regressar aos seus penates, recomendem nossos biscoitos aos seus amigos e parentes.

- Ano: 1903
- Cor: colorida
- Assinatura: não possui
- As latas aparecem? Não
- Os biscoitos aparecem? Não
- Comem os biscoitos? Não
- Média de ocorrências: 10

CATEGORIAS DE ANÁLISE DAS PROPAGANDAS

TEMA

- Fábrica (Slogan)

Quando a propaganda não apresenta nenhuma temática específica, normalmente apenas as que contém apenas texto ou uma imagem sem personagens.

Exemplos:



- Política

Propaganda com imagens ou textos que envolvam a política brasileira e internacional, personagens políticos ou lugares políticos. Também estão incluídas as propagandas que apresentem temas de guerra. Exemplos:



- Acontecimento

Propaganda com temáticas de acontecimentos contextuais que estavam em alta no momento. Excluem-se os envolvendo diretamente a política.

Exemplos: Viagens de Santos Dumont e descoberta de manchas solares



- Vida cotidiana

Propagandas que apresentem ações da vida cotidiana: comer, caminhar, conversar, brigar, relações em família. Incluem-se as representações da vida no campo e de deslocamento,

transporte, vida urbana. Excluem-se as envolvendo festas, restaurantes, e envolvendo personagens políticos etc.

Exemplos:



- Prêmios

Propagandas relativas exclusivamente aos prêmios recebidos pelos biscoitos. Excluem-se as que apontam apenas no texto as premiações.

Exemplos:



- Datas comemorativas

Propagandas com temáticas específicas a datas comemorativas e feriados nacionais. Incluem-se natal, páscoa, ano novo, carnaval, etc. Excluem-se os envolvendo política.

Exemplos:



- Vida noturna e paquera

Propagandas que apresentem os personagens ou o ambiente relacionado à vida noturna: dançar, beber, comer em restaurantes, cafés. Incluem-se as de paquera e de tom sedutor ou que apresentem o garçom. Excluem-se as envolvendo políticos.

Exemplos:



TÍTULO

Texto em destaque/inicial da propaganda. Incluem-se os de maior destaque e os que antecedem diálogos e textos.

CENÁRIO

- Casa: cenários domésticos
- Ruas: cenários que incluam personagens na rua ou exercendo alguma atividade na rua
- Natureza: cenários com ênfase na natureza ou ao ar livre: florestas, rios, paisagens etc.
- Festa/ bar: restaurantes, cafés, festas,
- Zona rural: fazendas, cenários envolvendo a vida no campo

PERSONAGENS

Identificação dos personagens presentes na propaganda. Podendo conter mais de um personagem, marcar todas as opções aparentes.

Nº PERSONAGENS

Identificar a quantidade de personagens da propaganda. Em caso de grande grupo colocar indefinido, não existindo colocar 0.

PROFISSÕES/ ATIVIDADES APARENTES

Identificação das profissões ou atividades dos personagens da propaganda. Podendo conter mais de uma, selecionar todas as opções aparentes.

ASSINATURA

Localizar a existência de assinatura do autor da propaganda.

TEXTOS

Identificação de toda a parte textual da propaganda. Marcar todos as palavras, expressões e informações aparentes.

LATAS E BISCOITOS

Localizar e identificar a existência de latas e biscoitos na propaganda, inclusive se algum dos personagens está comendo.

MÉDIA DE OCORRÊNCIAS

Informar quantas vezes a propaganda apareceu na revista/jornal.

Apêndice H – Linha do Tempo Leal Santos

LINHA DO TEMPO LEAL, SANTOS & C.

Principais momentos da
Fábrica dentro do recorte
temporal da tese



Apêndice I – Fotos da produção de biscoitos



Figura: Latoaria – Fábrica Leal, Santos & C., 1910.
Fonte: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande



Figura: Batedores de ovos na Fábrica Leal, Santos & C., 1910.
Fonte: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande

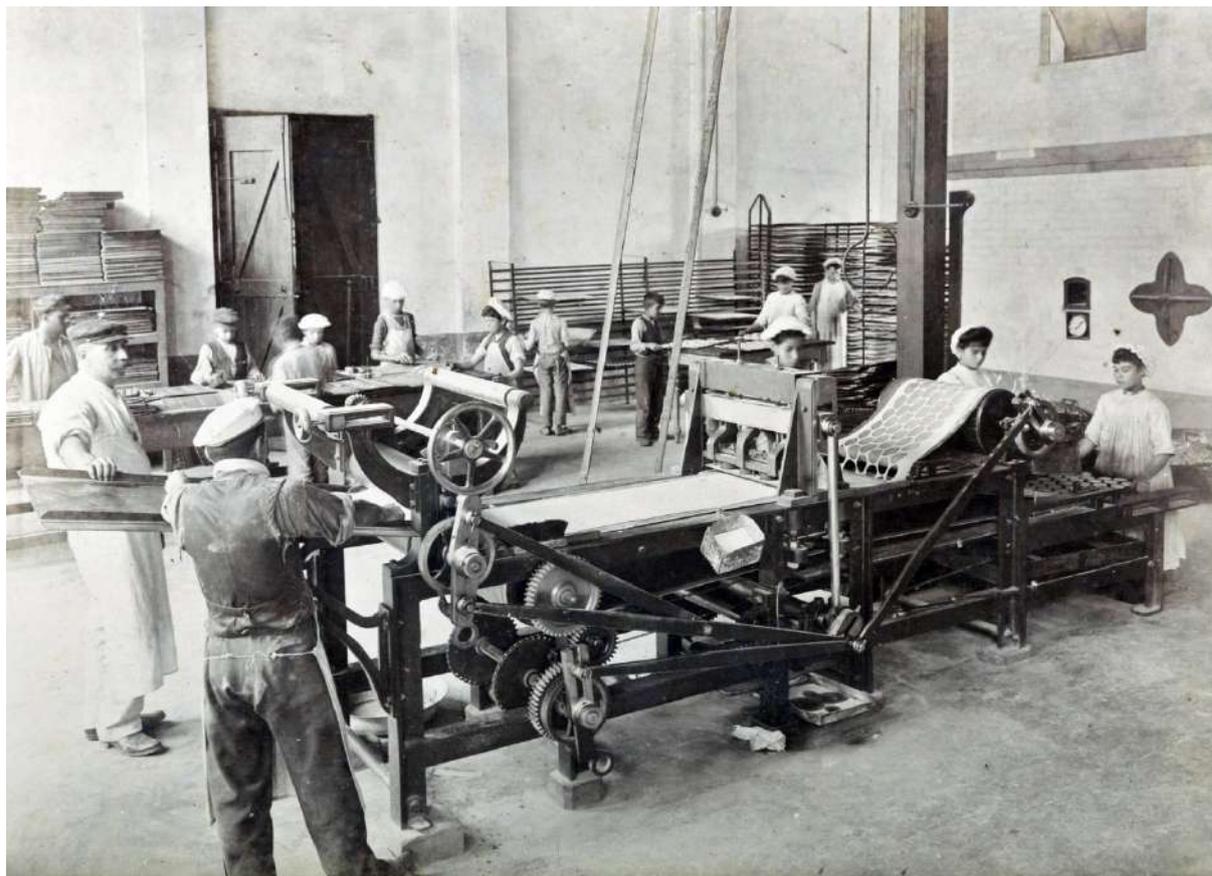


Figura: Crinhagem de Biscoitos – Fábrica Leal, Santos & C., 1910.
Fonte: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande

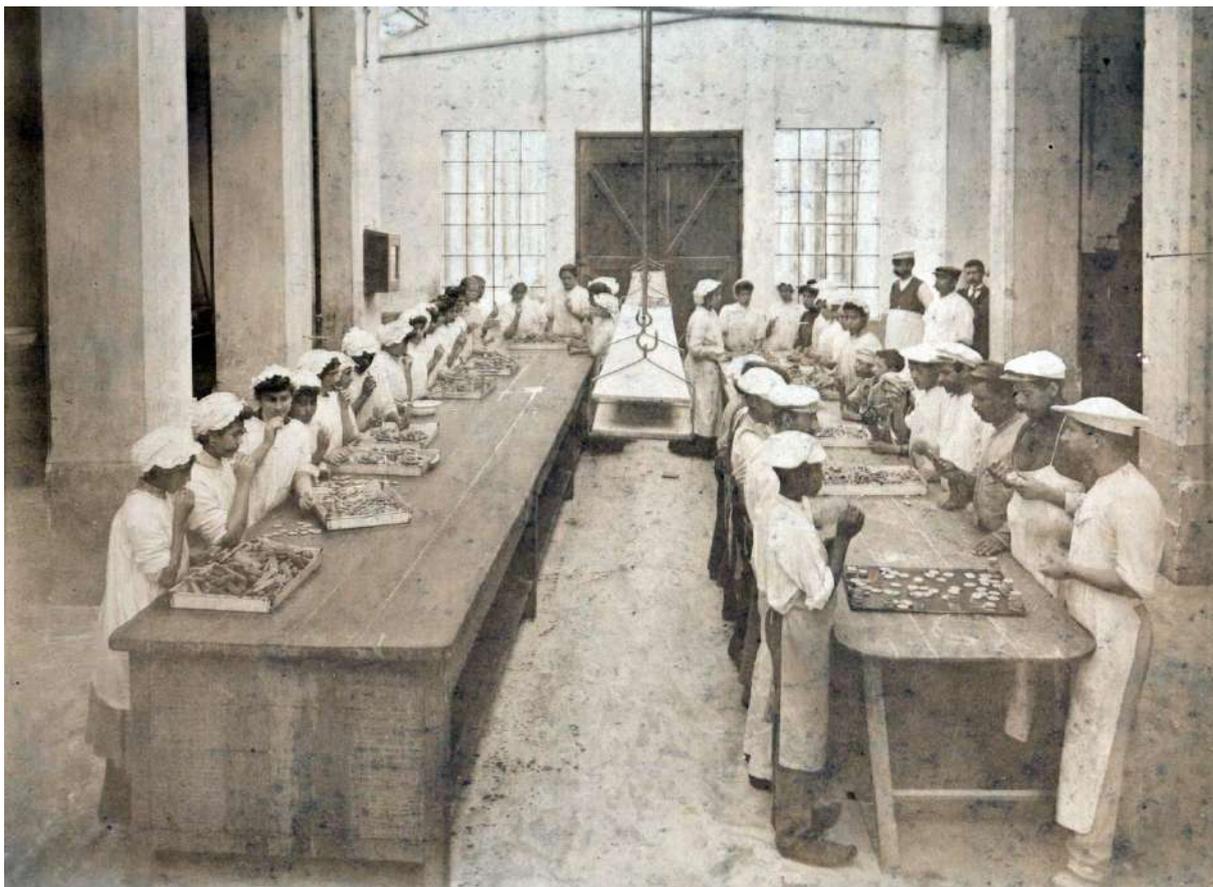


Figura: Prova de Biscoitos – Fábrica Leal, Santos & C., 1910.
Fonte: Acervo do Museu da Cidade do Rio Grande

Anexo I – Certidão de Fundação do endereço R. do Livramento, 130

ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CIDADE DO RIO DE JANEIRO
PRIMEIRO SERVIÇO REGISTRAL DE IMÓVEIS

1º SRI
Capital-RJ

GERALDO MENDONÇA
OFICIAL
ROZALDO GRAEFF VIEIRA
SUBSTITUTO

TALÃO Nº 553362

Dr. Geraldo Mendonça, Oficial do Primeiro Serviço
Registral de Imóveis da Cidade do Rio de Janeiro.

CERTIFICA que, revendo os
Livros de Registro de Seu Cartório, no período compreendido entre vinte e três de julho
de mil oitocentos e sessenta e cinco até nove de junho de mil novecentos e trinta e sete,
que deles CONSTA, no Lº 3-V, às fls. 181, sob o nº 39334, transcrito em nome da
Equitativa dos Estados Unidos do Brasil, o prédio à Rua do Livramento, nº 130, na
Freguesia de Santa Rita, e respectivo terreno que mede na linha da frente 5,65m sobra o
alinhamento da rua; 15,90m pelo lado esquerdo; 16,05m pelo lado direito e 5,75m pela
linha dos fundos, confrontando do lado esquerdo com o prédio nº 128, à direita com o
prédio nº 132 e nos fundos com o prédio nº 5 da Rua Leôncio de Albuquerque. Adquirido
de João Gomes de Almeida e Silva e sua mulher Antonia de Vicenzo e Silva, conforme
Escritura de Compra e Venda com quitação e distrato de hipoteca lavrada em Notas do
Tabelião Evaristo em 18/09/1911, registrado em 23/09/1911. Sobre o imóvel descrito não
pesam hipotecas ou outros ônus reais bem como qualquer citação em ações reais e
pessoais reipersecutórias, nem impedimento quanto ao(s) proprietário(s) ou sobre os
detentores de direito relativo ao mesmo. O Oficial.

O Oficial: _____

<input type="checkbox"/>	GERALDO MENDONÇA	TITULAR MATR.: 06/1195
<input type="checkbox"/>	ROZALDO GRAEFF VIEIRA	SUBST. MATR.: 94/4815
<input checked="" type="checkbox"/>	VERA L. GRAEFF MACEDO	SUBST. MATR.: 94/4817
<input type="checkbox"/>	CRISTIANE VANDERLEI GÓES	SUBST. MATR.: 94/4806
<input type="checkbox"/>	ANDRÉ VINÍCIUS A. DE FARIA	SUBST. MATR.: 94/11499
<input type="checkbox"/>	MARCUS FILIPE MAIA KLEM	SUBST. MATR.: 94/11507

1º SRI PRIMEIRO SERVIÇO REGISTRAL DE IMÓVEIS
Rua Angélica Cordeiro, 485 - Meier www.1sri.com.br Fone: (21) 2081-4038
CEP 20779-600 - Rio de Janeiro - RJ 011 2081-1042

*** CERTIDÃO Nº 553362 ***

Conforme certificação acima mencionada, a presente certidão
teve como data da Busca no Indicador Real até 11/02/2020
e data de selagem em 18/02/2020

Valores do Talão:

Cert R\$ 80.78 Leis R\$ 31.17 Total R\$ 111.95

Selo de Fiscalização Eletrônica: EDIJ87012BJM

Consulte em: <http://www3.trj.rj.us.br/sitepublico>

SELO
VISTO

ASSOCIACAO DOS NOTARIOS
e Registradores do Estado
do Rio de Janeiro

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

FSF