

ARQUEOLOGIA DO IMAGINÁRIO: A FAIANÇA FINA E AS REPRESENTAÇÕES DA SOCIEDADE URUGUAIANENSE NOS SÉCULOS XIX E XX

IMAGINARY OF ARCHAEOLOGY: THE STONEWARE FINE AND CORPORATE REPRESENTATIONS URUGUAIANENSE IN THE NINETEENTH AND TWENTIETH

Jeremyas Machado Silva
Ronaldo Colvero
Viviane Vidal*

Resumo: Este artigo é resultado da análise do consumo da faiança fina europeia na fronteira oeste do Rio Grande do Sul, a partir do final do século XIX até a segunda década do século XX. Neste estudo, os produtos de cerâmica são percebidos como signos que carregam uma definição social sendo capazes de expressar identidades e valores. O consumo da faiança fina em Uruguaiana neste período inclui-se ao movimento portuário, ao comércio e ao contrabando que envolve o próprio imaginário social da fronteira do Brasil com a Argentina e Uruguai, além disso, a região encontrava-se em desenvolvimento político, social e econômico. Buscou-se relacionar ao estudo da cultura material a análise de documentos, fotografias e anúncios nos jornais locais pertencentes ao período histórico pesquisado. Foi possível estabelecer uma profunda relação interdisciplinar, analisando as fontes arqueológicas e históricas e compreendendo através delas, os hábitos e as representações simbólicas da sociedade uruguaianense na transição do século XIX para o século XX.

Palavras-chave: Uruguaiana; Faiança; Fronteira; Imaginário.

Abstract: The objective of this research is to understand the consumption of fine earthenware European on the western border of Rio Grande do Sul, from the end of the nineteenth century until the second decade of the twentieth century considering the values approach and meanings that these products had integrated to its materiality. The ceramic products studied did not have only one functional trend and were not empty of meanings. In this dissertation, the ceramic products are regarded as symbols that carry a social definition being able to express the values and identities of fashion. The consumption of fine faience in Uruguaiana in this period includes port movement, trade and smuggling that involves the social imaginary of Brazil's border with Argentina and Uruguay, in addition, the region is experiencing a moment of political, social and economic development. Thereby, we attempted to relate to the study of material culture analysis of documents, photographs and advertisements in local newspapers belonging to the historical period researched. Thus, it was possible to establish a deep

* Jeremyas Machado Silva - Graduado em História Licenciatura Plena e Mestrado em História com orientação em Arqueologia pela PUCRS; Doutorando em História do PPGH/UPF; Ronaldo Colvero – Doutor em História pela PUCRS, Mestre pelo PPGH/UPF, Diretor do Campus São Borja da UNIPAMPA; Viviane Vidal - Graduada em História Licenciatura Plena pela PUC/Uruguaiana e Mestrado em História na área de História das Sociedades Ibéricas e Americanas na PUCRS com orientação em Arqueologia Pré-colonial e Histórica. Nivelou sua graduação em arqueologia no curso de Arqueologia e Antropologia da UNICEN - Universidad Nacional de la Provincia de Buenos Aires, Olavarria onde é Doutoranda em Arqueologia. E-mail: jprossatti@gmail.com.

interdisciplinary relationship, analyzing the archaeological/historical sources and understanding through them, of the habits and the symbolic representations of society in Uruguiana.

Keywords: Trade, Faience, Borders, Identity.

Considerações iniciais

Este estudo aborda, principalmente, o comportamento dos atores sociais e o uso por parte dos mesmos da cultura material como linguagem e expressão simbólica, ligadas a um modelo de comportamento elitista e uma amplitude de hábitos sustentados pelo comércio e pelo consumo das mercadorias e dos valores europeus em Uruguiana – RS no final do século XIX. A principal fonte de pesquisa deste trabalho é a faiança fina, cerâmica de origem europeia muito popular no Brasil oitocentista.

A história revela que desde a antiguidade as práticas comerciais sempre constituíram sólidas relações sociais. Sendo assim, diversos grupos conviveram trocando experiências, hábitos e culturas através do comércio. Os diferentes idiomas nunca impossibilitaram que houvesse entendimento entre povos de costumes distintos, isto porque, os objetos ou mercadorias sempre funcionaram como linguagens. As coisas comunicam como palavras.

De acordo com Hilbert “os arqueólogos transformam cultura material em palavras, linguagens” (HILBERT, 2009, P. 12) isso torna a arqueologia mais verdadeira e conveniente, pois a linguagem é uma importante particularidade humana, assim como a capacidade de transformar as coisas e criar cultura material. Assim, nesta pesquisa buscou-se compreender a cultura material como um modo linguagem e apresentar os resultados obtidos por meio do estudo e observação das fontes arqueológicas, dos documentos e jornais encontrados em arquivos históricos e também em consultas realizadas em torno de importantes publicações que abordam o estudo do consumo, da arqueologia histórica e do comércio na fronteira oeste do Rio Grande do Sul.

Como referencial teórico utilizou-se autores como: Douglas e Isherwood (1979), Bourdieu (1984), Appadurai (1986), Miller (1987), McCracken (1988), Glassie (1999), Veblen (1983) e como a cultura material pode comunicar: Preucel (2006), Hilbert (2009) e Bars (2010).

Realiza-se também uma breve narrativa sobre o povoamento e a história de Uruguaiana onde se contextualiza o estudo em espaço e tempo. Do mesmo modo, disserta-se sobre o histórico da produção da faiança na Europa e sobre duas pesquisas arqueológicas realizadas em Uruguaiana nos espaços urbano e rural e pesquisas nos jornais “A Notícia” e “A Nação” pertencentes ao acervo do arquivo histórico de Uruguaiana e produzidos entre os anos de 1899 e 1912.

Durante este processo buscou-se entender a conjuntura econômica de Uruguaiana no período estudado. Os sítios arqueológicos pesquisados diferenciam-se em contexto paisagístico (cidade e campo), mas ambos combinam elementos econômicos. Ao compreender-se o consumo incluso ao contexto da fronteira notou-se que os hábitos rurais e urbanos achavam-se conectados. As amostras retiradas dos dois sítios consistem em fragmentos de louças, cerâmicas, vidros, telhas e metais demonstrando tal conexão. O principal objetivo da pesquisa foi compreender, a partir dos dados arqueológicos, como o consumo da faiança fina era simbólico e estava associado a um grande contexto histórico estimulado pelo comércio e pelos valores europeus.

O consumo e suas representações

Na História percebe-se a existência de rituais de consumo e elevados fluxos ideológicos que professam ritos, valores e significados vinculados aos objetos. As coisas possuem valores sociais e não somente valores econômicos, assim, são mediadores de relações sociais. De acordo com Symanski estes objetos são chamados “*Commodities*” (SYMANSKI, 2008, p. 83). Segundo Appadurai “o valor das *Commodities* é criado através do comércio, de modo que o foco da análise deve ser direcionado para as coisas que são comercializadas, antes do que para o processo de comercialização” (APPADURAI, 1986, p. 56).

Considerando um universo de possibilidades na investigação histórica e na escolha das fontes, diversos autores dedicaram-se a pesquisas que revelassem o quanto o estudo do consumo esclarece dúvidas sobre o comportamento social, delineando as relações sociais, os hábitos e princípios éticos dos indivíduos.

Para Mary Douglas e Isherwood, o consumo é estudado por meio de inferências antropológicas e entendido como um fenômeno cultural que aclara a sociedade. Além disso, é abandonada a compreensão dos objetos essencialmente por atribuições de ordens funcionais ou práticas. Desse modo, é ingênuo e não se ajusta a esta situação imaginar, por exemplo, que um Romanée-Conti¹ servido em um cálice de cristal fino não carregue em sua materialidade nenhum denodo simbólico. O mesmo objeto ou substância, não pode ser esgotado de valores, pois carrega significados, sendo que estes são intrínsecos a sua própria origem que remonta ao século III, como também, ao seu apurado sabor ou ainda o seu valor no mercado internacional. De qualquer forma, de acordo com este pensamento, torna-se possível a leitura das substâncias ou dos objetos como se estes comunicassem como textos e expressassem múltiplas relações ou significados sociais. Conforme Miller:

Influenciado pela ascensão do estruturalismo (Lévi-Straus 1972) e pela aplicação da semiótica às mercadorias (Barthes, 1973), o estudo do consumo foi revolucionado por dois livros publicados em 1979. Douglas (Douglas e Isherwood, 1979) advogou uma abordagem dos bens como um sistema de comunicação numa analogia com a linguagem (mas em aspectos críticos também distintos dela). Uma vez que os bens de consumo são pensados como um sistema simbólico, isso abre a possibilidade para de algumas formas “ler” a própria sociedade através do padrão formado entre os bens. (MILLER, 2007, p.44).

No trabalho de Mary Douglas o consumo e a cultura material são percebidos como sistemas de comunicação. Suas pesquisas revolucionaram estes campos de estudo e contribuíram à arqueologia desenvolvendo metodologias que alcançassem uma melhor compreensão dos simbolismos presentes nos objetos. Analisando as evidências arqueológicas e buscando compreender o que estas representavam aos grupos sociais as quais pertenciam é possível perceber uma linguagem envolvendo objetos.

A linguagem era empregada às mercadorias que circulavam no comércio de Uruguaiana e o consumo de produtos importados da Europa oferecia àquela sociedade a qualidade do modo de vida europeu, ou melhor, a possibilidade de imitá-lo (Zimmerman, 1907). A cultura material é uma linguagem simbólica, conforme Hilbert, “pesquisas recentes sobre cultura material valorizam os significados das coisas e partem da ideia de que podem

ser vistos como signos que auxiliam seus donos e usuários na comunicação entre pessoas, além de expressar suas identidades” (HILBERT, 2009, p.16).

Segundo os estudos de Bourdieu (1984), também se entende, que existe uma possibilidade de compreensão das classes ou grupos sociais por meio dos objetos. No pensamento do autor, os objetos são compreendidos como bens simbólicos, através dos quais, a sociedade pode comunicar os seus valores e ideias. É ainda provável a concepção de um “espaço de relações” perfazendo e multiplicando os valores ou ideais próprios pertencentes a uma sociedade. É importante para a interpretação da cultura material e dos signos que os objetos carregam compreender-se também o espaço que estes ocupam. Não simplesmente um espaço físico qualquer, mas um espaço social constituído por pessoas distintas, por diferentes classes, e por fim, com diferentes costumes e crenças como na fronteira.

De acordo com Lefebvre (1974), igualmente fica claro, que um espaço é percebido como resultado das relações contidas na sociedade. Este espaço interatua com a mesma, oportunizando e concebendo o relacionamento social. Por isso, toma-se neste trabalho, o conceito já mencionado anteriormente, dado por Bourdieu sobre o “espaço de relações” para que se possa atingir uma proximidade de compreensão sobre as interações sociais advindas do consumo das importações na fronteira oeste do Rio Grande do Sul. Segundo Bourdieu:

O que existe, é um “espaço de relações” o qual é tão real como um espaço geográfico, no qual as mudanças de lugar se pagam em trabalho, em esforços e, sobretudo em tempo (ir de baixo para cima é guindar-se, trepar e trazer as marcas, ou estigmas desse esforço). Também as distâncias medem nele em tempo (de ascensão ou de reconversão, por exemplo). É a probabilidade da mobilização em movimentos organizados, dotados de um aparelho e de porta-voz (precisamente aquilo que leva a falar de classe) será inversamente proporcional ao afastamento nesse espaço (BOURDIEU, 1992, p. 137).

Na antropologia social Appadurai estuda os significados culturais dos objetos e estes, encontram-se presentes nas esferas de produção e consumo das mercadorias. Desse modo, a aplicação da técnica na indústria também visa atender as necessidades simbólicas ou ritualísticas da sociedade consumidora, pois a aplicação da técnica nos bens de consumo está amarrada nas tendências da moda ou no uso figurado dos objetos. Em sua obra, Appadurai faz referência aos estudos do antropólogo Brian Spooner, sobre a representação simbólica dos objetos. Conforme Appadurai:

Com isso em mente, é possível colocar o lado do consumo do processo que Spooner observou no contexto que Baudrillard viu como a emergência do objeto, isto é, uma coisa que já não é apenas um produto ou uma mercadoria, mas essencialmente um signo em um sistema de signos de status. Objetos, na visão de Baudrillard, emergem inteiramente somente neste século no Ocidente moderno, no contexto das formulações teóricas de Bauhaus (Baudrillard, 1981:185), embora tenha sido recentemente demonstrado que o surgimento de objetos na cultura europeia pode ser rastreado pelo menos ao Renascimento (Mukerji, 1983). A moda é o meio cultural em que os objetos, no sentido de Baudrillard, se movimentam. (APPADURAI, 1986, p. 06).

O consumo deve ser percebido como um meio de exibição social. Nem sempre o consumo de um produto suprirá somente necessidades práticas, mas, além disso, ele poderá estar preenchendo lacunas nas formas de relacionamentos sociais e servir como meio de comunicação e afirmação de identidade. Quando entendemos este processo percebe-se que, quando a sociedade consome um determinado objeto ela está também consumindo valores. Assim, a humanidade se inventa através dos objetos e do consumo, pois estes estão carregados de múltiplos valores que estabelecem e compõem a vida social. Segundo Veblen:

Para o homem ocioso, o consumo conspícuo de bens valiosos é um instrumento de respeitabilidade. À medida que acumula riqueza, ele é incapaz, sozinho, de demonstrar a própria opulência. Recorre, por isso, ao auxílio de amigos e rivais, dando-lhes presentes valiosos e convidando-os para festas e divertimentos dispendiosos. É verdade que as festas e os divertimentos se originaram, provavelmente, no simples sentimento ingênuo de ostentação, bem cedo, todavia, adquiriram aquela utilidade de consumo conspícuo, retendo até hoje esse caráter, assim, essa utilidade há muito é o fundamento substancial do seu uso. (VEBLEN, 1983, p. 38).

As relações que as pessoas mantêm com os objetos, e de que modo estes, de certa forma, induzem o comportamento humano, é também, uma questão examinada pela arqueologia e pela antropologia. Conforme o diagnóstico de Duarte (2002), da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal, Daniel Miller entende o consumo como uma construção cultural dos indivíduos e não, exclusivamente, como uma implicação do sistema capitalista. Assim, antes de qualquer análise, adota-se como nosso suporte inicial, o fato de que o ser humano não existe e não pode ser compreendido fora da cultura. Daniel Miller pensa a construção de um sentido para o consumo e a significação das coisas materiais, deste

modo, procura em Hegel entender como a sociedade se organiza através dos objetos. Conforme Duarte:

Do esquema progressivo de Hegel, Miller abstrai o seu conceito de objetificação, entendido como um processo dinâmico pelo qual um dado sujeito se desenvolve através da sua projeção num mundo externo e da subsequente reapropriação dessa projeção. O sujeito em questão pode ser entendido como uma sociedade que é concebida como progredindo através da criação de formas externas diversas. Estas podem incluir a linguagem, a cultura material, os sonhos individuais, as grandes instituições ou conceitos, como nação, estado ou religião. São formas geradas na história e dentro de um determinado contexto no qual a sociedade opera. Temos, então, que a cultura material contemporânea, na sua panóplia diversificada de itens, constitui uma forma particular de *externalização* da sociedade industrial. Importa agora que o processo de objetificação não fique pela metade, ou seja, que o mundo de objetos criados pela sociedade não se transforme em algo abstrato e separado dela, mas que pelo contrário, a sociedade consiga reapropriar-se da cultura que produziu e, assim, se possa desenvolver. O consumo de massa é o meio pelo qual a sociedade industrial pode realizar essa reapropriação da cultura material que é uma parte significativa da sua cultura. (DUARTE, 2002, p. 368).

A cultura material é entendida como uma projeção do imaterial, ou seja, dos valores, das crenças, das aspirações e das representações. Quando um objeto é significado, ocorre então, o surgimento da experiência humana, o que podemos chamar de cultura. É por isso, que o ser humano não existe fora da cultura, pois as pessoas atribuem sentidos e significados a uma amplidão de objetos, substâncias, sons, lugares ou acontecimentos. Se apropriar, significar e valer-se de um objeto, por exemplo, encontra-se na parte de um todo, o consumo.

Para Miller, “consumir algo é usar algo, na realidade, destruir a própria cultura material” (MILLER 2007, p. 34). O importante é nos darmos conta, que é através do consumo, que os indivíduos estabelecem as relações sociais. Os bens de consumo formam ligaduras que conectam a sociedade por meio de diversos signos, expressam os valores, a moda, a tecnologia, e múltiplas formas que são todas postas como diferentes linguagens que montam uma grande rede de comunicações simbólicas, e tudo isso envolve os objetos. De acordo com Hilbert “fica evidente, pela experiência em sala de aula, que arqueólogos transformam coisas em palavras, dão nomes às coisas, usando palavras e, por meio dessas palavras, fazem arqueologia” (HILBERT, 2009, p. 15).

Conforme com o pensamento de Lévi-Strauss (1987) é possível compreender que um grupo não pode propriamente ser definido, e que talvez por este motivo, o autor compara o estudo destes elementos formadores da estrutura das sociedades a linguística, onde cada sílaba é formadora de uma palavra, uma estrutura. Por meio desta reflexão, relaciona-se o caso ao estudo da cerâmica europeia, onde a combinação dos objetos pode obter diversas representações dentro de um contexto, como a combinação de sílabas forma uma palavra, ou seja, um signo.

A cultura material transporta mensagens, torna-se comunicação e pode ser percebida como um índice de relações sociais. Conforme Grant McCracken que estuda o *marketing* e o consumo e o distingue como um agente transformador da sociedade ocidental no final do século dezesseis houve um grande aumento na produção e demanda de novos produtos para o mercado. Isto fez com que, no século dezenove, a sociedade passasse ainda por distintas mudanças de hábitos culturais que possuíam fortes relações com a industrialização. Segundo McCracken:

Por volta do século XIX, consumo e sociedade, estavam inextricavelmente ligados em um contínuo processo de mudanças. Não houve, portanto, nenhum “boom de consumo” no século XIX, porque havia agora uma relação dinâmica, contínua e permanente entre mudanças no consumo e as sociais, as quais, juntas, conduziam a perpétua transformação do ocidente. Algumas das mudanças deste período são essenciais para o nosso entendimento do moderno caráter do consumo. Tais mudanças incluem a emergência da loja de departamento, que contribuiu de modo fundamental para a natureza da informação e da influência às quais estava submetido o consumidor. O século XIX viu também o surgimento de “novos estilos de vida de consumo” e de seus respectivos novos padrões de interação entre pessoas e coisas. Surgiram novas técnicas de marketing, tais como o emprego de novas estéticas e de motivos culturais e sexuais arquitetados para adicionar valor aos produtos. (McCRACKEN, 2003, p. 43).

Observa-se, portanto, não somente uma direção para os significados atribuídos às coisas, e sim, vários. Estes mesmos significados, também são observados na arte, constituída e manifesta pela cultura material. Segundo Ralph Waldo Emerson, citado por Glassie, “a arte pode ser definida como: a mistura da natureza e da vontade. A arte de Emerson é exatamente cultura material, a união das coisas da mente e da matéria” (GLASSIE, 1999, p. 41). Percebe-se nos estudos de Henry Glassie sobre cultura material que muito se pode refletir sobre as

manifestações e aspirações humanas transferidas aos objetos. Um dos exemplos citados pelo autor é o significado cultural do pote de chá japonês. De acordo com Glassie.

Considere a maravilha do pote de chá japonês. É um objeto de argila, retirado da terra e ainda não significado. As impressões dos dedos do seu fabricante correm na espiral lenta da sua criação. No momento da umidade, quando estava na incerteza flexível, ainda permanece pouco firme na borda. As queimaduras relembram seu tempo no fogo quando veio a tornar-se firme. O esmalte que derreteu na flama parece destilado, empolado e fluido. As trações, finas paredes, e as formas eretas falam do esquema da mente do mestre. As rachaduras enchidas com ouro líquido sugerem a continuidade do trabalho e o cuidado. O vaso foi preenchido com líquido quente e passado de mão em mão, enchendo a palma, aquecendo as amigdalas, juntando as pessoas no convívio cerimonial. O pote de chá personifica uma relação com a natureza. Arranca um instante e o cristaliza numa experiência transitória. Materializa o desejo do seu fabricante por beleza, e guarda o uso, como uma ferramenta que desenvolve a afinidade socialⁱⁱ (GLASSIE, 1999, p. 42).

Os estudos da cultura material e da arte estão estreitamente ligados, pois ambas as categorias, expressam, de certo modo, um imaginário que fora constituído, de forma particular ou coletiva. Este imaginário carrega em si próprio, por exemplo, lirismos, tendências de moda, crenças, hábitos, valores ou diferentes visões de mundo. Todas estas formas podem estar ligadas a um determinado grupo social e serem representadas em sua cultura material. Assim, quando outro grupo fizer uso destes mesmos objetos, seja por meio de trocas ou importações, poderá este outro grupo, apresentar variações em sua cultura. Isto ilustra o que ocorreu na sociedade Ibero-Americana do século XIX devido ao aumento das cidades portuárias, desenvolvimento das relações comerciais e novas práticas de consumo, incluindo abundantemente os produtos derivados da Europa. A cultura material pode ser um elemento demonstrativo do imaginário de uma sociedade, segundo Silva:

Imaginário significa o conjunto de imagens guardadas no inconsciente coletivo de uma sociedade ou de um grupo social; é o depósito de imagens de memória e imaginação. Ele abarca todas as representações de uma sociedade, toda a experiência humana, coletiva ou individual: as ideias sobre a morte, sobre o futuro, sobre o corpo. Para Gilbert Durant, é um museu mental no qual estão todas as imagens passadas, presentes e as que ainda serão produzidas por dada sociedade. O imaginário é parte do mundo real, do cotidiano, não é algo independente. Na verdade ele diz respeito às formas de viver e de pensar de uma sociedade. As imagens que o constituem não são iconográficas, ou seja, não são fotos, filmes, imagens concretas, mas sim

figuras de memória, imagens mentais que representam as coisas que temos em nosso cotidiano (SILVA, 2009, p. 213).

No mesmo contexto das mudanças culturais na América, a burguesia europeia passava a consumir mais. Na Europa do século XIX, quando para os ingleses era considerada importante a cerimônia do chá, a cerâmica conhecida como faiança-fina, por exemplo, foi muito utilizada no continente europeu e estava perfeitamente harmonizada com o cenário burguês. Durante os seus diversos períodos de fabricação, partindo do final do século XVIII ao início do século XX, a faiança fina europeia passou por diversas transformações em seu modo de produção. Neste processo, ganhou o emprego de diferentes tecnologias na constituição da sua pasta e seu esmalte, e obteve variadas técnicas na aplicação de estilos e padrões de decoração.

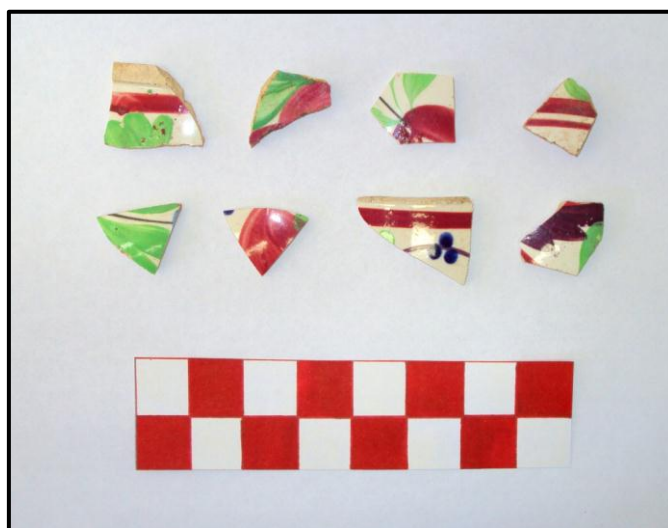


Figura 1: Fragmentos de faiança fina com padrão decorativo floral. Uruguaiana - RS.
Fonte: Arquivo pessoal.

Sobre a cerâmica foi possível aplicar formas decorativas e artísticas, pinturas, transferências de imagens, relevos e carimbos, processos que, ao longo dos anos foram ganhando características singulares conforme o aperfeiçoamento da indústria. Desta forma, com o emprego e a valorização da arte nas peças, esta louça tomou o cenário burguês ganhando além da sua posição prática e funcional, uma conotação simbólica de *status*.ⁱⁱⁱ Devido às relações de exportações e importações destes produtos a cerâmica obteve também

conotações simbólicas em diversas cidades em desenvolvimento urbano, como por exemplo, Uruguaiana no século XIX.

É importante deixar claro que, no presente estudo, o consumo foi observado por meio de uma análise cultural. Sendo assim, foi possível compreender a sua prática orientada por fatores simbólicos, desprendidos de análises genuinamente econômicas que possam percebê-lo somente como um advento do capitalismo, insustentável e prejudicial.

A produção da Faiança Fina na Europa

Foi modelando e queimando o barro que o ser humano deu forma aos seus deuses e a sua natureza mística em distintos tempos e espaços no transcurso da história. Durante séculos os artefatos cerâmicos em suas mais variáveis formas, tamanhos ou motivos de representação artística têm sido utilizados por diferentes grupos sociais que foram aprimorando essencialmente as suas formas de produção. Estas sociedades os têm usado para estocarem ou manusearem diversas coisas ou alimentos, ou ainda, em cerimoniais religiosos, ritos de passagem, rituais fúnebres, reuniões e outros modos de celebração com a finalidade de reter substâncias ou compartilhar significados inclusive ainda em nossa época.

A cerâmica vidrada, por exemplo, já era produzida no período clássico greco-romano. As relações comerciais alocadas entre distintos grupos sociais foram continuamente categóricas no desenvolvimento da produção cerâmica. Um caso específico e importante neste estudo é a produção iniciada na Europa pela majólica ou maiólica que recebe este nome devido a sua origem advinda de um comércio de grande influência árabe formado na ilha espanhola de Maiorca no Mar Mediterrâneo. A terminologia faiança, cominada a esta cerâmica, tem a sua origem relacionada à cidade de Faenza na Itália, um importante núcleo de produção cerâmica no século XVI, mas tem a sua pronúncia empregada inicialmente e popularizada no francês, “*faïence*”. De acordo com Guarisse, “no século XVI os comerciantes italianos levaram as majólicas vindas da Itália (muitas dessas vindas da cidade de Faenza) para a França. Essas eram recebidas como louça de Faenza, e logo passaram a chamar toda a majólica da Itália de Faiança” (GUARISSE, 2002, p. 14). Embora a Europa possuísse importantes centros cerâmicos durante o Renascimento, estes não superavam em qualidade a porcelana fabricada na China.

Durante o século XVIII, o Iluminismo^{iv} trouxe o despertar da ciência e do conhecimento ao ocidente, unindo ao novo pensamento filosófico e científico da humanidade, o moderno crescimento econômico e o veloz desenvolvimento da indústria capitalista na Europa. Nos anos seguintes deste período, chamado de século das luzes^v, o crescente consumo de bens inaugurou um novo cenário para a humanidade. Neste cenário, mesclado por modernos hábitos sociais, inovações no pensamento e na moda e anúncios de valores novos, a fábrica passou a gerar e compor as alegorias para os incididos atores sociais do Iluminismo. Embora todo o processo de industrialização nos séculos XVIII e XIX apresentem extensas jornadas de trabalho e péssimas condições de vida aos operários das fábricas, este acontecimento provocou uma profunda mudança social, transformando as relações sociais daquele período, às quais passaram a ser conduzidas principalmente pelo valor das mercadorias.

Neste processo, com os avanços econômicos e tecnológicos a cerâmica passou por mudanças em sua forma de fabricação e transformou-se em um produto que revolucionaria a indústria na Europa no final do século XVIII. Segundo Tânia A. de Lima, “quando a Inglaterra começou a produzir louça imitando a porcelana chinesa em larga escala e, por um baixo custo, provocou-se uma revolução no consumo deste item doméstico” (LIMA, apud SENA, 2007, p. 65). Nos meios ceramistas foram desenvolvidas pesquisas para se produzir uma cerâmica tão boa quanto à porcelana Oriental que possuía excelentes propriedades como beleza e impermeabilidade. De tal modo, na cidade de Delft situada nos Países Baixos, foi iniciada uma produção de faianças inicialmente inspirada nos modelos das louças chinesas. De acordo com Schávelzon, “o acréscimo de caulim em grandes quantidades possibilitou a produção de uma cerâmica com pasta branca e resistente, de baixo custo, podendo ser cozida a 1.400° de temperatura, como em Meissen, onde havia surgido outra das grandes fábricas europeias” (SCHÁVELZON, 1991, p. 39).

Na França, a manufatura de Sèvres durante o século XVIII, concomitantemente, desenvolveu novos métodos para a produção da faiança. A nobreza francesa originava as tendências da moda para a maior parte da Europa e a Real Manufatura de Sèvres era um símbolo de modernidade e refinamento que exibia todo o luxo e distinção da corte de Luís XV em suas peças de cerâmica. Sabe-se, além disso, que o rei Luis XV da França e sua amante Madame de Pompadour presenteavam com peças de Sèvres as famílias reais estrangeiras e a

seus mais importantes embaixadores. Conforme Guarisse, “tudo isso fez com que fosse estabelecida a moda da porcelana na Europa” (GUARISSE, 2002, p. 22).

Por volta de 1720 ocorreu uma importante variação na fabricação da faiança. No condado inglês de Staffordshire, de acordo com Schávelzon, “foi usada uma argila branca de qualidade e com adição de sílex calcinado, desse modo, foi alcançada, pela primeira vez, uma faiança com baixo custo de produção” (SCHÁVELZON, 1991, p.38). A faiança fina que ornamentou a mesa das famílias europeias em seu cotidiano possuía uma pasta composta por diferentes conteúdos, que não necessariamente, ficavam sobrepostos, como por exemplo: sílex calcinado, ossos calcinados, caulim, argila, cal, giz e feldspato.

No ano de 1759, também em Staffordshire, o avô materno de Charles Darwin, o ceramista Josiah Wedgwood aperfeiçoou os métodos de fabricação da faiança. Segundo Hüme, “o resultado foi uma louça de pasta creme com esmalte de coloração esverdeada advinda da aplicação de óxido de chumbo, conhecida como *creamware*, *Queen’s Ware*” (HÜME, Apud TOCCHETTO, 2001, p. 23). A louça usada pela rainha da Inglaterra.

No início do século XIX, isso por volta da primeira década a cerâmica com a pasta de coloração creme passou a ser substituída no mercado por uma cerâmica pérola conhecida por *pearlware*. Conforme Tocchetto, “a coloração do esmalte típica das louças designadas como *pearlware* apresenta-se em tons levemente azulados observados, principalmente, nos pontos de acúmulo, ou seja, bordas e bases, devido ao acréscimo de óxido de cobalto” (TOCCHETTO, 2001, p. 24). A sucessora da louça *pearlware* tomou o seu lugar por volta de 1840 possuindo um esmalte demasiadamente branco, e conhecido como *whiteware*, mas recebeu a sua popularidade somente na segunda metade do século XIX, embora sendo comercializada ainda recentemente.

Conforme Schávelzon, “por volta de 1750, a produção das peças de faiança no torno foi abandonada passando a utilizar-se a fabricação em moldes. Em 1770 foi descoberta a possibilidade de imprimir imagens às louças e produzir cerâmicas decoradas sem a necessidade de pintar as peças a mão” (SCHÁVELZON, 1991, p.38). Isso incentivou a produção em massa e impulsionou a importação, inclusive para a América. É importante mencionar que a arte vinculada à manufatura foi uma das principais características da revolução do consumo permitindo a ampliação dos conceitos da moda e da identidade dos grupos sociais.

Evidências arqueológicas em Uruguaiana

O desenvolvimento tecnológico no processo de produção da faiança fina permitiu que houvesse um aumento na produção, no consumo e na sua distribuição por diferentes lugares do mundo veiculando os hábitos e os valores europeus que foram associados à cultura material. Conforme Rede (1996) não se trata, entretanto, apenas de um fator de propensão exclusivamente tecnológico: a tecnologia é definida claramente como fenômeno cultural, como incorporação física da ordem social. Isto ocorreu inclusive na fronteira do Brasil com Argentina e Uruguai como indicam os dados arqueológicos estudados e descritos neste capítulo provocando o consumo em massa e a mundialização. Desse modo, será realizada na sequência, uma explanação sobre a coleta dos dados arqueológicos e trabalho de campo realizado na Estância São Roque em Uruguaiana no outono de 2007.

Esta propriedade que outrora pertenceu ao General Bento Martins de Meneses^{vi} conhecido como Barão de Ijuí foi, a um passado não muito distante, parte de uma sesmaria situada na fronteira oeste da província. Esta se achava contornada pelos rios Touro Passo, Imbaá e Uruguai espaço que em nossa época ainda é sustentado pelas práticas agrícolas e pastoris, principais fatores econômicos da região. O referido local, atualmente desmembrado em estâncias, nas quais se situam duas propriedades de pertencimento da família Simonetti foi sobrevivendo às gerações do mencionado General Bento Martins que, além disso, foi um dos principais agentes do exército do império brasileiro durante a Guerra do Paraguai, um marco na história regional da fronteira oeste com sólidos episódios marcados na história de Uruguaiana.

Em depoimento dado por Quintino José Simonetti atual proprietário da Estância Florão em Uruguaiana, cita-se que, antigamente o local onde se encontra a estância era composto por dezoito quadras de sesmarias, ou seja, cerca de 118.800 m² de terras usadas na criação do gado vacum antes mesmo de ter pertencido ao General Bento Martins de Meneses.

Além disso, de acordo com o senhor Simonetti, as referidas terras teriam sido adquiridas tornando-se propriedade de sua família no ano de 1982, após mudar-se para a fronteira oeste migrando da região central do Estado, mais precisamente, da cidade de Dona Francisca. Atualmente, a dimensão da propriedade está composta por 394 hectares de terras

próprias e mais um arrendamento de 300 hectares perfazendo uma área com o total de 6,94 km² utilizados na prática da pecuária e da agricultura.

Próximo à Estância Florão está situada a Estância São Roque de propriedade de Elio João Simonetti. Estas terras também eram parte da antiga posse do General Bento Martins de Menezes inteirando uma única propriedade. Conforme o relato do senhor Elio Simonetti a atual dimensão da sua propriedade é de 287 hectares, ou seja, 2,87 km² onde também são desenvolvidas as práticas agrícolas e pastoris.

Observando o contexto histórico e arqueológico do local é possível afirmar que no passado existiram sofisticadas relações comerciais e, estas envolveram de algum modo, os grupos que ali coexistiram combinados ao modelo econômico do século XIX. Em local muito próximo à estância era localizada outrora a Estação Férrea Touro Passo, sendo que esta, no passado, significou um marco espacial compondo um trecho de trilhos que interligava municípios e distintas localidades da fronteira oeste.

A estrada de ferro foi implantada pela BGS (*The Brazil Great Southern Railway Co.*) e passando próximo ao local estudado estendia-se uma linha que havia sido fundada no ano de 1887 e ligava Uruguaiana a Barra do Quaraí. No ano de 1888 foi inaugurada a linha que ligava Uruguaiana a Itaqui e, posteriormente, no ano de 1913 foi concluído o trecho que ligava Uruguaiana a São Borja. Toda a extensão da estrada de ferro estava muito próxima à fronteira desenhada pelo Rio Uruguai e mantinha assegurada toda uma conjuntura de expansão capitalista, progresso econômico e comércio desenvolvidos, especialmente por europeus ou seus descendentes que se achavam presentes na região no século XIX.

Contudo, fica muito evidente que este contexto espacial, “a estância”, está perpetrado de sucessivos povoamentos que deixaram significativas marcas socioculturais atualmente achadas tanto nos vestígios arqueológicos, como também, estampadas ainda em alguns traços etnológicos da sociedade da fronteira. Os remanescentes arqueológicos localizados e estudados nesta pesquisa, principalmente a faiança, foram coletados durante um processo de escavação desenvolvido na Estância São Roque propriedade de Elio João Simonetti.

O sítio arqueológico apresentava características estruturais comuns a uma ocupação do período final do século XIX ou início do século XX incluindo-se a um contexto de comércio e contrabando estabelecido em Uruguaiana e próximo aos rios Uruguai e Touro Passo. A dimensão total da estrutura encontrada no local, visivelmente uma residência, permanecia de

difícil compreensão, pois o local já havia sofrido diversas intervenções de ocupação, estas advindas principalmente, à prática da criação de gado e da agricultura. Inclusive, o que havia sobrado da estrutura foi achado quando o proprietário da Estância São Roque preparava uma porção de terras para mais uma prática de cultivo, determinando assim, a futura identificação do sítio arqueológico pelos pesquisadores.

Supõe-se que a estrutura encontrada era semelhante à outra ainda conservada e situada a poucos metros do local. Considera-se importante mencionar que havia também muito próximo do local uma antiga cerca de pedras evidenciando assim, um grande contexto de ocupação para a interpretação da arqueologia histórica.

Durante a pesquisa arqueológica foram coletados no entorno da estrutura escavada, além de fragmentos de telhas, grés e cravos de metal, alguns fragmentos de vidros, principalmente gargalos de garrafas. Alguns destes fragmentos possuindo colorações escuras e apresentando bolhas de ar formadas durante o processo de fabricação o que evidencia uma datação mais antiga para os vidros cabendo à transição do século XIX para o século XX, outros pedaços, em menor número, eram mais recentes. Um fragmento de vidro apresenta a inscrição: *Fratelli Branca Milano*, reportando-se a uma garrafa de bebida destilada advinda da Itália provavelmente da última década do XIX ou da primeira década do século XX. Esta bebida era amplamente comercializada na época em grandes centros de comércio sul-americanos, como por exemplo, as cidades de Buenos Aires e Montevideu as quais Uruguaiana manteve afinidades comerciais concretas durante todo o período analisado.

Foram encontrados, além disso, múltiplos fragmentos de faiança fina com esmalte quase homogeneamente *whiteware*, alguns, embora muito poucos, possuindo o selo do fabricante com a inscrição *Royal Ironstone China* na parte superior do brasão e *Alfred Meakin. Ltd. England* na parte inferior. Outros fragmentos tinham indícios da inscrição *Royal Patent Ironstone* na parte superior do brasão e *George Jones & Sons. England* na parte inferior. Esta indústria teve o início da sua produção, a partir do ano de 1873 na Inglaterra.

Acharam-se também no sítio, evidências materiais de louças mais recentes, apontando uma sobreposição de ocupações no mesmo local. Entre os padrões decorativos das faianças encontradas no sítio arqueológico é razoável destacar os seguintes modelos: superfície modificada como trisal e pintada sobre superfície modificada, como por exemplo, o padrão *Shell Edged* com início de produção a partir de 1780. Além disso, outros modelos como, por

exemplo: faixas e frisos, motivos florais pintados à mão, *transfer printing* e estilo *chinoiserie* inspirado em cenas orientais com o início de sua produção aproximadamente em 1816.

Evidências arqueológicas no centro de Uruguaiana

Como já mencionado, Uruguaiana foi incluída a dois contextos que se completavam e estabeleciam relações: a cidade e a estância. Isto possibilitou que houvesse um interessante processo de movimento e trocas nos hábitos e significados culturais durante o desenvolvimento urbano no final do século XIX e início do século XX. Estes contextos compuseram grande parte da identidade social e permitiram um crescimento econômico que, além de ser combinado e alcançado nas casas de comércio da cidade era ainda obtido pela elite estancieira com a produtividade rural.

De tal modo, buscou-se a relação histórica entre cidade e estância perfazendo, portanto, a ligação de dois contextos arqueológicos, dois sítios escavados, um no espaço rural e outro no espaço urbano. Assim, apresenta-se uma paisagem sociocultural combinada e peculiar, ainda muito característica da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul.

A cultura material encontra-se inserida em um contexto repleto de relações humanas formadas pela cidade. De acordo com Tocchetto:

Além de cenário coletivo, a cidade é também personagem, pois as pessoas, além de nela viverem, se relacionam e vivem através dela (VERÍSSIMO et al., 2001), intervindo no desenvolvimento de fenômenos sociais e para onde convergem processos de diferentes ordens (OLIVEN, 1985). É uma entidade dinâmica e complexa, que se revela na diversidade das formas e relações socioculturais, configurando-se enquanto lugar e veículo das expressões e representações dos diferentes grupos humanos que nela vivem. (TOCCHETTO, 2010, p. 16).

Portanto, para tornar possível a realização do estudo arqueológico no centro da cidade de Uruguaiana e encontrar vestígios do consumo de faianças pela sociedade de outrora, assim como no sítio localizado na estância, foi necessário primeiro delimitar uma área a ser pesquisada. Para isso, definiu-se o centro de Uruguaiana por, historicamente, possuir um conjunto de habitações antigas e havendo neste caso, estruturas que possuíam padrões arquitetônicos característicos ao período estudado, a transição do século XIX para o século XX, momento de importante expansão urbana. No modelo arquitetônico dessas residências

foi oportuna a clara presença da cultura europeia, tanto nos padrões de decoração e, além disso, nos lineamentos físicos como, por exemplo, as grandes aberturas frontais, os tipos de telhas e, conseqüentemente, o posicionamento das habitações no alinhamento dos passeios públicos da cidade.

Atualmente há um grande número de estruturas arquitetônicas no centro de Uruguaiana que possuem tais características, embora muitas dessas estruturas tenham recebido modificações relacionadas às reformas para a moradia ou para o atual comércio. Este último tem sido o principal agente motivador na transformação das fachadas das antigas residências em Uruguaiana. Alguns prédios também são demolidos, o que inevitavelmente resoluta na perda e no esquecimento do patrimônio histórico da cidade.

Este, a despeito da modernidade, ainda carrega quaisquer resíduos de uma época possuidora de arquitetura bela e nobre, embora esta seja de tal modo, herança de uma visível dependência cultural advinda da Europa. Segundo Weimer:

Desde sua constituição como países independentes, as nações latino-americanas vêm apresentando grandes dificuldades em se libertar da condição colonial. Mesmo que a maioria destes países já esteja se aproximando do segundo centenário de sua administração autônoma, a condição de países periféricos aos grandes centros econômicos mundiais fomentou o desenvolvimento também dependente destes mesmos centros. Isso vale para a cultura em geral e para a arquitetura em particular (WEIMER, 2002, p. 13).

Por combinarem-se corretamente aos citados padrões estabelecidos pelo modelo arquitetônico e pelo contexto histórico a que pertenciam alguns dos remanescentes materiais observados, a pesquisa arqueológica foi desenvolvida na área urbana e realizada em uma habitação privada. O terreno onde esta se encontra possui a medição de 22 metros de frente e 76 metros de comprimento. Este imóvel foi encontrado no registro municipal de Uruguaiana no nome de Leopoldina Ranquetat Schmidt (sucessores)^{vii} localizado na Rua João Manoel, 2611, centro de Uruguaiana.

Portanto, percebe-se um contexto arqueológico onde foi corretamente plausível relacionar a habitação com outros diversos aspectos materiais encontrados dispersos no mesmo local estudado como, por exemplo, fragmentos de faianças, vidros, grés e telhas que se encontravam dispersos pela extensão do terreno. Também foi possível perceber que algumas das telhas da habitação teriam sido substituídas de modo recente por modelos com

fabricações contemporâneas por já estarem bem danificadas por exposição ao tempo fazendo com que as antigas fossem depositadas no mesmo local achando-se dispersas nos limites da área pesquisada. Desse modo, foi possível evidenciar-se o contexto arqueológico do local.

De acordo com Schiffer, “com o descarte os itens materiais deixam de fazer parte do contexto sistêmico, relacionado ao seu ciclo de vida dentro de um sistema cultural e passam para o contexto arqueológico, tornando-se objetos de investigação do arqueólogo” (SCHIFFER, Apud, SYMANSKI, 1998, p. 125). Assim, realizou-se a primeira intervenção no local estudado, incidindo apenas em uma coleta superficial do material. Este material versava os fragmentos dispersos por toda extensão do pátio da residência localizado na parte de trás da estrutura arquitetônica onde se realizou a coleta das evidências arqueológicas.

Levaram-se em consideração as condições adversas em que se encontrava o solo. A ausência de níveis estratigráficos foi evidente, pois a perturbação do solo foi constantemente repetida devido às práticas de jardinagem e cultivo de hortaliças, acúmulo de vegetações e recente depósito aleatório de objetos ou descarte de lixo. Considera-se que, até o século passado, havia ali uma lixeira de uso doméstico e particular para o descarte de materiais não mais úteis, mas a mesma havia sofrido intervenções posteriores devido às problemáticas citadas acima. Isto causou ainda a dispersão dos indícios arqueológicos pelo terreno, reduzindo-se assim, as possibilidades de uma melhor análise comparativa do mesmo com relação ao grupo familiar que o fizera uso e, logo após, o descartou como lixo doméstico, pois assim, foram causados danos no contexto do sítio.

No desenvolvimento do trabalho arqueológico realizou-se a abertura de um poço teste com a medição de 2m². Deste local foram retirados alguns fragmentos de faiança fina, vidros e metais em decomposição. Contudo, durante a pesquisa de campo coletou-se na residência um importante conjunto de fragmentos de louças com os seguintes padrões decorativos: Faixas e frisos, Willow, azul borrão, Cut Sponge entre frisos coloridos e Spatter. Além disso, recolheram-se fragmentos de faianças com o padrão trigal de superfície modificada.

Seguindo o mesmo modo de análise das faianças adaptado e apresentado por Tocchetto (2001), desenvolveu-se esta pesquisa estudando e catalogando inicialmente, os fragmentos de cerâmica coletados em ambos os sítios arqueológicos pesquisados na cidade de Uruguaiana. Conforme a metodologia, os materiais foram analisados de acordo com: cor,

padrão decorativo, modelo, selo do fabricante se impresso na peça, motivo decorativo, cena ou paisagem posta na cerâmica, variações decorativas em uma única peça e estilo.

Estes fragmentos são evidências materiais que resistiram as desventuras e mistérios do tempo sob os curiosos, às vezes, confusos, mas quase sempre seguros arquivos do solo, sendo hoje, reveladores da vida social de pessoas e coisas.

Ao realizar o cruzamento dos dados arqueológicos obtidos nos processos de escavação dos sítios de Uruguaiana ficou evidente que em ambos os contextos “cidade” e “estância” o consumo da louça era idêntico. Os mesmos padrões de definição das mercadorias como, por exemplo, tipo de pasta, esmalte e decoração estavam mantidos nos dois sítios estudados. Existem talvez dois motivos que possam esclarecer a relação dos contextos arqueológicos.

O primeiro deles é que a louça, caracterizando-se como uma mercadoria foi inserida em um processo de comercialização na fronteira e este abrangeu tanto a cidade como o campo, pois estes dois elementos foram economicamente amarrados um ao outro. No entanto, os novos hábitos sociais da fronteira não extinguiram os costumes do cotidiano rural, ao contrário disso, as práticas urbanas e rurais coexistiram e a faiança esteve disponível em ambos os lados. Em segundo, este processo quando observado antropologicamente deixa evidente que houve não somente um consumo usual de coisas materiais e vazias de significados, mas bem mais que isso, houve um consumo de importâncias sociais. Estas estavam configuradas em moldes culturais europeus e estabelecidas em um amplo espaço social, a fronteira.

É importante registrar que a faiança e os demais objetos que adentraram esta zona comercial são entendidos neste trabalho como mercadorias, e atendem desse modo, a uma definição marxista para o termo. Sob a análise de Appadurai, “mercadorias são, em geral, vistas como típicas representações materiais do modo de produção capitalista, mesmo quando classificadas como triviais, e seu contexto capitalista como incipiente” (APPADURAI, 2010, p. 20). Aliás, não haveria de ser somente uma indústria que iria agenciar o modelo social vigente na fronteira, como por exemplo, o caso dos saladeiros, pois a sociedade também foi influenciada pelos aspectos capitalistas contidos nos produtos importados que circulassem na região.

O antropólogo Arjun Appadurai em seu livro *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural* ainda faz referência ao desenvolvimento do pensamento de Karl

Marx a respeito do que se entende por mercadorias. Este pensamento de Marx se faz importante neste contexto e requer ser citado logo abaixo na íntegra. De acordo com Appadurai:

Contudo, nos textos do próprio Marx, pode-se encontrar a base para uma abordagem das mercadorias muito mais abrangente e profícua de um ponto de vista intercultural e histórico, cujo espírito se vai atenuando, à medida que ele passa a estar envolvido nos detalhes de sua análise do capitalismo industrial do século XIX. De acordo com esta primeira formulação, para produzir mercadorias, em vez de meros produtos, um homem tem de produzir valores de uso para outros, valores de uso sociais (APPADURAI, 2010, p. 21).

Assim, é possível compreender que os fragmentos achados nos contextos arqueológicos fizeram parte de um singular processo que alentou os hábitos de consumo da sociedade na fronteira. Uruguaiana nascida às margens do Rio Uruguai foi marcada, desde o início da sua trajetória, pela forte presença do comércio o qual forneceu subsídios econômicos, políticos e sociais ao Rio Grande do Sul e ao Brasil em diferentes períodos da história.

O comércio

O Rio Grande do Sul permaneceu durante todo o período histórico estudado entre os estados brasileiros que mais realizou importações. Conforme o relatório apresentado à presidência do Rio Grande do Sul em 03 de setembro de 1909 em Porto Alegre nota-se que entre os anos de 1906 e 1908 o Rio Grande do Sul ocupava o terceiro lugar no índice de importações seguindo atrás do Rio de Janeiro e São Paulo. No Rio Grande do Sul a principal movimentação portuária sucedeu-se em Porto Alegre, Rio Grande e Uruguaiana.

A chegada e a saída de produtos via porto estabelecido no rio Uruguai no final do século dezenove possibilitou o desenvolvimento social e econômico de Uruguaiana e a proximidade com as cidades de Buenos Aires na Argentina e Montevideu no Uruguai que estabeleceram relações comerciais bem diversificadas. Mercadorias europeias entravam no Rio Grande do Sul pelo porto do rio Uruguai em Uruguaiana, e este, por ser amplo e localizado em um local privilegiado era considerado um ponto de ligação com a Europa. A

imagem abaixo mostra a localização do porto de Uruguiana e demais portos localizados na fronteira.

Uruguiana nascida às margens do Rio Uruguai foi marcada desde o início da sua trajetória pela forte presença do comércio o qual forneceu subsídios econômicos, políticos e sociais ao Rio Grande do Sul e ao Brasil em diferentes períodos da história. Por meio do comércio, múltiplos objetos sempre carregados de valores e significados foram expandidos mundo a fora ou foram trazidos à cidade. Através do consumo estes produtos receberam novas representações e passaram a compor também a identidade, a cultura e os relacionamentos daquela sociedade.

O desenvolvimento do comércio, das importações e do contrabando (o qual faz parte também do imaginário da fronteira) sob os moldes do alargamento capitalista dirigido por viajantes e comerciantes europeus e por aqueles que estabeleceram no espaço fronteiro a estrada de ferro, os saladeiros, as casas importadoras, as livrarias, os jornais, os teatros, os bares e a movimentação comercial dos portos do Rio Uruguai foram importantes agentes que promoveram o desenvolvimento urbano e a sociocultural em Uruguiana e nas demais cidades da fronteira.

A chegada e a saída de produtos via porto para várias partes do mundo favoreceu e impulsionou o crescimento econômico da cidade de Uruguiana a partir do final do século XIX. O comércio era cada vez mais adiantado e a cidade que foi desenvolvida muito próxima ao porto do rio Uruguai de frente para a vizinha cidade argentina de Paso de Los Libres começou a crescer também aos arredores da sua praça central marcando a presença dos estancieiros que passaram a comprar ou construir bens imóveis no centro da cidade. Segundo o historiador Urbano Lago Villela, entre 1890 e 1900, Uruguiana possuía uma importante relação comercial com a Europa via Buenos Aires e Montevideo (VILLELA, 1971).

Conforme Colvero, a navegabilidade do rio Uruguai se confirma nas análises dos relatórios presidenciais do Rio Grande do Sul apresentados pelo autor em sua obra *Negócios na Madrugada: o comércio ilícito na fronteira do Rio Grande do Sul*. Estes documentos mostram as quantidades de produtos importados e exportados através dos principais portos da fronteira oeste do Rio Grande do Sul no período que vai de 1850 a 1881. Destaque para o movimento do porto de Uruguiana (COLVERO, 2004).

De acordo com as tabelas publicadas pelo autor entre os anos de 1851 e 1852 atracaram no porto de Uruguaiana 90 navios carregados de 296 toneladas de mercadorias e partiram do porto 70 navios carregados de 326 toneladas. Entre os anos de 1854 e 1855 o número de navios que atracaram no porto subiu para 188 e estes estavam carregados com 826 toneladas de produtos (COLVERO, 2004).

Entre os anos de 1855 e 1856 o número de navios que atracaram em Uruguaiana subiu ainda mais chegando ao número de 320 embarcações que continham 2.200 toneladas de mercadorias. Entre os anos de 1857 e 1858 o porto de Uruguaiana alcança o número de 401 navios atracados e carregados com mais de 2.381 toneladas de produtos sendo que entre estes mesmos anos partiram de Uruguaiana 401 navios que carregavam mais de 2.936 toneladas de mercadorias.

Conforme a tabela de valores apresentada por Colvero, com informações sobre os relatórios apresentados pelos presidentes da província do Rio Grande do Sul à Assembleia Provincial no período que vai de 1850 a 1881 as importações realizadas pela alfândega de Uruguaiana com procedência do Rio da Prata somaram um total de 5:118:938\$000 fazendo do porto de Uruguaiana o que mais recebeu importações dentre os portos da fronteira no período. Sabe-se que estas importações continham uma enorme quantidade de produtos europeus que eram antes destinados a Buenos Aires ou Montevideú (COLVERO, 2004).

No início do século XX a movimentação do porto de Uruguaiana não superava a dos portos de Porto Alegre e Rio Grande, mas permanecia sendo a maior entre os portos da fronteira. De acordo com o relatório apresentado à presidência do Rio Grande do Sul no ano de 1909 registrou-se no porto de Uruguaiana a chegada de 100 embarcações a vapor e a entrada de 13.029 toneladas de mercadorias importadas. No mesmo ano registrou-se no porto a chegada de 528 embarcações a vela e a entrada de 3.329 toneladas de mercadorias importadas. Uruguaiana destacou-se também nas exportações e arrecadação de impostos. Segundo relatório apresentado à presidência do Rio Grande do Sul no ano de 1902 o imposto sobre o gado exportado alcançou a importância de 52:671\$000.

A importação e contrabando de mercadorias europeias entre as quais estão os produtos em faiança fina que aparecem em destaque nos sítios arqueológicos estudados, assim como, bebidas ou artigos para o vestuário foram objetos que não só ilustraram o cotidiano de Uruguaiana, mas também foram signos de *status* social e representaram grupos sociais que

buscavam alcançar um modo de vida “europeizado”. Isso não está presente somente no ato de consumir cultura material, mas também na mudança de hábitos como o estudo da música e do idioma francês.

No final do século XIX e início do século XX as casas importadoras foram muito frequentadas pelos uruguaianenses. Estes estabelecimentos vendiam produtos importados da Europa e outros artigos importados da Argentina e também do Uruguai. Entre as mercadorias comercializadas estava uma variedade de: produtos farmacêuticos, vinhos, licores, *champagne*, *fernet*, *vermouth*, *Bitter Secrestat*, queijos, azeitonas, conservas, *picles*, azeites, frutas secas, fumos, cigarros, tecidos, metais e vários tipos louças. O contrabando facilitava o acesso aos produtos importados, pois tornava o seu preço mais acessível aos consumidores brasileiros. Anúncios de importados e estabelecimentos comerciais eram feitos nos jornais que circulavam em Uruguaiana naquela época, como por exemplo, os jornais “A Notícia” e “A Nação”. Alguns exemplares destes jornais foram pesquisados e fotografados no arquivo histórico de Uruguaiana, os mesmos pertencentes aos anos de 1899 a 1912. A seguir, alguns dos anúncios feitos pelas casas importadoras, referências comerciais em Uruguaiana no final do século XIX e início do século XX.

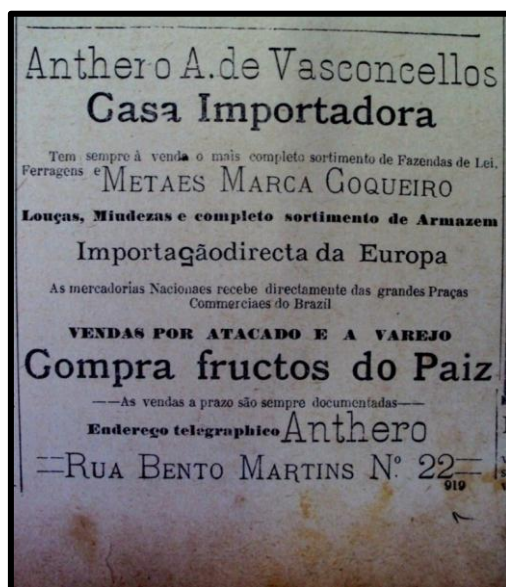


Figura 2: Anúncio da casa importadora Anthero A. de Vasconcellos no jornal “A Notícia”. Este anúncio menciona que a importação é realizada direta da Europa. Uruguaiana, 22 de outubro de 1902.

Fonte: Arquivo municipal de Uruguaiana.

A faiança escavada nos sítios arqueológicos estudados está combinada também ao tipo de alimentação que pode ser percebido nos anúncios feitos nos jornais da época em Uruguaiana. Associado ao consumo da cultura material está muito claro o consumo de diversas substâncias, alimentos líquidos, sólidos ou pastosos. Tudo isto compõe um universo de rituais realizados pela sociedade onde os objetos estão perfeitamente associados aos hábitos, à alimentação, à moda e às estruturas que se encontram em um determinado espaço.

Alguns dos fragmentos de faiança correspondem a pratos e xícaras e outros a malgas ou tigelas. Fragmentos de xícaras encontrados nos sítios arqueológicos indicam o consumo de bebidas quentes como, por exemplo, o café, já que este recebia também anúncios nos jornais da cidade no início do século XX. Malgas ou tigelas indicam que havia um tipo de alimentação baseada em alimentos pastosos ou líquidos como mingaus ou ensopados muito característicos na região da fronteira, principalmente, no inverno por serem consumidos a uma temperatura mais elevada “ajudando a aquecer o gaúcho do pampa”. É importante perceber que alguns produtos importados não somente irão desencadear hábitos novos na alimentação, além disso, vão ser adaptados aos costumes regionais permitindo assim a adequação de novos significados. Isso foi muito frequente em Uruguaiana, pois como já relatado, coexistem em um mesmo espaço práticas urbanas e rurais. A imagem a seguir mostra um anúncio de café em Uruguaiana no ano de 1912. Segundo Souza:

O consumo do café e o hábito de tomá-lo nas e entre as refeições está associado, fulcralmente, à expansão ultramarina europeia, uma vez que a prática data do século XV islâmico. O café se propagou do Oriente ao Ocidente prestando-se às demandas mercantilistas do capitalismo e acompanhando revoluções científicas e financeiras que presidiram a sociedade moderna, figurando como um de seus motores (SOUZA, 2010, p. 309).

Mas não foi somente o consumo do café que pertenceu aos hábitos modernos da Uruguaiana. Outros elementos ou produtos eram relacionados e também constituíram a moda daquela sociedade. Conforme McCracken, “a moda transforma de tal maneira os gostos e as preferências nos dias modernos que é difícil imaginar uma economia na qual ela não desfrutasse de total preponderância” (McCRACKEN, 2003, p. 39). Outras bebidas também eram consumidas na Uruguaiana do final do século XIX e início do século XX. Além, é claro, do consumo da erva mate no chimarrão de origem nativa e do café.

O chá era também uma bebida habitual, pois carregava elementos da cultura inglesa. Ainda mais que foram os ingleses responsáveis por muitas das obras que valeram a estruturação da economia na fronteira, um exemplo disso são os saladeiros. O hábito de tomar chá nasceu entre os ingleses somente no século XVIII, passando então, a compor a cultura da Inglaterra. O consumo do chá no mundo ocidental é reflexo do fascínio pela cultura do extremo oriente. A bebida servia para manter despertos os monges budistas durante longos períodos de meditação. De acordo com Watts:

Há uma horrível lenda a respeito da origem do chá. Segundo ela, Bodhidharma, certa vez, adormeceu durante suas meditações e ficou tão furioso que cortou as pálpebras, as quais, ao caírem no chão, transformaram-se nas primeiras plantas do chá. Desde então, a bebida feita com suas folhas espanta o sono e purifica a alma (WATTS, 2009, p. 115).

Além destas bebidas, algumas casas de comércio em Uruguaiana faziam também a venda de cervejas produzidas na Província do Rio Grande do Sul, como é o caso da cerveja Ritter Brau fabricada por Carlos Ritter e irmãos na cidade de Pelotas e vendida no estabelecimento comercial de Barbará e filhos. Cria-se também, na cidade, a Cervejaria do Sol premiada pela diversidade e qualidade das bebidas, propriedade de Antonio Mascia e fundada no ano de 1886.

Uruguaiana foi também grande produtora de vinhos. De acordo com o Catálogo da Exposição Estadual de 1901 no Rio Grande do Sul foram expostos no evento diversos vinhos produzidos em Uruguaiana no final do século dezenove. O fabricante Domingos Tellechea estabelecido com fábrica de vinhos em 1886, conforme as informações do catálogo obteve no ano de 1898 uma produção que chegou a 19.000 litros de vinho, sendo as suas videiras importadas do Uruguai. O mesmo fabricante expôs naquela ocasião três garrafas de vinho tinto de 1895, duas garrafas de vinho branco de 1898 e três garrafas de vinho produzidos com a uva Lord Arriague pertencente à colheita de 1900.

Também foram expostos os vinhos dos fabricantes Luiz Bettinelle e Prates produtores desde 1895 em Uruguaiana. Os mesmos apresentaram onze garrafas de vinho tinto chamado “A favorita Imbahá” do ano de 1900. O expositor José Tellechea fabricante de vinhos em 1887 obteve em 1898 uma produção de 20.000 litros de vinho e levou a exposição doze garrafas de vinho tinto de 1900 com o nome de “Granja Astigarraga” e doze garrafas de aguardente de uva com o nome de “Grapa” também produzida em 1900.

Ainda segundo dados contidos no Catálogo da Exposição Estadual de 1901 verifica-se o fabricante Francisco Guglielmone, este dando início a sua produção de vinho em 1892 e alcançando em 1898 a média de 30.000 litros de vinho produzidos. O mesmo expôs, naquela ocasião, vinte e duas garrafas de vinho nacional tinto de 1899. O vinho tinto produzido por Francisco Guglielmone e Domingos Tellechea foi premiado de acordo com a sua qualidade e recebeu, portanto a medalha de ouro na Exposição Estadual de 1901.

Além dos vinhos também fizeram parte da exposição outros artigos produzidos em Uruguaiana como cervejas e licores, a exemplo da fábrica de Antonio Mascia citada anteriormente e premiado com menção honrosa na Exposição Estadual de 1901 pela qualidade da sua cerveja. Estas bebidas compuseram os hábitos da sociedade no final do século XIX e também transportavam significados. Segundo Veblen, “a embriaguez e o consumo de bebidas alcoólicas podem ser honoríficas entre os homens, pois também simbolizam *status* e provam a capacidade econômica de consumi-las” (VEBLEN, 1983, p.36).

É importante pensar que, por advento das importações feitas especialmente devido ao porto do Rio Uruguai e também do contrabando existente na época, que o comércio no centro de Uruguaiana sempre influenciado pela moda europeia passou a se desenvolver cada vez mais conquistando uma clientela disposta a pagar caro pelas suas mercadorias. Isto porque as tais mercadorias somavam diversos valores que iam além do custo econômico dos produtos. O mais importante eram os valores sociais das mercadorias, até mesmo, a vida social das mesmas (Appadurai, 2010), o valor simbólico dos bens (Bourdieu, 1984), de modo que o consumo seja percebido como parte de um fenômeno cultural agindo sobre aquela sociedade (Douglas, 1979).

O consumo permitiu a combinação de objetos, roupas e acessórios e isso provocou o aparecimento de mais casas especializadas na moda em Uruguaiana. Além de estabelecimentos comerciais voltados ao público masculino houve, principalmente, aqueles que buscavam atender a expectativa feminina como lojas de roupas, sapatos, chapéus e também as farmácias que vendiam além dos medicamentos e elixires os mais diversos produtos que prometiam mocidade e beleza às mulheres da época. Além disso, algumas farmácias anunciavam possuir farmacêutico com experiência na América e na Europa. Estes anúncios colocados nos jornais da época mostram a grande influência recebida da Europa.

De fato, é importante salientar também o aumento das livrarias e o desenvolvimento da imprensa, os jornais que circulavam na cidade, além de informarem sobre fatos locais, regionais e nacionais noticiavam os acontecimentos do mundo, principalmente de países como: Argentina, Uruguai, Paraguai, Chile, Estados Unidos, Inglaterra, França, Alemanha, Itália, Espanha e Portugal. Assim, os estrangeiros que viviam em Uruguaiana poderiam também manter-se informados sobre os seus países de origem.

No início do século XX Uruguaiana possuía um bom número de comerciantes, engenheiros, médicos, farmacêuticos, dentistas, advogados, professores e artistas. A música e a arte em geral foram muito valorizadas e companhias teatrais tinham peças em cartaz no teatro Carlos Gomes. A educação estava sendo valorizada e muito desejada, sobretudo pela elite local. Chegavam à cidade, às vezes estrangeiros, professores de línguas, música e pintura, assim como foram inauguradas na cidade importantes instituições de ensino.

Considerações finais

Ao escrever sobre Uruguaiana aspirou-se uma investigação histórica e a ampliação dos estudos que interpretam a identidade social e o patrimônio cultural da fronteira oeste. Compreender o passado histórico de Uruguaiana associado a cultura material e seus significados foi importante, pois, elucidou sobre o comportamento da sociedade uruguaianense a partir do final do século XIX. Portanto, acredita-se que foram reveladas através deste estudo importantes informações históricas sobre Uruguaiana e sobre a Fronteira Oeste. Não se expõem aqui sentimentos de pertencimento a lugar algum, apenas ressalta-se a sensação do dever cumprido, pois o conhecimento nos faz responsáveis e o conhecimento histórico nos faz responsáveis pela preservação do patrimônio cultural e pela educação nas salas de aula.

Compreender a identidade da sociedade contemporânea envolve a percepção e estudo de todo um contexto de relações sociais que podem ser criadas por meio de conjunturas políticas ou econômicas como, por exemplo, o caso do contrabando de mercadorias na fronteira oeste ou o consumo da faiança fina em Uruguaiana no final do século XIX e início do século XX. A construção da identidade atravessa os estágios do pensamento e incorpora meios materiais tornando-os importantes representações sociais.

O consumo pode ser além de prático e indispensável, uma ação simbólica que divulga a identidade de um grupo social. Conforme Silva, “tanto para a antropologia quanto para a psicologia, a identidade é um sistema de representações que permite a construção do “eu”, ou seja, que permite que o indivíduo se torne semelhante a si mesmo e diferente dos outros” (SILVA, 2009, p. 202).

Assim, conclui-se que a identidade dos grupos sociais está associada ao consumo. A cultura material não apenas representa, mas, além disso, intervém na formação social e cultural dos indivíduos.

Referências bibliográficas

APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Editora da universidade federal fluminense. 1º reimpressão, 2010.

AVE-LALLEMANT, Robert. *Viagem pela província do Rio Grande do Sul: 1858*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1980.

AZEVEDO, Antonio Carlos do Amaral. *Dicionário de nomes, termos e conceitos históricos*. Editora Nova Fronteira.

BARTHES, Roland. *Mitologias* / Roland Barthes; tradução de Rita Buongiorno e Pedro Souza. – 11ed. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BARS, Cássia Rodrigues. *Semiótica aplicada à arqueologia - um estudo de caso na Área Andina*. Mestre e Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação do Museu de Arqueologia e Etnologia, Universidade de São Paulo, MAE-USP. RHAA 14.

BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 1992.

Catalago da Exposição Estadual de 1901. Officina typographica de Gundlach & Becker. Porto Alegre, 1901. In: The Nettie Llerenson Latin America Collection of the General Libraries. University of Texas at Austin.

COLVERO, Ronaldo. *Negócios na madrugada: O Comércio ilícito na fronteira do Rio Grande do Sul* / Passo Fundo UPF, 2004.

DEETZ, James. *In Small Things Forgotten: The Archaeology of Early American Life*. New York: Norton, 1977.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

- DUARTE, Alice. *Daniel Miller e a antropologia do consumo*. Etnográfica, Vol. VI (2), 2002, PP. 367-378.
- GLASSIE, H. *Material Culture*. Indianápolis, Indiana University Press, 1999.
- GUARISSE, André. *Antiguidades europeias*. Porto Alegre, Sulina, 2002.
- HILBERT, Klaus. *Diálogos entre substâncias, coisa, cultura material e palavras*. Métis: história e cultura – v. 8, n, 16, p. 11-25, jul./dez.2009.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11ed., 1. reimp. – Rio de Janeiro: DP&A, 2011.
- HOBBSBAWN, Eric J. *A era do capital, 1848-1875* / Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.
- LE GOFF, Jacques. *A História Nova*. In: LE GOFF, Jacques (org.). *A História Nova*. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- LEFEBVRE, Henri. *La producción del espacio*, 1974.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Antropologia estrutural*. 1987. Ediciones Paidós. Barcelona.
- LIMA, Tânia Andrade de Lima In: SENA, Tatiana da Costa. *O consumo de louças estrangeiras e produção artesanal de louça vidrada em Vila Rica (1808 – 1822)*. Universidade Federal de Ouro Preto, 2007.
- McCRACKEN, Grant. *Cultura e consumo: Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- MILLER, Daniel. *Coca-cola: a black sweet drink from Trinidad*. In: BUCHLI, Victor. (Org.) *The Material Culture Reader*. New York: Berg, 2002.
- MILLER, Daniel. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Brasil Blackwell, 1987.
- MILLER, Daniel. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n° 28, p.33-63, jul./dez.2007.
- NETTO, J. Teixeira Coelho. *Semiótica, Informação e Comunicação*. Coleção debates: Semiótica. São Paulo - SP. 1990. Editora Perspectiva S.A.
- PEIXOTO, Luciana. *Catálogo de faiança fina da residência de conselheiro Maciel / UFPEL*, 2004.
- PIMENTEL, Fortunato. *Aspectos gerais de Uruguaiana*. Porto Alegre: Ed. Livraria Continente, 1942

REDE, Marcelo. *História a partir das coisas: tendências recentes nos estudos de cultura material*. Anais do museu paulista. São Paulo. N. Sév. V.4 p. 265-82 jan./dez. 1996.

Relatorio apresentado ao Presidente do Rio Grande do Sul pelo Secretario interino de Estado da Fazenda (1904)

Relatorio apresentado ao Presidente do Rio Grande do Sul pelo Secretario interino de Estado da Fazenda (1902)

Relatorio apresentado ao Sr. Dr. Presidente do Rio Grande do Sul pelo Secretario de Estado dos Negocios da Fazenda (1909)

RHODEN, Luiz Fernando. *As relações arquitetônicas do Rio Grande do Sul com os países do Prata*. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2001.

SILVA, Kalina Vanderlei, *Dicionário de Conceitos Históricos*. São Paulo, Editora Contexto, 2009.

SPOONER, Brian. Weavers and dealers: the authenticity of na oriental carpet. In: APPADURAI, Arjun. (Org.). *The social life of things. Commodities in cultural perspective*. Cambridge University Press, 1986.

SHÁVELZON, Daniel. *Catálogo de cerâmicas históricas de Buenos Aires (siglos XIX e XX). Com notas sobre la región del Rio de la Plata* / Buenos Aires: Fundación para la Investigación del Arte Argentino, 2001.

SHÁVELZON, Daniel. *Arqueología histórica de Buenos Aires*. La cultura material porteña de los siglos XVIII y XIX. Editorial Corregidor, Buenos Aires, 1991.

SOARES, Adolpho Manoel. *Uruguiana, um século de história. 1843-1943*. Porto Alegre: Ed. Globo 1942.

SOUZA, Rafael de Abreu. *Louça branca para a Paulicéia*, USP, 2010.

SYMANSKI, Luís Cláudio Pereira. *Espaço privado e vida material em Porto Alegre no século XIX* / Porto Alegre, EDIPUCRS, 1998.

SYMANSKI, Luís Cláudio Pereira. *Práticas econômicas e sociais no sertão cearense no século XIX: um olhar sobre a cultura material de grupos domésticos sertanejos*. Revista de arqueologia, 21, n°2: 73-96, 2008.

TOCCHETTO, Fernanda Bordin. *A faiança fina em Porto Alegre – Vestígios arqueológicos de uma cidade* / Porto Alegre, Secretaria Municipal da Cultura, 2001.

WATTS, Alan, 1915 – 1973. *O espírito do Zen: um caminho para a vida, o trabalho e a arte no extremo oriente*. Porto Alegre, RS: L&PM, 2009.

WILK, Richard - *Bottled Water: The Pure Commodity in the Age of Branding* - NEW YORK, NY, 19 May 2003.

VEBLEN, Thorstein Bunde, 1857-1929. *A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. Tradução de Olivia Krähenbühl; apresentação de Maria Hermínia Tavares de Almeida. São Paulo: Abril Cultural, 1983. Os economistas.

VILLELA, Urbano Lago. *Uruguaiana, Atalaia da Pátria. O meio, o homem e a história*. Canoas: Editora La Salle, 1971.

ⁱ Ver mais em: http://winexperts.terra.com.br/arquivos/vinho_raro02.html acesso em 09/02/12.

ⁱⁱ Tradução independente: Tatiana Pedrosa.

ⁱⁱⁱ A questão da significação conduz de imediato a uma abordagem dos fenômenos de denotação e conotação do signo. De um signo denotativo pode-se dizer que ele veicula o primeiro significado derivado do relacionamento entre um signo e seu objeto. Já o signo conotativo põe em evidência significados segundos que vêm agregar-se ao primeiro naquela mesma relação signo / objeto. Em / o tutu estava espalhado sobre a mesa /, o signo / tutu / pode atribuir à mensagem duas diferentes significações, conforme o entrono maior que a envolve: denotativamente pode-se entender que sobre a mesa /, fora espalhado o prato à base de feijão; conotativamente, que sobre a mesa havia dinheiro espalhado. Em *otras inquisiciones*, Jorge Luis Borges fornece um exemplo literário, mais rico que o anterior. “Ao falar das alegorias, trata dos dois conteúdos abrangidos por uma forma: um, o imediato ou literal (denotativo, diríamos), de que é exemplo: Dante, guiado por Virgílio, chega a Beatriz”. O outro figurativo (em nossa terminologia, conotativo): “o homem enfim chega à fé, guiado pela razão”. NETTO, J. Teixeira Coelho. *Semiótica, Informação e Comunicação*. Coleção debates: Semiótica. São Paulo - SP. 1990. Editora Perspectiva S.A. p.24.

^{iv} O iluminismo é um dos temas mais importantes na História das ideias, influenciando toda a estrutura mental do Ocidente contemporâneo. Como conceito, foi criado pelo filósofo alemão Immanuel Kant, em 1784, para definir a filosofia dominante na Europa ocidental no século XVIII. A palavra iluminismo vem de esclarecimento (*Aufklärung* no original alemão), usada para designar a condição para que o homem, a humanidade, fosse autônomo. Isso só seria possível, afirma o iluminismo, se cada indivíduo pensasse por si próprio, utilizando a razão. O iluminismo abarcou tanto a filosofia quanto as ciências sociais e naturais, a educação e a tecnologia, desde a França até a Itália, a Escócia e mesmo a Polônia e a América do Norte. Os pensadores e escritores de diversas áreas que aderiram a esse movimento de crítica às ideias estabelecidas pelo antigo regime eram chamados comumente *philosophes*, filósofos em francês, mas entre eles havia também economistas, como Adam Smith, e historiadores como Vico e Gibbons. Ver mais em: SILVA, Kalina Vanderlei, *Dicionário de Conceitos Históricos*. São Paulo, Editora Contexto, 2009.

^v Ainda durante o século XVIII.

^{vi} Bento Martins de Meneses (1818 – 1881)..

^{vii} O estudo do espaço residencial foi permitido pela Sra. Nara, atual moradora da casa.