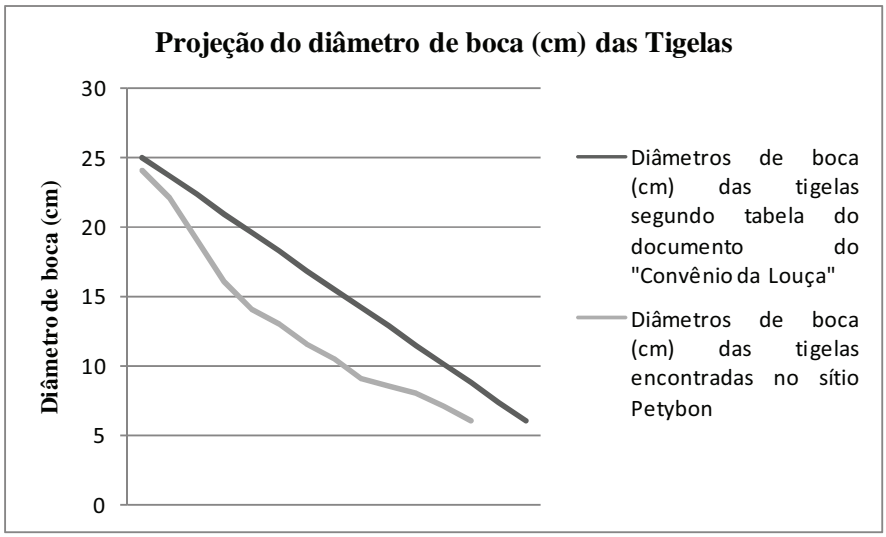
Com base nestas informações, o gráfico abaixo mostra que a projeção dos diâmetros de boca das tigelas, segundo a tabela do documento acima e com base nas formas encontradas no sítio Petybon, são bastante parecidas, quase com a mesma inclinação.

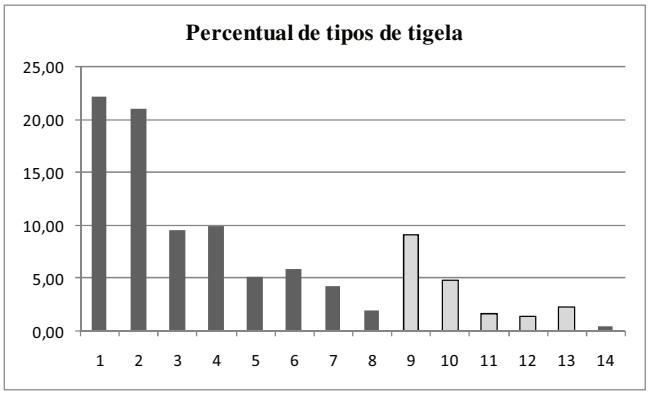


Por outro lado, enquanto os pratos do sítio Petybon variam entre 20 e 24 cm, o documento os estipula com 22 ½ cm de diâmetro (aliás, quase exatamente a média dos valores), isto é, uma oscilação sutil se comparados às tigelas.

A constância na forma das louças também tem a ver, como apontei em capítulo anterior, com a teia de relações que se criou com o estabelecimento da FSC em São Paulo e a proveniência de técnicos e operários de um mesmo centro produtor, do aprendizado em iguais fábricas. A distribuição deste conhecimento, através da migração destes trabalhadores para outras fábricas de louça, também colaborou para a manutenção das formas produzidas, somadas às demandas e consumos já estabelecidos, com pequenas variações em *design* e estilos dos produtos. A FSC como um microcosmo, segundo a concepção bourdieana de teoria da ação, refractaria e dispersaria, como num prisma (BOURDIEU 2008: 61), estes conhecimentos de produção acumulados.

Como pode ser visto no capítulo de análise de dados do sítio Petybon, as tigelas ocupam 62% do total das peças passíveis de reconhecimento da forma, seguida das xícaras (21%) e dos pratos (7%); as tigelas, sendo, sem dúvida, a forma predominante encontrada no sítio. Demais formas, em geral aquelas para servir como travessas, saladeiras e peças maiores tem expressão mínima no acervo do sítio Petybon, reflexo da relação entre formas para servir

e formas para consumo individual, na qual, em geral, as primeiras são menos freqüentes que as segundas no registro arqueológico (LIMA 1997). No entanto, aqui existe uma variante bastante importante: o volume. Para as tigelas, a capacidade volumétrica configurou 14 tipos desta forma, dentre os quais as capacidades volumétricas dos tipos 9 a 13 configurariam recipientes cujo tamanho já denotaria funções de serviço ou consumo coletivo. Esta é uma característica especial da tigela, não ocorrendo em xícaras, por exemplo, que mantém sua funcionalidade para consumo individual. No gráfico abaixo, as colunas cinza correspondem a formas de tigelas possivelmente destinadas e utilizadas para consumo coletivo ou para atos de servir à mesa e as pretas, individual.



A forma conhecida como "tigela" ou "malga", cujo *design* é o da semi-esfera, ou calota, tem uma longa história de consumo, uma tradição de produção e demanda, arraigada à própria história da formação da cidade de São Paulo. Segundo Büchler (2004: 44), "a tigela, materialização da mão que contém, retém, é concebida para ser confortável, aninhando-se quando empunhada". A malga é a expressão "perfeita" do formato básico mais satisfatório para os artigos de louça, o globo, estruturalmente a forma mais forte que uma peça oca de argila pode assumir, na qual as linhas de tensão estão o mais próximo de um estado de equilíbrio (BÜCHLER 2004: 145).

Segundo Symanski (1998: 207), a tigela era comumente utilizada para o consumo de ensopados e alimentos pastosos, como cremes, geralmente sem o auxílio de talheres, como os pratos, sendo o alimento servido diretamente nelas. Câmara Cascudo associa o uso das tigelas e malgas ao gesto, colonial, de sorver as sopas e caldos, enchidas mergulhadas numa terrina ou panela ou através de colheres ou conchas: "pegava-se a malga e era só emborcar na boca, aos sorvos sonoros de proclamado sabor" (1968: 318).

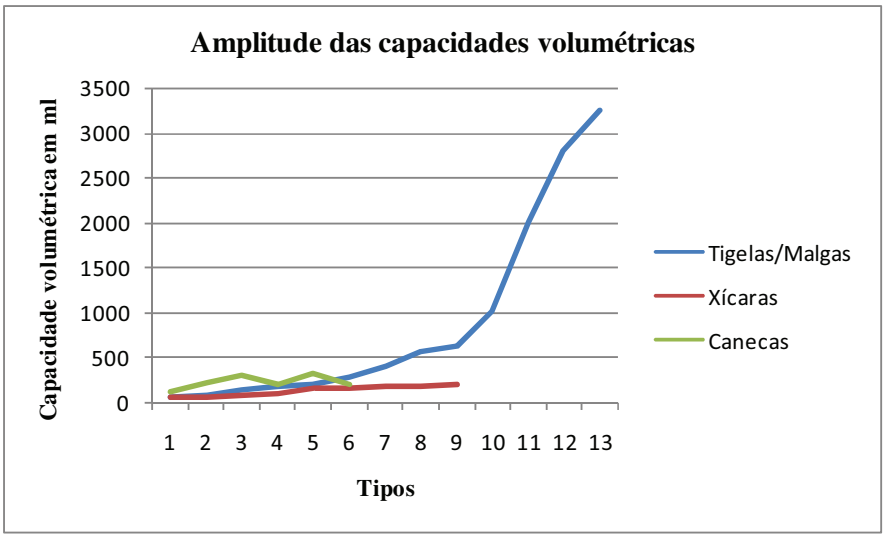
No que concerne à xícara, a forma manteve-se constante ao longo de muitos séculos, apesar de pequenas variedades no tamanho, ora próximo da tigela ora da caneca. Esta "bipolaridade formal", explicada ora pela constância ora pela variedade, seria resultado do diálogo com preferências de consumo, produção e demandas em diferentes épocas (BUCHLER 2004: 30). A proximidade da xícara em relação a algumas das variantes volumétricas da tigela engloba as duas em universos semelhantes em termos de funcionalidade, uso e práticas de consumo. Se formas diferentes podem atingir propósitos semelhantes, um mesmo propósito, ou função, pode ser dado por diferentes formas (SHEPARD 1985: 224).

O que as diferencia talvez sejam as maneiras de usar, as razões e os significados do consumo, e todo o aparato gestual da prática de utilização destas formas, associadas, ao menos para São Paulo, à modernidade, com a xícara, e à tradição, com a tigela, ao menos no que concerne aos planos e projetos de modernidade para a cidade. A presença da alça na xícara, assim como asas e cabos em outros recipientes, colaboram para um isolamento entre corpo humano e objeto, além de acarretar menos derramamentos dos alimentos neles contidos. Isolar o corpo, a mão, do objeto é isolá-lo do alimento, e a forma específica da xícara atinge o objetivo com maior eficácia que a tigela. Com isso, quero dizer que a forma da tigela exerce também um efeito nas pessoas através de sua agência, seu poder social e sua eficácia (GOSDEN 2005: 194). A forma específica canalizaria algumas ações humanas; talvez por isso São Paulo quisesse banir a forma, pois só assim extirparia o hábito colonial de sorver. Impossibilitados de mudar a agencia do objeto, preferiu-se uma campanha contra ele. Não estou, de modo algum, sugerindo que o uso da tigela fosse um só ou fosse normativo; quero, mais do que sublinhar para quê foram feitos os objetos, ressaltar "what they can be made to became" (GOSDEN 2005: 208).

Num período de discursos de hábitos pautados em teses higienistas, a xícara dialogaria perfeitamente com os projetos de modernidade e revisão de comportamentos em São Paulo. Talvez aí esteja também o paradoxo das xícaras fabricadas por colagem em molde único, no interior das quais fica a depressão, na parede, no ponto de encontro da alça com a parte oca, de difícil limpeza (de menor custo, são tidas como produtos de qualidade inferior). Em geral, as alças, compactas, produzidas por prensagem, prensagem isostática ou colagem sólida (como as do Petybon), ainda úmidas, são grudadas no corpo do objeto com a mesma barbotina (AUN 2000: 86).

A coerência formal (AUN 2000: 92) das tigelas, com a variabilidade da capacidade volumétrica dos tipos muito mais ampla do que os de tipos de xícaras, pontua uma forma cujo *design* possibilita usos diversos, tendo em vista o pressuposto de Schiffer e Skibo (1972) de que diferenças no volume estão associadas a diversificação de hábitos, e, portanto, de comportamentos. As tigelas, com seus 13 tipos com volumes calculáveis, sobrepõem-se às possibilidades de usos das xícaras, como se pode perceber no gráfico abaixo. Isto é interessante por possibilitar afirmarmos que, para a Fábrica, a produção das xícaras inseria-se nos discursos da elite, e dos proprietários, para incutir mudanças, nos hábitos da população, tidos como mais "europeus" ou "modernos", já que a xícara não só implicaria num comportamento de consumo, como teoricamente normatizaria um gestual na maneira de consumir líquidos, além de ser uma forma que, em si, possui menos volubilidade no que concerne a possíveis funções, fora daquelas pensadas pelos produtores (seus usos pretendidos), com sua constância e pouca amplitude na capacidade volumétrica de seus tipos, corroborando as políticas disciplinares que se tentavam impor sobre a população da cidade de São Paulo. Diferença, clara, em relação às tigelas, com ampla variação no volume, mostrando que a Fábrica percebeu que a mudança nos hábitos não poderia ser efetuada de modo brusco, já que o consumo de tigelas ainda era bastante alto, para gerar esta demanda e esta produção, e, sendo ente de uma esfera capitalista, a FSC precisou pensar em seus lucros e na venda de seus produtos. Isto acarretava fabricar tigelas para uma população que, tradicionalmente, as consumia, e alinhavar-se a demandas já consolidadas. Daí a co-existência destas duas formas, dividindo funções, no século XX. Pode-se dizer o mesmo das canecas; todavia, apesar da capacidade volumétrica relativamente constante, as canecas são formas novas que estão sendo produzidas em larga escala pela Fábrica e para a cidade, configurando mais uma possibilidade de ação dentro da tentativa de controle do cotidiano dos indivíduos da cidade.

Percebe-se, também, pelo gráfico que, se as xícaras e canecas mantêm-se na linha do consumo individual, a tigela ultrapassa este limite; apesar disso existe uma relação inversamente proporcional entre volume e quantidade de tipos para esta forma, pois mantém-se a mínima variabilidade dos tipos quanto maior a capacidade volumétrica. São as formas para servir ou para consumo coletivo em menor quantidade do que aquelas para consumo individual, relação semelhante àquelas que aparecem no registro arqueológico de unidades domésticas.



A produção das tigelas pela Fábrica indica, portanto, uma demanda crescente pela forma, mas não só. No que concerne a introdução da tigela em louça branca, em faiança fina particularmente, ainda no século XIX, e depois no século XX com a continuidade da produção brasileira, acredito ter ocorrido um processo de *stimulus difusion* (LEVI-STRAUSS 2008: 16), segundo Levi-Strauss e Kroeber, no qual um costume importado funciona como um catalisador, mesmo num contexto de absoluto desconhecimento do mesmo, provocando com sua presença o surgimento de um uso semelhante potencialmente presente, tendo em vista seu papel em satisfazer uma exigência estética e exprimir uma disposição afetiva pressuposta (LEVI-STRAUSS 2008: 17). Ocorre então, com a importação das tigelas no século XIX e XX e o início e fundamentação da produção brasileira no século XX, o que Ana Cristina Sousa (1998) chamou "adequação de comportamentos" no sentido de "incorporação associada à possibilidades de releituras de códigos e comportamentos, tendo na cultura material o elemento mediador".

Mesmo o uso de tigelas importadas deve ter sido incorporado como parte do já existente uso das formas, relacionando-se as suas correspondentes regionais de preparo e consumo de alimentos, talvez causando o mesmo efeito sensorial e emocional (GOSDEN 2005: 208) que as tigelas cerâmicas produzidas em São Paulo. É importante ressaltar que muitos objetos de procedência estrangeira, não são assim considerados ou encarados pelas pessoas; a batata não é européia, era e é importada, e ainda sim, é inglesa, como o chá. Mesmo as tigelas inglesas podem ter sido consideradas itens locais de consumo (GOSDEN 2005: 209) ao invés de forâneos, dada a receptividade e popularidade da forma. Diferente das

xícaras, cujo design, pouco conhecido, quiçá, de imediato, não tenha acarretado este processo, que fez com que fossem mais ressaltadas nas fontes escritas por viajantes, do que as tigelas. Ponto de vista similar é pontuado por Miller em relação a Coca Cola em Trinidad (2002). Como sugere Sérgio Buarque, muitas vezes é o novo hábito ou as novas aquisições que se modificam até o ponto de se integrarem na estrutura tradicional (HOLANDA 1994: 55).

Deste modo, a entrada das malgas em louça branca relaciona-se estritamente ao uso de tigelas em cerâmica, na cidade, há séculos, demanda que, apesar de ter sofrido certa diminuição a partir do final do século XIX (CARVALHO 1999; SYMANSKI 1998) ou completa desaparição como em alguns contextos no início do século XX (COSTA 2003), como mostram alguns trabalhos, cresceu nas primeiras décadas do século XX, talvez devido às mudanças nos padrões de consumo acarretados pela leva imigrante e pela abolição. Quando a Fábrica produziu as malgas, fora para uma demanda crescente pelo produto, para consumidores que não necessariamente compartilhavam um mesmo *background* e certamente usadas em contextos não pensados pela produção. Isto, portanto, só foi possível porque existia uma demanda pela forma e pelas possibilidades dadas pela própria forma, cujo *design* permitia milhares de usos diferenciados, fazendo com que a mesma circulasse entre os universos da alimentação, da higiene pessoal e da decoração, característica acentuada pelas variantes volumétricas encontradas.

A produção e o consumo da malga no período estudado indicam a permanência de práticas associadas a uma forma tão tradicional (como concebe o termo, para as cerâmicas históricas, Monika Therrien, 2004) como a tigela. Seu consumo e a demanda por ele dialogam com a grande maioria da população da cidade de São Paulo, composta de *background* bastante rural: ouso dizer que, num movimento de *ruralização* da cidade, com a migração maciça de populações do campo, imigrantes, camponeses, mamelucos, ex-escravos e seus descendentes, o consumo da tigela ganhou outras proporções no período. Nas primeiras décadas do século XX, acontece significativo êxodo rural em função da constituição das indústrias, momento em que milhares de imigrantes se envolvem com o ambiente urbano trazendo novos hábitos e adquirindo outros (FRANCISCO 2004: 40). Esta formação leva ao estabelecimento do que Martins (2004: 137) chamou "paladar multiétnico", quando práticas alimentares novas se estabeleceram, criando novas necessidades por velhas formas, como a cuia/tigela/malga. Florestan Fernandes (1961: 26) já chamava atenção para a origem rural de grande parte da população urbana em São Paulo, mostrando que a cidade e o

"estilo de vida urbano" na realidade, disponibilizavam condições favoráveis à adaptação a um universo social estranho, permitindo a "sobrevivência" de elementos de cultura tradicionais, cuja inegável importância adaptativa dava estabilidade emocional e moral à personalidade deste novo morador da *urbs*.

Mas podemos ir além. Somados ao dinamismo imanente na tradição (THERRIEN, JAMARILLO PACHECO & SALAMANCA 2003: 141), os hábitos de consumo das tigelas tanto no campo como na cidade, reacenderam ou engrossaram a prática na *urbs* criando um novo corpo coerente de costumes que passou a influenciar, em suas várias relações de poder, o cotidiano da cidade. Se para alguns essa tradição criou sensações de continuidade provendo melhor estabelecimento na (nova) vida na metrópole, para outros possibilitou, de forma mais explícita, que ações assegurassem identidades individuais e reproduzissem uma ordem social e uma diferenciação social(THERRIEN, JARAMILLO PACHECO & SALAMANCA 2003: 141, 156). A produção de tigelas pela Fábrica e seu consumo pela população local permitiu a "renovação de tradições antigas, reforçando e construindo novos laços de solidariedade e ajuda mútua", possibilitando, por exemplo, aos populares, "sobreviver à ânsia demolidora – e acumuladora de capital – da grande burguesia comercial" (CHALHOUB 2006: 148).

Novas formas de morar e viver não eliminaram, de modo algum, as marcas tidas como rurais ou semi-rurais paulistanas, apesar desta rica diversidade cultural não estar no centro das representações hegemônicas sobre a cidade, nas quais prevaleceu o desejo de moldar a vida paulistana segundo um modelo do que se supunha ser uma vida européia (ÉRNICA 2004: 180). Na verdade, estas novas formas de viver eram justamente somatórias e rearranjos de hábitos e práticas pré-existentes e a presença das malgas indica, talvez, um componente rural identificável na cultura material (CHEEK & FRIEDLANDER 1990: 55). As tigelas, neste contexto, construíram a ponte entre "as medidas normativas, centralizadoras do Estado e as iniciativas espontâneas, improvisadas e imprevisíveis das camadas populares" (PINTO 1999: 889). Elas estão no cerne da relação entre os projetos de modernização desenhados pelas elites urbanas a partir das últimas décadas do século XIX (as reformas urbanísticas, as teorias higienistas, os discursos médico-psiquiatricos e jurídicos) com objetivos de impor uma nova ordem social, e a pluralidade das respostas que os diversos grupos sociais articulavam na tentativa de resistir a essas imposições (CUNHA *et alli* 2001: 10).

Se, por um lado, havia pressão para disciplinar, normatizar, e discursos que tentavam imputar nos moradores da cidade outros hábitos, através da fabricação da louça branca como

um ícone de modernidade, por outro, lembro a frase de Said quando diz que "as pessoas não desistem se são expulsas. Elas na verdade agüentam firme, até com mais resolução e obstinação" (SAID & BARSAMIAN 2006: 22). Quão efetivos foram os projetos de modernidade ou a modernidade como projeto? Se, por um lado, fabricar louças brancas ao invés de cerâmicas pode ser interpretado como parte destes discursos normativos, por outro, a fabricação de formas já conhecidas como as tigelas indica a existência de antigos e presentes hábitos. Pode-se considerar ainda que, se, como pontua Symanski (1998), as malgas tenderam a cair em taxa de consumo para o final do século XIX, as políticas das elites urbanas no âmbito de uma modernidade à européia podem ter despertado um senso identitário novo, como aquele proposto por Hannah Arendt (1989), no qual as tigelas foram símbolo de resistência. A Fábrica, apesar de estruturada segundo os discursos modernizadores dos primeiros, seguiu a tendência crescente da demanda por estas formas, causando um novo pico de consumo e produção de tigelas no século XX. É o arsenal da resistência cultural, a cultura como uma forma de memória contra a aniquilação (SAID & BARSAMIAN 2006: 158).

Os projetos de modernidade da República, com uma política disciplinar que acompanhou a urbanização (WISSENBACH 2004: 18), previam pressões drásticas a elementos culturais que perpetuavam o "estado de ignorância e incultura, herdados do passado e da mestiçagem do povo brasileiro" (WISSENBACH 2004: 18), num combate ao que era considerado colonial, tradicional, ultrapassado, baseado em uma visão estereotipada de hábitos europeus associados à modernidade. Projetos de modernidade como aqueles nos quais se inseriam autores como Alcântara Machado, mostram a resistência, posta ao moderno, da persistência de costumes arcaicos meio a cidade que se moderniza, gerando o que Maria Inêz Machado Pinto chamou "modernidade de fachada" na qual, destarte o discurso de alguns, as transformações objetivadas por grupos de elite não se estabeleceram ou não foram meramente interiorizadas, mantendo uma dicotomia arcaico-moderno (PINTO 1999: 886). Os padrões considerados "civilizados" de comportamento e convívio social, progressivamente adotados no universo da elite cafeicultora e industrial emergentes, foram exportados para toda a cidade gerando estes conflitos, tensões e resistências (RAGO 2004: 389). Segundo Rago (2004: 389), "embora a cidade tenha se formado a partir do encontro de várias nacionalidades entre os milhares de imigrantes europeus, migrantes rurais que aqui aportaram, negros ex-escravos e livres que aqui viviam, as elites dominantes procuraram impor autoritariamente seu novo modo de vida, percebido como moderno, tentando eliminar

as diferenças culturais existentes, erradicar hábitos populares vistos como atrasados ou perigosos".

No entanto, se a produção de tigelas era uma verdade, já efetivamente produzidas pela Fábrica, acredito que, se num primeiro momento isto chocava-se ao planos modernizadores das elites paulistanas, pelo menos até os anos 1920, uma nova política estabeleceu-se: a de, realmente, de incentivar sua produção dentro de um plano que se utilizou das concepções de "tempo colonial", gerado no âmago dos processos de colonialismo e modernização, para objetivar o conceito de tradição e enraizar traços culturais num passado distante e num lugar remoto (WILK 1994: 102). Como os objetos têm papel ativo na construção de temporalidades, as tigelas passaram a ser manejadas com o intuito de criar polaridades que conformaram parte de um discurso de poder pautado em noções de tempo, corroborando no plano ideológico, assim, que o hábito de usar tigelas, tradicional, antigo, justificava a ação "colonial", trazendo progresso (WILK 1994: 98-102). Sendo assim, após o fim da era Ranzini-Fagundes na Fábrica, a IRFM, liderada pelos Matarazzo, achou inadmissível, dentro de suas perspectivas, a continuidade da produção de tigelas que aos poucos, somadas às mudanças em práticas de consumo provavelmente a partir de 1922, foram sendo acumuladas nos armazéns por não ter, ou para não ter, mais saída no mercado. Deste modo, as elites também se apropriaram do discurso de um hábito de usar tigelas, da grande parte da população paulistana, especialmente aquela fora dos círculos elitistas, para sustentar um discurso de dominação alocrônico (SYMANSKI 2008).

Esta relação de tempo ainda é sustentada pelos motivos e padrões decorativos das louças produzidas pela Fábrica, uma vez que nas tigelas há presença maciça de padrões florais, mais artesanais, associados ao campo, pintados à mão livre, enquanto que em formas como os pratos a decoração é moldada, standard e industrializada, fruto de um "progresso" e suposta modernização em técnicas de fabricação de louça branca. Falta ressalvar, no entanto, que este é um discurso da elite e que pode nem mesmo ter sido sentido, diretamente, por aqueles que consumiam as tigelas, cujos *backgrounds* e visões de mundo eram totalmente alheios aos signos, códigos e sistemas de referências da cultura do consumo do capitalismo industrial e financeiro (SYMANSKI 2008) e por ter acontecido, muitas vezes, que esse discurso simplesmente, e para usar uma expressão bem brasileira, "tenha dado com os burros n'água".

Ao mesmo tempo em que dialoga com as xícaras, as tigelas competem também com os pratos e com outras formas, como as terrinas, as jarras, as sopeiras e outras com maior

capacidade volumétrica e com papel de serviço ou consumo coletivo. Neste sentido, ao mesmo tempo em que a FSC produz formas que apontavam para uma complexificação da refeição, associada à variabilidade formal, produziu tigelas, que possibilitavam competição com qualquer outra das formas, fazendo com que um aparelho inteiro de jantar pudesse ser composto apenas por elas. A grande variedade de formas e tamanhos de louça produzida pela Fábrica refletiu e foi reflexo, assim, uma nova etiqueta que se pretendia estabelecer, e uma segmentação crescente da mesa que servia tanto como um campo de treinamento para a nova ordem do capitalismo industrial como reforço e reafirmação do mesmo (LUCAS & SCHAKEL 1994: 29).

A variabilidade dos tipos e formas de cerâmicas fabricadas apontariam para um crescimento na preocupação da especialização funcional dos serviços de mesa, segmentando e compartimentalizando práticas, e reforçando um comportamento estandardizado e rígido (LUCAS & SCHAKEL 1994: 33). A introdução, e produção, destas formas (pratos, saladeiras, sopeiras, xícaras, etc.), destes objetos, na sociedade disciplinar teria como objetivo ordenar comportamentos em mentes vistas como "desordeiras"; como mostra Mark Leone, as técnicas, ou disciplinas, associadas a estes objetos definiam um "comportamento normal" como o resultado da internalização da disciplina, aprendida pelo uso da cultura material pautada na rotina (LEONE 1995: 260). A persistência de formas associadas a consumos tradicionais, como as tigelas, artefato que em maior abundância foi produzido pela Fábrica, com tal amplitude de volumes e, conseqüentemente, possibilidades de uso, poderia ser vista, portanto, como uma persistência, uma resistência e um hábito já bastante arraigado, bastante tradicional.

Se as novas formas produzidas pela Fábrica, desconhecidas de grande parte dos consumidores da cidade, fazia parte de planos de adequação de comportamentos, então se pode pensar em tigelas como formas tradicionais que resistiam, ou reagiam, às novas políticas normativas da sociedade disciplinar. Vejo, aqui, a cidade como palco de luta onde as elites e seus "projetos disciplinadores" tentaram criar mecanismos de controle não apenas sobre o espaço urbano, mas sobre as pessoas que nele viviam (CUNHA *et al.* 2001: 32). Primeiramente, é a Fábrica percebendo que produzir formas pelas quais não há demanda é uma contradição da qual o próprio capital não daria conta; além disso, são consumidores reagindo, pela demanda, às tentativas de normatização de comportamentos através da cultura material produzida pela Fábrica, que se inseria em projetos de modernidade de uma parte das

elites dominantes. Quando a Coca mudou sua embalagem, o consumo nos EUA caiu tanto, perdendo para a Pepsi, que a empresa voltou atrás (MILLER 2002).

A disponibilidade de abastecimento de bens é importante para criar novas práticas no cotidiano, mas também é necessário para criar uma demanda por estes bens; como apontou Schakel (1996: 123), abastecimento não cria demanda, mas, sim, uma nova ideologia em relação ao consumo e uma compartimentalização do cotidiano para que se estabeleça uma mudança nas práticas do consumidor. Despejando no mercado milhares de louças com novas formas, acompanhadas das velhas formas ainda utilizadas, a Fábrica arquitetava os planos de mudança de práticas tidas como menos "civilizadas" ou "modernas", resguardando suas características enquanto centro produtor que visa um lucro que é pautado, todavia, nas necessidades e nas demandas pré-existentes dos consumidores da cidade.

Do mesmo modo, quando a literatura, sejam de historiadores ou antropólogos, mostra que estes projetos de modernidade previam mudanças nos hábitos e nos comportamentos, eles não necessariamente mostram como estas mudanças e estas práticas dialogam com a cultura material, e que cultura material seria esta. A retenção de artefatos fora de "moda" e a continuidade do uso de antigas tradições culturais podem ser vistos como uma norma cultural standard encontrada entre aqueles que não aceitaram, ou não aceitariam, as novas normas modernas que se queriam impor (SCHAKEL 1996: 138). Assim, ao mesmo tempo em que as tigelas podem ser vistas como a persistência de hábitos coloniais ou mais rurais na cidade cosmopolita, elas também poderiam ser vistas como fazendo parte destes próprios hábitos cosmopolitas e modernos, ao invés de serem consideradas "intrusivas" ou "anacrônicas". Somente analisando e escavando mais contextos deste tipo estaremos aptos a descrever a cultura material destes hábitos que se estabelecem no começo do século XX. Dados arqueológicos podem ajudar a revelar os índices de aceitação de novos bens de consumo e novas idéias (SCHAKEL 1996: 133).

Há que se pautar, ainda, que se os discursos sobre estes novos hábitos e os estímulos a mudanças nas práticas de consumo planejavam uma disciplinarização dos comportamentos, é preciso saber se ocorreu, realmente, uma mudança nestas práticas ou se existiram resistências, persistências, etc. A relação entre os pratos e as malgas é interessante neste sentido. Para a teoria do *design* industrial, "é provável que o prato – especialmente aquele com borda chata característico da civilização moderna – tenha tido sua origem em culturas que comem sobre mesas, pois é preciso mantê-lo estável e firme durante o uso" (BÜCHLER 2004: 43). Todos os pratos do sítio Petybon, a exceção dos pratos de sobremesa (e dos pires),

contém aba, visto que se adaptariam melhor "aos nossos costumes alimentares, devido aos instrumentos de que dispomos para comer, os talheres. A aba sustenta os talheres, mantendo-os posicionados, impedindo que deslizem para o centro do prato, 'sujando' com a comida o cabo que seguramos" (AUN 2000: 77).

Os 17 tipos de prato produzidos pela FSC, com tamanhos variados, indicam uma popularidade da forma e crescimento da segmentação dos serviços à mesa; os pratos implicam em consumo individual, de um prato por pessoa, indicando uma etiqueta que reforça a segmentação (SCHAKEL 1993: 5; SCHAKEL 1993: 130). Segundo Schakel, no século XIX, no processo de ritualização das refeições, o prato passa a ser um veículo, na classe média americana, para apresentar as refeições, tornando-se símbolo físico manipulado como parte de um ritual (SCHAKEL 1996: 174). Para o autor, os pratos eram vistos como itens disciplinares e, no contexto de Cheasepeake, artefatos que refletiam mudanças sociais entre os grupos mais ricos e um modo das elites de se diferenciarem daqueles e de outros grupos em períodos de instabilidade social (SCHAKEL 1993: 85). No caso da elite carioca no século XIX, o jantar passou a ser considerado um importante dever social, regido ritualisticamente por regras quase imperceptíveis (LIMA 1995: 138). Para Huddleston e Poplin (2003: 2), os pratos seriam reflexo de novos conceitos de individualismo e privacidade no cotidiano, mas pensar nas apropriações e usos dos pratos, por exemplo, por famílias operárias de São Paulo, nas quais o conceito de individualismo estava quase que fundido ao conceito de coletivo, de comunidade, mostraria a relação que se desenrolou neste contexto específico entre um *habitus* e a cultura material. Com o século XX, excetuando as horas da "cachaça social no botequim da vizinhança", o jantar e o convidar os amigos para jantar popularizou-se como forma de cumprir os deveres cotidianos de solidariedade (CHALHOUB 2006: 229), também como tática de sobrevivência dos grupos populares.

Os pratos, portanto, e teoricamente, indicariam um comportamento: o do uso da mesa para as refeições, assim como do uso dos talheres. Na França, a disseminação dos pratos rasos deu-se apenas no século XIX, assim como o uso dos talheres, vistos como sinal de civilidade (LIMA 1995) ou parte de um processo civilizador (ELIAS 1994). No entanto, sabe-se que os talheres eram algo caro, pouco populares no Brasil (como são ainda hoje em algumas regiões do país). Logo, não podemos pressupor a relação direta talheres – pratos. Análises de marcas de uso vêm de encontro a estas problemáticas; Griffith (1998) demonstrou como muitas das marcas que se imaginava serem de garfos seriam colheres, rompendo, portanto, com normas que implicariam apenas no uso de garfos para refeições

sólidas. Há que se ter em vista, assim, a diferença entre os discursos e as práticas, o êmico e o ético nos modos de utilização da louça: as invenções e re-invenções dos agentes sociais no cotidiano a partir dos *habitus* enquanto princípios geradores de práticas distintas e distintivas, como pontuou Bourdieu (2008: 22).

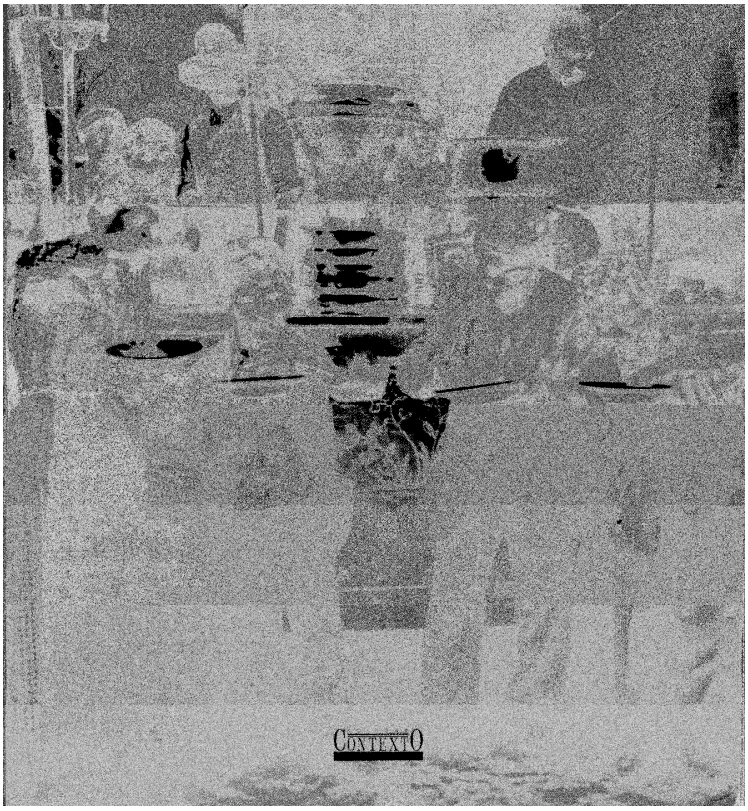
Koguruma (1999: 83) apontou, por exemplo, a existência de inúmeros ritmos sociais sobrepostos a experiências de um cosmopolitismo conflituosos na metrópole, e que é necessário perceber as especificidades retóricas dos discursos de modernidade da cidade entre o final do século XIX e o começo do XX. Para o autor, subjaziam sob a aparência de "aburguesamento" da urbe paulistana, ritmos marcados por outras clivagens e outros fluxos que a documentação oficial abafa. Quando usamos conceitos como "europeização" temos que ter em mente que, pautada nos discursos de cronistas e memorialistas, isto não eliminou certos aspectos na cidade que já existiam desde o período escravocrata (KOGURUMA 1999: 87). As boiadas continuam passando, assim como os leiteiros em domicílio, ainda nos anos 1950, como mostra a fotografia abaixo:

Leiteiro à domicílio nos ano 1950 (GAMA 1998: 85)

A existência de práticas "ruralizadas" e "urbanas" coexistia na urbe paulistana (KOGURUMA 1999: 91), conformando experiências vividas por todos os habitantes da cidade, com maior pertencimento nos setores menos favorecidos, mas não só. Estou falando das criações de animais nos palacetes da Avenida Paulista, por exemplo, porcos e galinhas que deixavam vislumbrar um ambiente que, por vezes, sedento por mascarar o que considerava "colonial", montava discursos que não tinham fundamentação no mundo

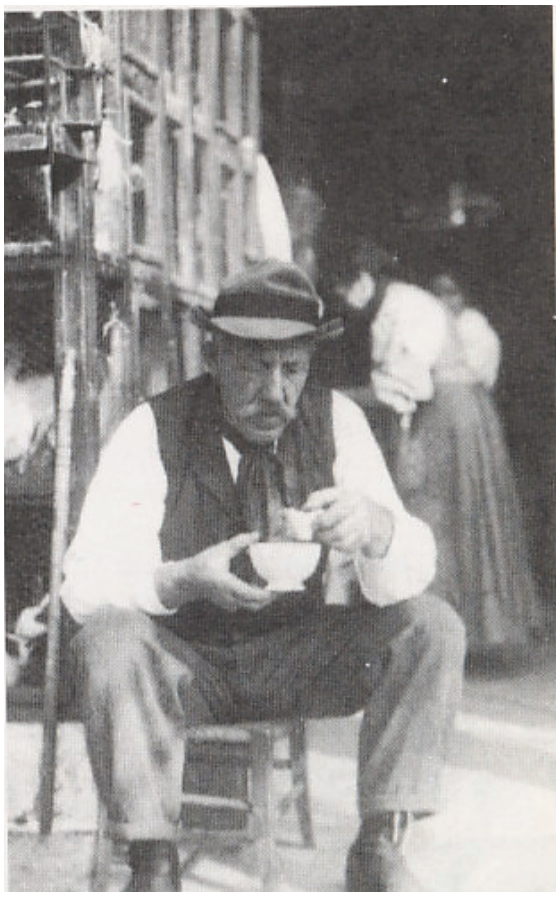
empírico. Se havia um investimento em xícaras para aqueles momentos cerimoniais públicos, a casa de elite poderia, no dia a dia, ainda estar sorvendo caldos em tigelas, utilizados os pratos com a mesma freqüência que estas. O triunfo de uma aparência para a cidade, forjada muitas vezes pelo comércio e pela propaganda (PINTO 1999: 66) faz, por vezes, com que se esqueça da relação entre o que é dito e o que é feito (o exemplo mais clássico em arqueologia histórica que mostra esta intrínseca relação são as pesquisas do *Garbage Project* de William Ratje).

A fotografia abaixo, capa do livro *Os Italianos*, de Fábio Bertonha (2005), que aborda a história da imigração italiana, ilustra bem, para além das "margens de manobra", o papel do *habitus* como senso prático articulado entre os agentes, os "sujeitos", e as estruturas cognitivas duradouras e esquemas de ação (BOURDIEU 2008: 42): caminhos alternativos de ação (SAID 2005: 35), idéias e valores articulados numa histórica acumulada (SAID 2005: 45). Não apenas come-se em pé, mas se segura um prato com uma mão e com a outra se pega o alimento – não existe mesa ou talher, um uso que, com certeza, não foi, de forma alguma, aquele pretendido. Não deixo de pensar em que marcas de uso seriam encontradas neste prato; se não encontrarmos nenhuma, assumiremos que ele imediatamente não foi usado?



Para Norber Elias (1994: 133), as problemáticas em torno do uso do garfo vão para muito além da explicação "racional" de que comer com a própria mão, ou tirar do próprio prato o alimento com a mão, é anti-higiênico; segundo o autor, estudando nossos sentimentos em relação ao ritual do garfo, este tipo de talher nada mais seria que "a corporificação de um padrão específico de emoções e um nível específico de nojo" (ELIAS 1994: 133). Para a São Paulo da época, comer com os dedos, ainda que praticado pela maior parte da população, deveria "chocar" alguns, devido a uma série de tabus que se foram criando, por uma pequena parte das elites, institucionalizando o desagrado a partir de um dado ritual e normatizando formas de conduta. Associado a formas tradicionais de comer, o hábito foi, e é, cada vez mais, considerado "bizarro", apesar do paradoxo de ainda comermos bolos e pizzas com as mãos...

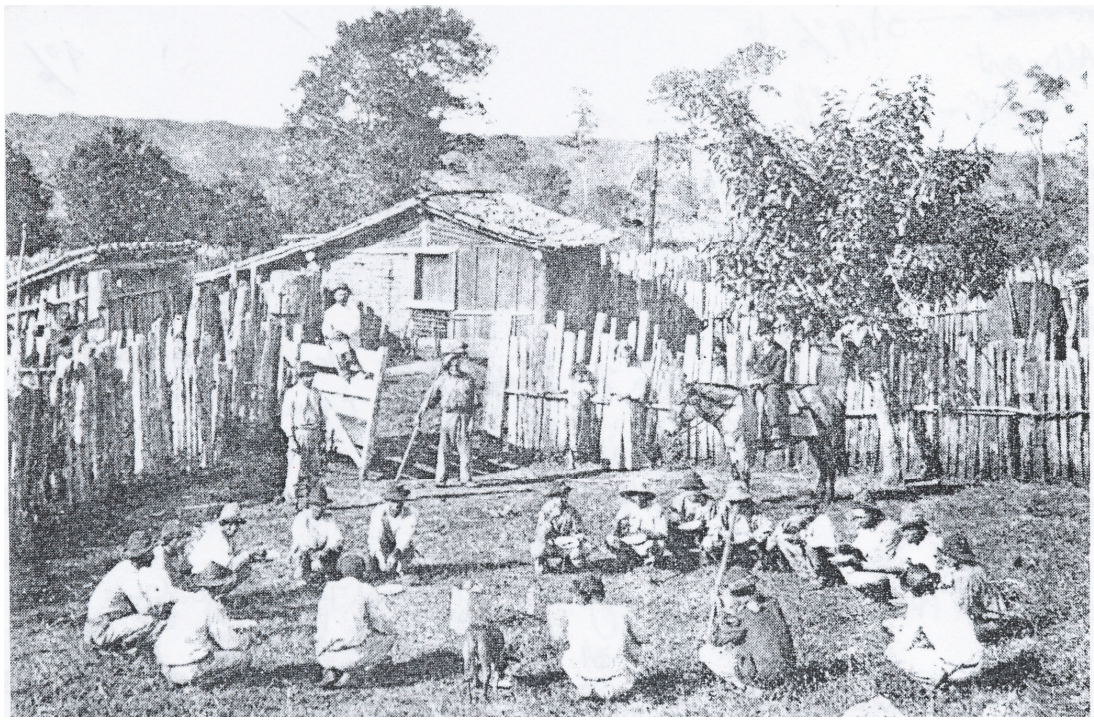
A fotografia abaixo, de Vicenzo Pastore, o fotógrafo dos "tipos humanos" da cidade (REZENDE 2002: 3), mostra um vendedor de galinhas, na rua 25 de março (ainda considerada o "mercado caipira"), durante os anos 1920, comendo numa malga, com forma muitíssimo semelhante a produzida pela Santa Catharina. Nota-se que ele segura algum pedaço de alimento mais sólido. Inclusive, a maneira com que pega a tigela é semelhante aquela existente na produção e na esmaltação, que deixaria digitais nos lábios e base.



Tigelas do sítio Petybon. Nota-se a semelhança formal, em especial nos detalhes do pedestal na base, com a forma da foto ao lado.

Vendedor de galinhas no mercado da rua 25 de Março (Vicenzo Pastore / Acervo Instituto Moreira Salles)

Por fim, a imagem abaixo mostra, nos anos 1910, nos arredores do centro da cidade, a ainda São Paulo rural com um almoço no campo. O ritual caracterizava-se pelas pessoas dispostas em círculo, agachadas, segurando os pratos com a mão, distante da "moderna etiqueta" ou dos usos pretendidos que se pensava para os pratos. A fotografia, no entanto, mostra mais. Ela mostra como o repouso, enquanto arma contra o cansaço, no período de parada do trabalho, tem dimensões psicológicas, biológicas e sociológicas como afirma Bastide (1983: 88). Já que as técnicas de repouso não são "naturais", mas adquiridas desde a infância, agachar para almoçar ou para repousar indica que comer sentado foi uma imposição do abandono de uma posição "natural" na criança, por exemplo. Mauss chega a distinguir a humanidade entre os sentados (em assentos) e os agachados (BASTIDE 1983: 100). Se comer em pé ou comer agachado estava sendo visto, em São Paulo, como uma prática a ser combatida, eminentemente rural ou não "civilizada", é porque uma prática cultural passou a ser imposta inclusive sobre a fisiologia de certos grupos sociais da cidade, coagindo-os, através de todo um aparato disciplinar, a aceitar uma determinada visão de mundo de um grupo específico (o discurso modernizador das elites paulistanas), indo fundo numa biopolítica de "domesticação dos corpos", como disse Foucault (1984).



(Reconstituição da Memória Estatística de São Paulo, v. II)

Detalhe da imagem acima: prato branco no chão

Detalhe da imagem acima: pratos brancos, um com, aparentemente, um talher dentro

4.1.1 - O ritual do cafezinho: hábito de sociabilidade com xícaras e tigelas

Chá! Que asneira! Chá é água morna!
(Aluísio de Azevedo, **O Cortiço**, 1891)

Afinal... Para quê as xícaras e as tigelas? Que uso elas ganhariam? O que seria nelas colocado? Há grandes probabilidades, para a República Velha, quando pensamos nele: o café.

O consumo do café como bebida, e o hábito de tomá-lo nas e entre as refeições, está associado, fulcralmente, à expansão ultramarina européia, 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 (MARTINS 2008: 10). Diferente do chá, resultante do fascínio pelo extremo Oriente, o café é fruto do mundo árabe. O hábito de tomar café como bebida prazerosa, e o nascimento do ritual, em caráter doméstico ou coletivo, deslanchou a partir de 1450 (MARTINS 2008: 21). Coube, no entanto, à Turquia o pioneirismo do "hábito do café" como bebida popularizada e ritual de sociabilidade (MARTINS 2008: 21-22). O modelo da primeira cafeteria do mundo, a Kiva Ham em Constantinopla, espalhar-se-ia como ponto de encontro e lugar de convívio social, atestando a ampla difusão da bebida e sua função celebrativa advinda de seu teor estimulante. De bebida a lugar, a propagação dos Cafés carregava, em si, o caráter "agregador, estimulante à troca de idéias", liberador da "comunicação entre os homens, que passaram a consumi-lo em lugares públicos" (MARTINS 2008: 28).

A Inglaterra foi o primeiro lugar a cultivar os cafés públicos, ainda no século XVI; no entanto, já no século XVIII, o chá tornara-se forte concorrente, um poderoso instrumento de sociabilidade no país. Avançando mais e mais como demanda do mercado interno inglês, o equipamento que envolvia o consumo do chá foi se especializando na Inglaterra, com a substituição das malgas "por xícaras com asas e seus indissociados pires..., em decorrências das tigelinhas serem consideradas extremamente desconfortáveis" (LIMA 1997: 97). Diferente do que ocorreu no Brasil, lá, a partir de 1820, as xícaras com alças substituíram de vez as pequenas malgas que, segundo Lima (1997: 99), deixaram de ser fabricadas, para consumo europeu, em meados do século. Junto do chá foi introduzido, na Inglaterra, todo o equipamento utilizado na China para seu consumo (LIMA 1997: 95). Entretanto, devido à existência de outras bebidas quentes, como o próprio café, e o chocolate, vindo das Américas, o equipamento de chá chinês, em princípio os bules, as tigelas e as xícaras, se adaptou bem também ao consumo destas últimas, passando a compartilhar, com elas, as mesmas funções. Tem-se aí o crescimento das demandas por faianças finas e porcelanas, à medida que se expandia o consumo destas bebidas quentes, concomitantes ao florescimento das fábricas de cerâmica branca em toda a Europa durante o século XVIII.

A parafernália que deu suporte ao hábito de tomar café, e ao ritual do cafezinho, composta pelas mesmas formas que as para o chá – quiçá, em tempos remotos, havendo especialidade em termos de tamanho (o que teria originado os já obsoletos termos "xícara de chá" e "xícara de café") –, teve maior expressividade no Brasil do que, por exemplo, nos locais onde teria primeiramente se estabelecido, como na Europa. Isto mostra que nem sempre a intensidade de um fenômeno é maior em sua área nuclear, tendo visto que o Brasil tornou-se, posteriormente, um dos maiores consumidores, e produtores, de café do mundo. Hoje, no planeta, é a bebida mais consumida depois da água, com 400 bilhões de "xícaras"/ano (BASTOS 2009: 24). Foram proliferando novas volumetrias de xícaras e de tigelas, como aquelas do Petybon, e o consumo e uso de práticas relacionadas às louças e às bebidas quentes só fez crescer a demanda por cerâmica branca, acarretando na abertura de tantas outras fábricas de faiança fina na cidade, neste período, que fabricavam outras tantas formas semelhantes.

O acervo do sítio Petybon mostra, por exemplo, a entrada maciça das canecas na aparelhagem, representadas por seis variantes volumétricas. Data dos tempos da *belle époque*, portanto, o nascimento do costume, hoje já bastante consolidado, de tomar café, e outros estimulantes, também em canecas. Este é um exemplo de que a complexificação de rituais

nem sempre está associada à maior variabilidade de formas específicas, mas pode estar associada à maior variabilidade de tipos de formas e de volumes, permitindo maior gama de ações que o consumidor pode efetuar dentro de um ritual. É preciso estar atento a isto no registro arqueológico também das unidades domésticas, do contrário, cair-se-á numa simplificação da análise estética e formal do material arqueológico, e da cultura material dos usuários de determinada ocupação, inferindo que uma menor variabilidade de formas "simplificou" o ritual.

O material do sítio Petybon traz, ainda, outra relação percentual no que concerne a estas formas, uma vez que as tigelas são a maioria, seguidas das xícaras, enquanto os pires têm uma expressão bastante módica no registro arqueológico (aproximadamente apenas 2% do total do acervo), sugerindo que não haveria uma relação rígida entre a presença de xícaras e o uso dos pires. Mesmo porque, e até hoje, os pires vão perdendo importância, sendo aquelas formas que ficam guardadas nos armários, pouco freqüentes em alguns registros arqueológicos do século XX devido a pouca freqüência de uso, diferente das xícaras. Lima (1997: 111) classifica os pires também como formas para sorver, assim como malgas e xícaras. Sua ausência parece indicar, portanto, a pouca expressividade do hábito de usá-los com esta função nesta primeira metade do século XX paulistano.

Com o crescimento das culturas de chá nas colônias britânicas, o século XIX teria assistido, na Inglaterra, um declínio das casas de café (*coffe houses*) substituídas pelas casas de chá (*tea gardens*) (LIMA 1997: 95). Os britânicos consumiam 700g de chá per capita em 1840 e 2,6kg nos anos 1890. "Enquanto os britânicos abandonavam as poucas xícaras de café que bebiam, para encher seus bules com chá da Índia e do Ceilão (Sri Lanka), os americanos e alemães importavam café em quantidades cada vez espetaculares, notadamente da América Latina" (HOBSBAWM 2007: 97). Isto não significa o fim da relação dos ingleses com o café, uma fez que cada vez mais, no Brasil, estreitou-se a relação entre a Inglaterra, os banqueiros ingleses, a escravidão, as ferrovias e a cafeicultura; mas coube, desta vez, à França eternizar o modelo com os cafés parisienses que chegaram à casa dos milhares (MARTINS 2008: 33). Esse crescimento na demanda européia fez com que o plantio de café fosse desenvolvido em colônias na África, chegando ao Novo Mundo, ainda no século XVIII, no Suriname, Cuba, Santo Domingo, Porto Rico e Guiana (MORELI 2000). Com o século XX e a invenção da cafeteira, o café passou a estar cada vez mais ligado ao mundo da fábrica, do trabalho, da racionalização do tempo; é o mínimo tempo de repor as forças no mundo capitalista que se estabelece tanto nos centros urbanos como no campo. José de Alencar

(1998: 172), no romance *Lucíola*, referindo-se a uma moça pobre, dizia que "Já não dormia; sustentava-me com uma xícara de café".

O café entra no Brasil ainda no começo do século XVIII através da introdução das primeiras sementes no Pará, mas no final do século XIX, era pouco popularizado e pouco comercializado, sendo o hábito de bebê-lo tido como sofisticado, oferecido como droga exótica e de luxo para mesas elegantes (MARTINS 2008: 44). Mas não é preciso dizer que com o século XIX o café, bem adaptado ao clima do país, começou a ser plantado em extensas lavouras, especialmente no Rio de Janeiro, pautado num crescente mercado consumidor americano e europeu pelo produto. Associado à mão de obra-escravista e aos grandes latifúndios, o café foi centro de um capítulo da história do país bastante importante e conhecido, com inúmeros estudos, sem necessidade de nos aprofundarmos aqui. Em São Paulo, o café entrou timidamente nas práticas de cultivo em meados do século XIX, mas a intensificação do plantio deu-se apenas após a abertura dos portos e o fim do bloqueio continental. No final do século XIX, o Brasil já era conhecido como a "República do Café".

Segundo Martins (2008), nas crônicas sobre São Paulo colonial, o café era ainda referenciado apenas como plantio e não como bebida; com o final do século XIX, o hábito de tomar café começou a popularizar-se, seja o café acompanhado de pinhão ou milho verde como narram viajantes, seja a partir dos quiosques e quitandeiras nas ruas (MARTINS 2008: 181). Já no século XX, o café, nos Cafés, fazia parte da "média com pão quente" cujo equipamento compunha-se simplesmente de uma xícara, para o café, e um prato de louça, para o pão (MARTINS 2008: 183). A combinação rendeu o poema *Trem de Ferro*, de Manuel Bandeira, de 1936, que chama atenção para o hábito, mas também, pautado na sonoridade, para o ritmo e a velocidade, do trem e do trabalho, que se firmavam na cidade, ao que estava associado o café e o ato de consumi-lo. Reproduzo um trecho:

Café com pão
Café com pão
Café com pão

Virgem Maria que foi isto maquinista?

Agora sim
Café com pão

Agora sim
Café com pão

Voa, fumaça
Corre, cerca
Ai seu foguista
Bota fogo
Na fornalha
Que eu preciso
Muita força
Muita força
Muita força

Ao que parece, no começo do século XIX, quando a bebida ainda não se tornara hábito, porque o grão era caro, com produção restritiva, a elite rural, e a elite urbana que se formava, utilizou-se do ritual do café, com algumas normas já estipuladas em manuais de civilidade, para o estabelecimento de uma etiqueta social fundamentada em códigos diferenciadores em termos de status social e hierarquia, uma vez que, a população, em geral, ainda dava preferência ao chá, bem mais barato, importado diretamente da Ásia ou produzido nas terras da antiga fazenda de Arouche Toledo Rondon, atualmente onde se localiza o Viaduto do Chá (MARTINS 2008: 181). Segundo Cascudo (1968), o café passou a ser consumido depois das refeições, acompanhado de tortas e bolos. Para Sevcenko (1992: 83), nos anos 1920 a infusão estimulante mais tradicional ainda era o chá, muito associado "ao desjejum e ao relaxamento pós-atividade, segundo cerimônias morosas, típicas de um mundo pré-industrial e de menos densidade urbana". Já o café desde cedo foi associado ao ritmo do trabalho, à vida moderna e à cidade e, para o autor, a associação da São Paulo com o café alcançou amplitude simbólica poderosa. Das últimas décadas do século XIX até os anos 1920, o Estado de São Paulo controlava quase 70% de todo o mercado mundial do grão; e o café tornava-se cada vez mais a bebida republicana por excelência (SEVCENKO 2000: 56). O hábito de tomar café conheceu novo impulso quando o ritmo ditado pela produção das fábricas, pelo horário do trem, pela racionalização do tempo, passou a estruturar a sociedade, com função, e sensação, de repor as energias (MARTINS 2008: 33). O final do século XIX e, em especial, o século XX assistiu a associação do café com um imaginário alimentado em

torno do moderno: o cinematógrafo, os teatros, a eletricidade, os bondes, o telefone e o automóvel (DOIN, NETO, PAZIANI & PACANO 2007: 94), opondo o "tomar café", fruto do progresso, da modernidade, da nova metrópole que se estabelecia e de sua pujança material, ao "tomar chá", cada vez mais considerado "colonial" e "tradicional" de forma a ser "ultrapassado" pelos novos tempos. Rudyard Kipling (2006: 86) não deixou de perceber a associação do ato de beber café, de aceitar o café como sinal de sociabilização na residência de outrem e da velocidade do ritual, na São Paulo de 1927, quando anota que "não se podia obter muita informação durante uma visita por uma xícara de café".

O café, no entanto, não parece ter feito distinção entre os diferentes grupos sociais da cidade. Joaquim Floriano de Godoy, senador do Império, em 1875, ressaltou "o café no uso doméstico da classe menos abastada e até da proletária; hoje se pode considerar este gênero como artigo de alimentação necessário para os habitantes de ambos os hemisférios" (MARTINS 2008: 79). O suíço Tschudi (1953: 47), em viagem ao Brasil entre 1857 e 1866, dizia que "o consumo do café dentro do próprio país é considerável, pois todo o mundo saboreia várias vezes por dia essa bebida nacional, seja rico ou pobre, moço ou velho, patrão ou empregado". Por fim, Koseritz (1972: 25), em passeio pela Baía de Guanabara, no Rio de Janeiro, em 1883, registra em seu relato de viagem que "antes de entrar na barca, a audaciosa tentativa de tomar café no botequim do trapiche, o que conseguimos mais ou menos, apesar de que o produto era horrível, para uma região onde de mesmo os pobres bebem excelente café".

Para Sevcenko, a industrialização na Europa e nos EUA, e a revolução científico-tecnológica ocorrida nos anos 1870, transformaram o mercado de produtos primários, gerando uma demanda crescente por estimulantes de origem tropical, "indispensáveis à adaptação das populações urbanas aos novos ritmos mecanizados. Eis como um produto obscuro, de escasso reconhecimento e pouco consumido como o café, de repente se tornou gênero indispensável às condições da vida moderna" (SEVCENKO 2000: 77). Não foi sem razão que Joseph Love fez a associação da cidade com a bebida em *A Locomotiva*. Ocorreram mudanças nas práticas alimentares afetadas pelas transformações econômicas e populacionais geradas pela cafeicultura e a mais óbvia delas foi a substituição da bebida cotidiana, "iniciava-se o reinado do café nas xícaras, copos, canecas e cuia dos paulistas" (MARTINS 2004: 133). Na São Paulo que se configurou como a construção avessa aos velhos cenários e aos velhos costumes do Brasil oitocentista e rural (PINTO 1999: 62), o combate e a ênfase no consumo, e nas práticas arraigadas a eles, do café em detrimento do chá teve reflexo nas

formas produzidas pelas fábricas de louça em todo país. No entanto, a substituição do chá pelo café no Brasil não chegou propriamente a ser uma disputa, visto ter ganhado o café uma amplitude que o chá nunca alcançou, criando um mercado consumidor e práticas de consumo inimagináveis para uma bebida exótica pouco conhecida até o século XIX. No entanto, algumas tensões foram, sim, geradas.

Quando João do Rio narra o episódio abaixo:

- *Vamos tomar café?*

- *Oh! Filho, não é civilizado! Vamos antes ao chá!* (1911: 84)

referencia-se a um episódio bastante paradigmático, segundo O'Donnell (2009): a rejeição do café e a sugestão pelo chá, no período no qual o café era o baluarte da economia nacional, "nos remete a uma tentativa de substituição mecânica de uma tradição nativa pela outra alheia ao sistema simbólico nacional, mas em sintonia com a cartilha de civilidade (...) O brasileiro, acostumado à informalidade do café, defrontava-se com a pompa das louças e biscoitos finos que, ..., impunham a criação de um novo espaço social" (O'DONNELL 2009). No século XX, os Cafés da Paulicéia tornaram-se os espaços de sociabilidade por excelência, a exemplo do Café Guarany, ponto de encontro da intelectualidade paulistana, de distribuição de periódicos (MARTINS 2008: 182-183), e mesmo de fechamento de negócios, pois foi nele, devo lembrar, que o contrato entre os Ranzini e os Fagundes foi fechado para inauguração da Fábrica de Louças Santa Catharina em 1913.

Tensões, igualmente, surgiram entre o café e a cachaça, uma vez que o café era encarado como a bebida da sobriedade, que desperta para o trabalho, para o estado de vigília e vence o sono, em contrapartida às bebidas alcoólicas como a aguardente e a própria cachaça (CAMARGO 2009: 6). As transformações e guinadas de velocidade do século XIX, pediam drogas potentes e baratas: se por um lado, a maximização do efeito, a aceleração, o arrebatamento e o preço baixíssimo da cachaça criaram novas qualidades de embriaguez, por outro, o café criou novas formas de sobriedade (CAMARGO 2009: 7). Daisy Camargo mostra, assim, como na cidade de São Paulo foram configurando-se os lugares de "sociabilidade sóbria", os Cafés, e os de "sociabilidade efusiva", as Tabernas, seguidas das tentativas variadas de combates a estes estabelecimentos pelo poder público, vistos como locais de "diversões perniciosas" (CISCATI 2001: 52). Consolidava-se cada vez mais a imagem do paulistano ao café e ambos ao trabalho, como uma característica inata que se opunha ao malandro carioca, por exemplo (CISCATI 2001: 81).

Atento ao papel da gastronomia como universo de conflitos, tensões, disputas, não foi sem intenção que Michel Onfray, no final do século XIX, descrevendo a cozinha, a associou a presença do que chama "líquidos de guerra", a cozinha dos deuses, considerando o chá como a bebida da imortalidade, o café como a bebida sublime e o chocolate como a bebida do guerreiro. Se o chá era de origem budista e o café de origem muçulmana, já o chocolate seria o emblema de uma civilização pagã, Maia e Asteca, então considerada uma bebida de guerreiro, tomada por aqueles que iriam aos combates. Para Onfray, se o chá e o café exacerbavam as capacidades espirituais e cerebrais, o chocolate avivava o erotismo, por isso muitas vezes alvo de críticas, especialmente por parte da Igreja (SANTOS 2009).

Câmara Cascudo, por outro lado, afirma que, apesar de sinônimos funcionais em termos de pretextos para recebimento social, no Brasil, o chá não chegou ao uso popular, e quem tomava chá era porque estava doente, "bebida de gente ilustre" (CASCUDO 1968: 342). O café, o chá e o chocolate eram recomendados, no Brasil colônia, para o combate à doenças venéreas, e o café, sem açúcar, era dado aos escravos como fortificante (LEAL 2005: 45). Em *Atrás da Catedral de Ruão*, conto de Mário de Andrade (1993: 50) a personagem Alba "vivia resfriada na exigência das blusas brancas. Chegava afrosa, nariz vermelho, pingando. Lúcia lhe propunha logo um chá, mas com bastante rum 'pour avoir des rêves'".

No período do século XX abordado por este estudo, a primeira metade, sem dúvida era o café a bebida de bares, a bebida consumida em casa, em tigelas, xícaras e até pires. Conformava-se como a bebida nacional, por excelência, no âmbito da construção das identidades no Brasil República. A presença do café no cotidiano brasileiro só se tornou mais intensa com o decorrer do século XX, a ponto de, a partir da segunda metade, mesmo o copo de vidro ter entrado como parte da cultura material e dos equipamentos utilizados para o consumo do café, coisa que foi praticamente nula na primeira metade do século. A caneca de louça também adquiriu significado, e sua associação à bebida é tamanha que nos últimos anos do século XX fortaleceram-se termos como "caneca de café". A utilização da caneca nos rituais e práticas de beber café mostra, na verdade, quase que uma fusão de formas, já que, pautada num movimento que culminou nos anos 1990 com as estratégias das fábricas de louças brasileiras para não sucumbir à (nova) concorrência chinesa, a caneca e a xícara se confundem. Existe um limite tênue que atualmente foi rompido entre estas duas formas e que acarretou na criação de formas cujos *designs* têm um pouco das duas.

"Tomar um cafezinho" tornou-se frase corriqueira e sinônimo de uma ritualística de sociabilidade que indica um bom anfitrião, no Brasil (FONSECA, TSAI, ISHIHARA &

HONNA 2005: 24). Para além do consumo do produto em si, o ritual do cafezinho visa "estabelecer um contato social ou mesmo fazer uma pausa nos afazeres domésticos, profissionais ou pessoais" (FONSECA, TSAI, ISHIHARA & HONNA 2005: 25). Cada vez mais o hábito de tomar café foi arraigando-se aos costumes nacionais, em geral tomado após as refeições. Debret (1940: 138), na primeira metade do século XIX, registra que "Quanto ao jantar em si, ..., para um homem abastado [...] Os vinhos de Madeira e do Porto são servidos em cálices [...] além disso um enorme copo, que os criados têm o cuidado de manter sempre cheio de água pura e fresca, serve a todos os convivas para beberem à vontade. A refeição termina com o café".

Os manuais de civilidade, veículos de poder e urbanidade, divulgados no universo das elites, desde o século XIX, já trazem preocupações com os modos da beberagem do café. O manual de José Inácio Roquete chama atenção para o ato de beber o café depois do jantar e a realização da cerimônia para seu consumo: "... voltam para a sala do mesmo modo que vieram, onde já está pronto o café e os licores; porque somente se toma café à mesa nos jantares sem cerimônia (ROQUETE & SCHWARCZ 1997: 232). Critica também o hábito, deveras popular, de beber o café fervendo, no pires, e ir bebericando aos poucos; o café deveria ser bebido "pela chávena, e ninguém o deita no pires" (ROQUETE & SCHWARCZ 1997: 193).

Na literatura, inúmeros são os exemplos da presença do café, em variados contextos, tomado em variados recipientes. Concordo com Monks (1999) quando diz que a relação entre xícaras e tigelas, no registro arqueológico, não pode ser arbitrária e intrinsecamente associada a um comportamento mais ou menos "burguês", uma vez que chá, café e chocolate, os alimentos pretextos para recebimento social, como fala Cascudo (1968: 342), seriam consumidos tanto numa como noutra forma. Na cuia, o café, com rapadura, entrava na alimentação escrava como estimulante para o trabalho, substituído pela cachaça em dias frios (MARTINS 2008: 114).

Júlio Ribeiro, por exemplo, em *A Carne*, romance de 1888, ao mesmo tempo em que mostra a multifuncionalidade da xícara, mostra que o café estava sendo bebido em uma tigela nos trechos: "Barbosa mandou vir um caldo de frango, suculento, grosso, fê-la tomar uma **xícara** dele" e "– Comeu ela ou bebeu alguma coisa? – Ela almoçou, há de fazer duas horas. – Não bebeu nada? Bebeu **café**, uma meia **tigela**". Em *Desmundo*, de Ana Miranda, publicado nos anos 1990, retratando o universo feminino na colonização brasileira do século XVIII, vemos a malga associada ao leite no trecho "deixar **malga** de leite à janela para os

mortos". No conto de Coelho Neto e Olavo Bilac, O Tesouro, nos *Contos Pátrios*, "a preta saía com uma grande **malga** para ordenhar as vacas".

N'*A cidade e as Serras*, de Eça de Queiros, de 1901, "a **malga** de barro, atestada de azeitonas pretas, contentaria Diógenes" (2008: 155) e "Ele enrolava numa mortalha tabaco picado, tabaco grosso, guardado numa **malga** vidrada" (2008: 55). N'*A Relíquia*, de 1887, "ao lado erguia-se uma tenda, com um tapete na relva coberto de uvas e de **malgas** de leite", "bebendo numa **malga** de ferro, que um negro ia enchendo com o odre suspenso aos ombros"; e em *O Primo Basílio*, de 1878, "Sorri com os seus dentes amarelados. O caldo que Joana deitava na **malga** branca com um vapor cheiroso, cheio de hortaliça dava-lhe uma alegria gulosa"; em seu conto, *No Moinho*, de 1880, "havia sobre as cômodas alguma garrafa de botica, alguma **malga** com papas de linhaça". Atesta-se, na obra do escritor português, primeiramente a popularidade do termo, pouco usado no Brasil, em especial no século XX, e a associação da palavra com a forma, e não necessariamente com a matéria prima que a compunha, uma vez que temos malgas de barro, de cerâmica vidrada, de ferro e branca de louça, usadas para as mais diferenciadas atividades.

Em *O Ladrão*, conto de Mário de Andrade publicado nos anos 1940, lê-se o seguinte: "Na porta da casa, a italiana triunfante distribuía o **café**. Um momento hesitou, olhando o guarda do outro lado da rua. Mas nisto fagulhou uma risadinha em todos lá no grupo, decerto alguma piada sem vergonha, não! Não dava o **café** ao guarda. Pensou na última **xícara**, atravessou teatralmente a rua olhando o guarda, ele ainda imaginou que a **xícara** era para ele..." ([1947] 1993: 37).

Em *A conquista*, de Coelho Neto (1899) "Também eu tenho saudade do meu sertão, mas que poderia eu fazer se lá vivesse? Estava em plena natureza, nos campos gordos, vendo o gado e vendo as culturas, trabalhando como um campônio. Há esta hora, junto do alpendre da casa, o cavalo de sela, escarvando a terra e eu, com uma **malga de café** no bucho, o rebenque enfiado no punho, pronto para partir a galope, pelos campos.

N'*O Missionário*, de Inglês de Souza, 1891, lê-se "Pensei que era o **café** de João Pinheiro! Exclamou quando a mulata apareceu à porta da sala, trazendo na mão uma grande **xícara de louça azul**, que saía um fumo tênue e um odor forte a **café** quente". Também se lê "engolir, a ferver, uma **tigela de chá** de folhas de cafeeiro adoçado com rapadura". Em *O Cortiço*, de Aluísio de Azevedo, 1891, "Só com o cheiro! Reforçou a mulata, apresentando o **café** ao doente. Beba, ande! (...) Piedade chegou-se então para o cavouqueiro, que já tinha sobre as pernas o cobertor oferecido pela Rita, e, ajudando-o a levar a **tigela** à boca".

Exemplos de como a xícara estava associada também ao café e a tigela também ao chá, durante o final do século XIX e ao longo do século XX, como propõe Monks (1999).

Nas propagandas, elaboradas na maior parte das vezes sobre discursos elitistas pautados na construção e na divulgação dos hábitos considerados modernos, pode-se perceber a associação da xícara aos novos comportamentos, da xícara ao moderno, o moderno, sendo, em muitos casos, o consumo do café. As publicidades abaixo mostram não apenas xícaras, tradicionalmente classificadas como "xícaras de chá", contendo café, mas também produtos com novos *designs*, especialmente relacionados à alça. O contraste entre o líquido negro e a peça branca também é ressaltado no detalhe da pequena inclinação no ângulo do observador que consegue, vendo a xícara inteira, vislumbrar o conteúdo da mesma, sempre bastante escuro. O recurso gráfico das linhas onduladas partindo perpendicularmente da boca do recipiente, lembra que a bebida é quente, e o desenho das xícaras, em geral, de perfil, ressaltando o contorno da alça, mostra que a forma estava perfeitamente associada, em termos de *design* e *shape*, ao consumo da bebida.

Café Paraventi, *O Estado de São Paulo*, 12/11/1933

Café Paraventi, *O Estado de São Paulo*, 16/12/1937

Café Metrópole, *O Estado de São Paulo*, 07/11/1935

Na reportagem "O que a sciencia diz dos novos 'records' das cousas mais extravagantes e caprichosas", mulher, em Nova York, bebe 27 xícaras de café em pouco tempo e não passa mal, *O Correio Paulistano*, 07/10/1928

As transformações pelas quais passou o café e o hábito de tomá-lo, até os dias de hoje, estão também representadas no papel da cultura material na aparelhagem que o acompanha e nos vestígios de louças que localizamos nos sítios arqueológicos. Se, hoje, são as pequenas xícaras de porcelana brasileira, os copos americanos, as canecas e os grandes copos descartáveis de poliestireno, o aparato que acompanha o café, o processo continua a mudar, a se complexificar, dialogando com as conjunturas pelas quais perpassa, sem, no entanto, deixar de ser configurado pelas velhas maneiras, pautadas em toda a carga da tradição que temos em beber um cafezinho, configuradas durante o Brasil República, para isto sendo fundamental a produção brasileira de faianças finas. A Fábrica Santa Catharina nasce no período de transformação do café, para usar a expressão de Giuliana Bastos (2009: 24), de tira-gosto nômade em *commodity*. Nada como louças nacionais para uma bebida nacional.

SUB-CAPÍTULO 4.2

MARGARIDAS E "ESPIGAS DE TRIGO" NOS MOTIVOS, TÉCNICAS E PADRÕES DECORATIVOS DAS LOUÇAS EM FAIANÇA FINA DA FÁBRICA SANTA CATHARINA / IRFM – SÃO PAULO

A cor expressa algo em si, simplesmente porque existe, e deve-se aproveitar isso porque o que é belo é também verdadeiro (Van Gogh)

Como afirmei no capítulo de análise das louças do sítio Petybon, fabricadas pela Santa Catharina e IRFM – São Paulo, tentei escapar, o máximo possível, das classificações de língua inglesa em torno de padrões decorativos para faianças finas. Isto porque adoto o axioma básico, e por vezes demasiado óbvio, de que as louças brasileiras não são inglesas. Não compartilharam do contexto de produção europeu e da conjuntura em que surgiram, sendo fruto de outros aspectos de um decorrer histórico ou, segundo um paradigma deleuziano, de um rizoma temporal. Utilizar nomenclaturas inglesas não só é anacrônico, como desrespeita diferenças espaciais, locais, levando a uma generalização classificatória que camufla qualquer diversidade ou expressão. Com isto não quero dizer que não houve trocas entre a produção brasileira e a louça forânea, mesmo porque todo o imaginário e a visão que se tinha das louças, assim como a criação de um mercado consumidor e uma demanda, ao menos para São Paulo, foi também devedor das toneladas de louças exportadas para o Brasil. Minha intenção é mostrar que esta louça brasileira é um artefato original, que dialoga com a sociedade e as culturas dentre as quais circula, da que é produto e fabricante. Assim, somam-se técnicas e motivos produzindo padrões decorativos específicos, que, destarte algumas semelhanças com as louças estrangeiras encontradas em sítios históricos no país, resguardam diferenças cuja tessitura dialoga com gestos, imaginários e representações figurativas, advindo dos pintores contratados pela Fábrica, do pensamento dos produtores e das escolhas do que seria decorado na louça, e de oscilações e dinâmicas da demanda e dos consumidores. Pressuponho que as mudanças ocorridas no estilo de uma louça devem ser entendidas "como mudanças nos significados sociais desses objetos e nos contextos nos quais eles foram produzidos e/ou utilizados" (LIMA 1997: 94).

Deste modo, neste capítulo, gostaria de focar em como a decoração pode ser usada, em termos de cores, estilos e conteúdo das figurações representadas, como um indicador da procedência das louças, a fim de diferenciá-las das louças que não são brasileiras, em sítios arqueológicos, por exemplo, da virada do século XIX para o XX, ou do século XX. Motivos,

designs, cores e técnicas decorativas também são importantes indicadores cronológicos (SAMFORD 1997:7). A partir disto, entrarei no universo das técnicas decorativas, da caracterização dos padrões identificados e como estes dialogam com uma conjuntura mais ampla relacionada ao universo das artes plásticas e a uma sociedade multi e inter cultural neste começo de século. Para isto, não trabalharei com especificidades de gestos individualizando as pessoas (micro-estilos) que estavam decorando e pintando as louças, por mais que isto seja possível. Como minha idéia é mostrar as características que conformam estas louças em faiança fina e como isto é reconhecido como nacional, tentarei demonstrar, numa somatória de elementos gestuais, técnicos, temáticos, etc., o que configura este material em termos de estilo (DIETLER & HERBICH 1989) ou, resguardando as devidas proporções, como propõe Wiessner (1983: 57), em termos de um estilo emblêmico. O estilo como o resultado das alternativas tecnológicas e das escolhas feitas durante operações de performance em todas as fases da cadeia produtiva (DIETLER & HERBICH 1989: 159). Nas louças do sítio Petybon é possível perceber uma maneira de fazer estas cerâmicas, devedoras de sua existência em um determinado tempo e lugar (SACKETT 1977). Aqui, todavia, darei foco às escolhas no campo decorativo, às performances visuais, segundo percepções intrínsecas e extrínsecas a seu fazer (CAPELATO 2005: 253; GALLAY 1986).

Como já indiquei anteriormente nesta dissertação, para tal, pautei-me na análise das louças em faiança fina decoradas do sítio Petybon representadas por 1050 peças. Concomitante a isto, darei exemplos, talvez mais paradigmáticos, de louças brasileiras com que tive contato, produzidas posteriormente por fábricas paulistas.

As decorações nas louças do sítio Petybon são compostas, majoritariamente, por superfícies não modificadas (91% do total de peças decoradas), enquanto apenas 9% são moldadas ou em superfície modificada. Quanto às primeiras, existe um predomínio de decorações aplicadas por pintura à mão livre, seguidas de *transfer-printings*, esponjados e estênceis; apenas um fragmento foi decorado com decalcomania.

Pensando uma planilha de análise, com atributos para técnicas decorativas, em louças de um sítio arqueológico do século XX, a montaria, como já fiz, escolhendo como principais (e certamente prováveis) técnicas de decoração a pintura à mão livre, o *transfer-printing*, a decalcomania e o estêncil (podem existir outras, claro, quantitativamente menos freqüentes, como as carimbadas). Enquanto as duas primeiras técnicas vão sendo cada vez menos utilizadas ao longo do século XX, a decalcomania e o estêncil vão ganhando terreno, até este último ser também abandonado, quando a decalcomania passa a prevalecer, quase absoluta.

No entanto, como a decalcomania domina as técnicas decorativas pós-II Guerra, ela é concomitante ao crescimento das porcelanas brasileiras/ironstone nacional, sendo, por isso, muito mais freqüente, em sítios do século XX, nas louças brasileiras com este tipo de pasta (do que em faiança fina). Isto é parte de um movimento mais amplo no mundo das cerâmicas brancas que assiste a um crescimento na freqüência de decorações sobre-esmalte no fim do século XIX e ao longo do século XX, técnicas raramente encontradas em contextos do século XIX (SAMFORD 1997: 2). Daí o sítio Petybon apenas conter um fragmento de decalcomania. Por outro lado, o estêncil é bastante característico das produções nacionais, onde se pode notar claramente a carretilha ou a marca do pincel (ou spray, em menor freqüência) resultante da aplicação deste molde vazado. Fábricas como a Barros Loureiro utilizaram-se desta técnica largamente. Acredito que ela está associada, na Santa Catharina, ao período pós-1918, quando a aproximação dos Matarazzo fez com que técnicas mais estandardizadas fossem usadas na produção.

Existe, logo, um descompasso, ou uma não continuidade, entre as técnicas decorativas das faianças finas do sítio Petybon e o que se encontra nas louças estrangeiras nos sítios históricos do século XIX. Para Lima (1995: 166), a segunda metade do século XIX viu uma saturação do mercado de faianças finas com decorações em *transfer* que determinou um declínio em sua produção, surgindo, em seu lugar, a preferência pelos serviços brancos ou com discretos relevos ou filetes nas bordas. É claro que existe um grande montante de louças totalmente brancas fabricadas pela Santa Catharina que indica, quiçá, uma continuidade, e expraiada popularidade, em termos de gosto, do branco; no entanto, nota-se o predomínio de decorações cuja distribuição na peça ocupa quase 50% da superfície do suporte, se não mais, nada discretas. Os florais à mão e os esponjados – que dão às peças um colorido bastante acentuado, marcado por contrastes entre cores primárias e secundárias, entre roxo e verde, marrom e azul, amarelo e verde, verde e rosa –, são técnicas, não obstante sua alta freqüência nessas louças brasileiras, muito comuns nas louças importadas, que decaíram ao longo do século XIX, dando lugar a técnicas mais *standard*. Do mesmo modo, poucas são as peças monocromáticas nas faianças finas nacionais, como os *transfers* azuis ou os borrões (totalmente ausentes até onde sei), bastantes presentes nas louças forâneas.

Na coleção do sítio Petybon, a predominância é clara quanto à técnica da pintura à mão livre, representando quase 84% das louças decoradas, dentre as quais destaco o uso do

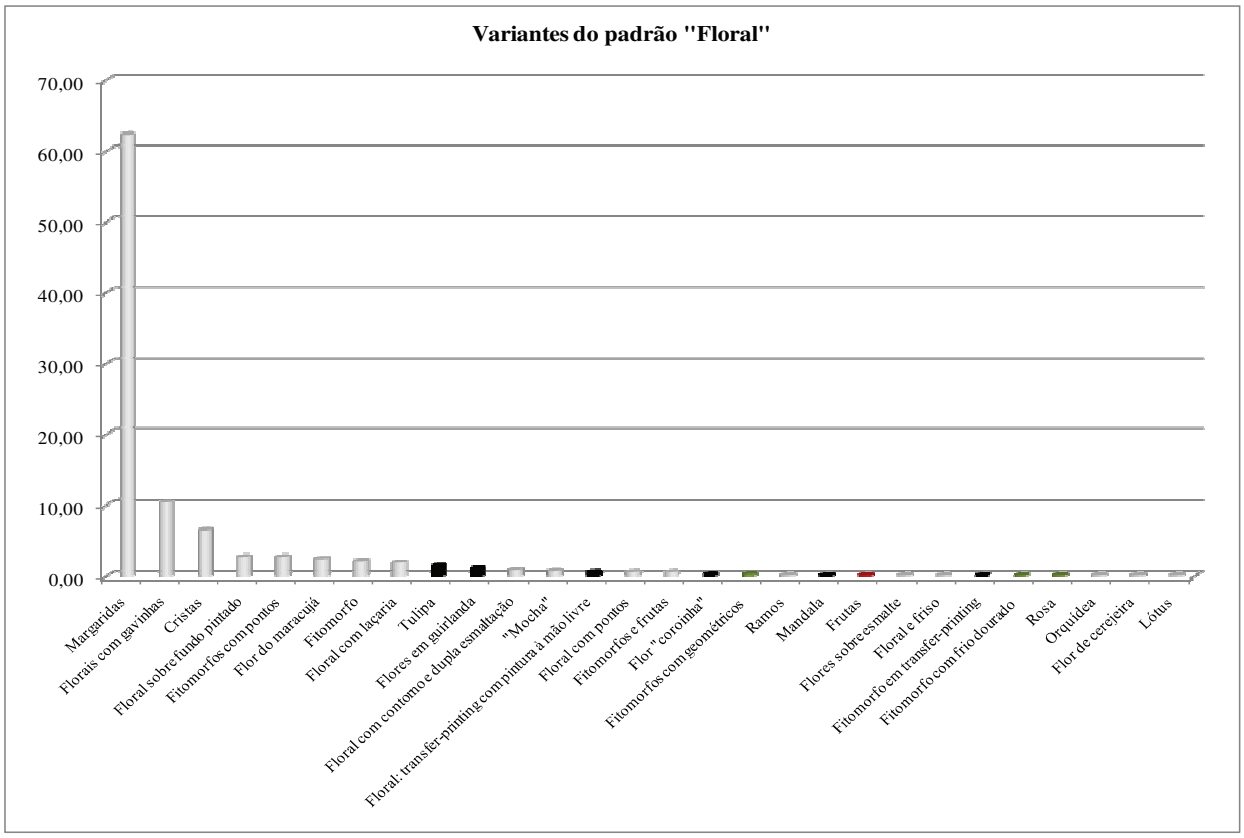
pincel para a produção de florais e faixas e frisos[28]. Na coleção, portanto, há um predomínio de técnicas ainda artesanais, apesar de inseridas num ambiente taylorista, o que soa paradoxal a um olhar impressionista, mas que caracteriza muitas das fábricas do período que, na realidade, foram formadas pelo "encarceramento" de ofícios artesanais pré-existentes, num ambiente, arquitetônico, fabril. Os florais representam 83% do total de peças decoradas em superfície não modificada, enquanto as faixas e frisos compõem apenas 7%.

O padrão que chamei "floral", na realidade, é representado por uma série de variações de motivos, associados à flora: folhas, frutas, flores, galhos, ramos, gavinhas, etc. Para Sousa (1998: 184), a maior parte da literatura sobre louças considerou os florais de forma inadequada, já que o termo engloba uma ampla gama de variedades de decorações que acontecem dependendo de como, tecnicamente, os motivos são aplicados e dispostos. Mesmo porque, "floral" também pode ser um tema, que englobaria diferentes técnicas. Essas variações devem ser ressaltadas porque correspondem a escolhas, portanto culturais e, portanto, indicadoras de locais e contextos, sócio-culturais-econômicos-políticos-ideológicos, de produção. Algumas das variantes diagnosticadas no sítio Petybon ganharam nomes próprios por serem, a meu ver, representações de plantas reconhecíveis: "rosa", "flor de maracujá", "margarida", "tulipa", "orquídea", "flor de cerejeira", "lótus".

Para esta classificação, comparei as imagens das decorações a flores do mundo empírico e somei elementos. A "flor do maracujá", por exemplo, é aquela representação de um floral com gavinhas, folhas trilobadas, etc., que caracterizam a flor de um maracujá; as "margaridas" são, na verdade, representações figurativas que se assemelham àquelas flores da família das *asteraceae*, também denominadas como *compositae* ou compostas, bem conhecidas por seus mais populares representantes ornamentais, as margaridas (crisântemos, dálias, gérberas, girassóis) (RAPINI 2009).

O gráfico abaixo demonstra as variações dos motivos florais. Nas barras, o branco indica aquelas produzidas à mão livre, os pretos por *transfer*, verdes por estêncil e o vermelho por decalcomania.

[28] Faixas e frisos dependem muito do uso do torno. A louça é posta sobre a mesa giratória e enquanto o pincel permanece parado, a louça gira 360º, até que a linha feita pelo pincel encontre seu ponto inicial. É preciso, no entanto, firmeza no gesto, o que implica certa experiência, uma vez que se a mão se mover, o encontro entre o fim e o início da linha não acontecerá – traço que, se continuado, formará uma espiral –, o que pode ser considerado defeito por algumas fábricas.



Esta relação entre os florais, a botânica, e o universo cerâmico data de muito tempo. Nelson (1980: 109) mostrou que algumas louças inglesas para o mercado estadunidense continham motivos florais que, no século XVIII, faziam parte de um vocabulário comum a muitos pintores, mas que apenas a partir do final do século, a popularidade dos livros de botânica encorajou adaptações de ilustrações. Woolliscroft (2002) estudou a relação entre o mundo da botânica e as influências nas ilustrações das faianças finas produzidas pelas fábricas de Josiah Spode (mais tarde, a Copeland). Na Inglaterra, as novas descobertas e desenvolvimentos no mundo botânico foram concomitantes ao crescimento das famosas fábricas de Staffordshire e muitos dos industriais ceramistas tinham como hobbies as artes, a geologia e a botânica (WOOLLISCROFT 2002: 185). O autor procura mostrar, assim, como a profusão de florais nas louças Spode está relacionada ao *Curtis's Botanical Magazine*, um livro de botânica do século XIX pertencente hoje à biblioteca do Museu Spode e que teve muitos dos desenhos de sua flora transferidos para a superfície das louças, especialmente por pinturas à mão e por *transfer-printings*.

Do mesmo modo como foram representadas flores nativas britânicas nas louças Spode (WOLLISCROFT 2002: 197), a Santa Catharina também representou flores nativas brasileiras – vide, por exemplo, as "flores do maracujá", planta natural do Brasil e espontânea em zonas tropicais e subtropicais da América, onde existem mais de 70 espécies do gênero, e as "margaridas" que, apesar de existirem em outros países, têm um apelo nacional bastante forte (penso, talvez, na maneira que aprendemos a representar uma flor na infância). A América Tropical possui mais de 30% dos gêneros de *Asteraceae* do mundo (RAPINI 2009: 195). A presença, no entanto, de operários de múltiplas nacionalidades, somada, provavelmente, a aprovação, ou sugestão, dos proprietários, pode ter acarretado a presença de motivos mais orientalizados como a "flor de cerejeira" e o "lótus". Seria possível associar a representação de uma vegetação nativa e a utilização e mistura das cores como enfatizadores ou enaltecedores de uma "tropicalidade brasileira", como historiadores da arte fazem para as artes do modernismo (CONTIER, NISHITANI & DIAS 2005: 8)?

A espessura movediça da tinta, a intensidade das cores notados em diversos florais da coleção sugeriria, conforme a expressão de Rodrigo Naves (2001: 135), "uma natureza pujante, que transborda, se exterioriza". Para o autor, esta é uma das características de uma arte brasileira; seria esta uma característica da louça brasileira? Acredito que mais pesquisas, em torno da análise de louças em faiança finas brasileiras ainda precisem ser realizadas. Ressalto que o início do século XX assistiu a um ufanismo pautado nos discursos para a construção da identidade nacional brasileira não como um resultado dos regimes políticos, mas como frutos das condições naturais da terra, onde a "natureza prodigiosa e abençoada garantiria um futuro promissor para além e independentemente dos regimes políticos" (OLIVEIRA 1997: 187). A partir de então a natureza brasileira começou a ganhar aspectos identitários na construção de uma brasilidade, especialmente com o modernismo.

Diferente, entretanto, das louças inglesas, as decorações das louças brasileiras estudadas apontam para uma não necessidade de se pintar o empírico ou ser fidedigno a uma imagem do mundo empírico como parece ocorrer com a produção da Spode, já que existe uma relação mais abstrata entre o que está sendo representado, que não existiria nesse mundo real, e seu imediato reconhecimento como uma forma que existe e é passível de associação com algo que se conhece devido a um esquema iconográfico comum.

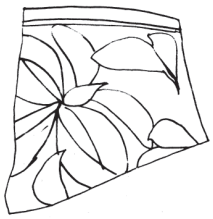
As variantes de "floral" nas louças analisadas são representações de flores que faziam parte de um imaginário coletivo, ou seja, uma série de signos e modelos como representações, construções coletivas pelas quais os grupos humanos organizam suas

identidades e dão sentido para o mundo em que vivem (CHARTIER 1991). Estes florais faziam, assim, parte de um campo de representações manifestado através de imagens ou discursos que pretendiam dar sentido a uma realidade (LE GOFF 1985). Além disso, muitos são representações de flores tipicamente nacionais, como a "flor do maracujá". Logo, não apenas o que é representado não tem a ver com o que se encontra nas louças estrangeiras, como a forma de representação é diferente.

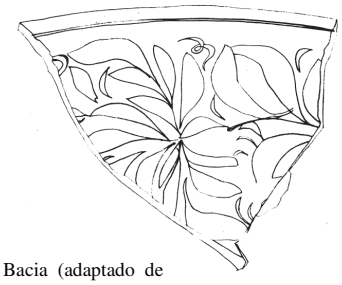
Nas louças do sítio Petybon, quanto às flores e folhas nas "flores de maracujá" e "margaridas", por exemplo, percebem-se as espessas pinceladas, carregadas de tinta, de grande cromatismo, de um pintor que, ao exercer seu ofício, não teve preocupação com as reconhecíveis marcas das cerdas do pincel; do mesmo modo, as formas de pétalas e folhas são muito diferentes daquilo classificado como "peasant syle", "sheet floral" ou "sprig style", ou outros florais de procedência européia, uma vez que a terminação dos filamentos é sempre arredondada, diferente da faiança fina inglesa nas quais o floral tem, em geral, terminações em ponta ou afiladas. Outra característica que parece não acontecer nas louças inglesas é a sobreposição das pinceladas e, por conseguinte, dos elementos que compõem a decoração: pétalas e flores, muitas vezes, sobrepõem-se.

Louças estrangeiras em faiança fina: decorações com terminações afiladas

Tigela. Sítio Lobos, Jeceaba, MG (ZANETTINI ARQUEOLOGIA 2009)



Tigela (adaptado de TOCCHETO ET AL 2001)



Bacia (adaptado de TOCCHETO ET AL 2001)

Tigela (adaptado de BORNAL 2008)

Pires com técnica do borrão. Sítio Casa do Itaim, São Paulo, SP (ZANETTINI ARQUEOLOGIA 2009)

Tigela (adaptado de BORNAL 2008)

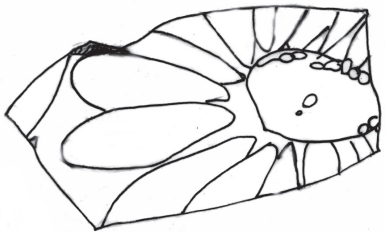
Tigela (adaptado de TOCCHETO ET AL 2001)

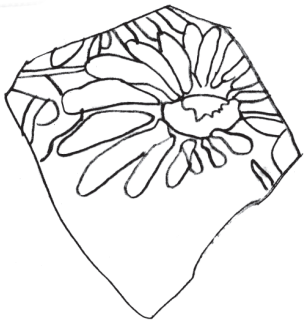
Tigela com floral pintado à mão livre, inglês (1830-1840). St Augustin, Florida. (FLMNH 2009)

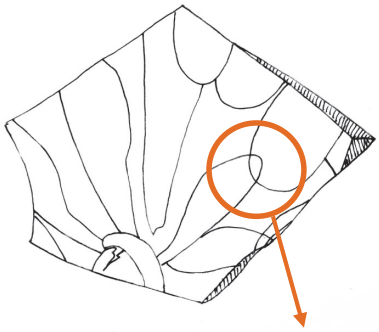
Tigela com floral pintado à mão livre, padrão "margarida", sítio Petybon.

Nota-se a diferença em relação à finalização de pétalas e folhas: afilados na louça inglesa, arredondados na brasileira.

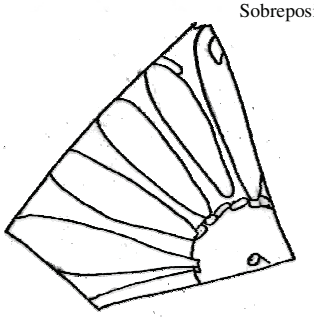
Louças do sítio Petybon: decorações com filamentos arredondados







Sobreposição



Por outro lado, existe, especialmente no que concerne aos florais com laçaria, flores em guirlanda, fitomorfos e fitomorfos com pontos, além das guirlandas propriamente ditas, dos geométricos, e de alguns *transfers* como o padrões "couraça", um esquema iconográfico, uma forma de distribuição dos elementos que compõem a decoração, em guirlanda. Entendo "esquema iconográfico" como um aspecto relativo à técnica, à ordenação de elementos formais (BRUNEAU 1986), a forma como a decoração é disposta sobre o plano decorativo. Existe uma preferência em organizar flores, fitomorfos, pontos, e outros elementos, de forma que seguem um *design* de linha com sucessivas meias-luas, com aspecto que remete a um entrelaçamento, delineando um cordão ornamental de flores, folhagens, ramagens, etc. – ou seja, uma guirlanda –, disposição que indica ritmos baseados na curva, aspecto comum nesse começo de século, muito usado no Art Nouveau, por exemplo (ARGAN 2004: 199). Este esquema iconográfico tende a seguir o lábio das peças, mais freqüente em peças com *design* côncavo (na literatura inglesa, as *hollowware*), como tigelas e xícaras.

Levado, de modo mais amplo, à existência de aspectos comuns estruturantes de pensamento, este esquema iconográfico pode até mesmo ser transportado para as decorações plásticas, moldadas, como no "Trigal", onde existe uma modelagem da caldeira, em forma de "ostra" ou o que em inglês denominar-se-ia *scalloped*, também em guirlanda.

Esquema iconográfico em guirlanda

Tigela com decoração em *transfer-printing* e pintura à mão livre.

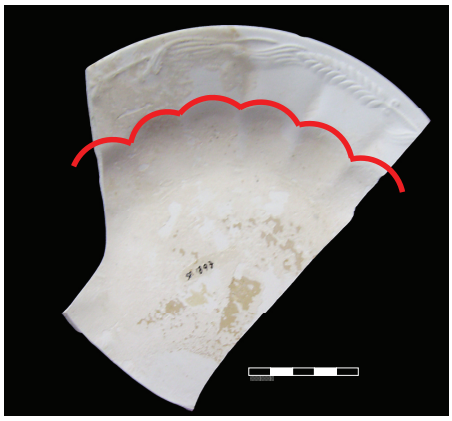
Tigela com decoração em pintura à mão livre.

Prato raso com decoração em *transfer-printing*

Xícara com decoração em pintura à mão livre.

Prato com decoração em estêncil

Tigela com decoração em *transfer-printing*



Prato raso com decoração "Trigal"

No mais, as decorações tendem a ser bastante simples, deixando, portanto, a maior parte da peça como branco. Do mesmo modo, quase inexistem peças cuja decoração esteja na parte da peça que conteria o alimento; xícaras, tigelas e canecas sempre têm decoração externa, enquanto que pratos, travessas, saladeiras, apesar de possuírem decoração interna, a mesma quase nunca é pintada, e quando há o uso de pigmentos, estes são frisos ou faixas que seguem a aba e o lábio. A limpeza do campo decorativo no que concerne às partes que conterão alimentos dialoga muito com as teses higienistas e os controles de qualidade da toxicidade das tintas, uma vez que ingeri-las poderia causar danos à saúde. Assim, a decoração vai, aos poucos, saindo da caldeira (haja visto, por exemplo, a mudança no plano decorativo de faianças, associadas ao Brasil colônia, em relação a faianças finas estrangeiras, do Império e início da República, e destas com as fianças finas brasileiras, do século XX, numa relação na qual a freqüência de decorações internas, na caldeira ou nas áreas de contato com os alimentos, tende a cair).

No que concerne às cores, as louças analisadas são, majoritariamente, policromadas – pouquíssimos são os exemplares, na amostra, monocromáticos. No Petybon, a monocromia representa apenas 5,15% do total de decorações cromáticas. Isto leva a um silogismo a partir do qual podemos considerar a policromia uma característica estética identitária para esta louça brasileira. Atualmente, por exemplo, o *slogan* da Fábrica de Porcelana Monte Sião chama atenção para a monocromia de sua decoração por ser a única a produzir louça azul e branca no país. Nenhuma outra fábrica de louça, hoje, chama atenção para sua policromia, ou qualquer harmonia de cor, já intrínseca ao fazer e decorar as peças. Isso não acontecia com as fábricas inglesas, por exemplo, mas acredito que o predomínio da monocromia em azul e branco era também intrínseco a suas produções.

A cor das decorações é, portanto, algo bastante característico das louças da FSC, sendo sempre bastante "vivas", muito coloridas, com tonalidades bastante acentuadas, especialmente pelo contraste entre as cromias utilizadas, e aquareladas. Para os florais à mão livre, mas não para outros padrões como as cristas, a decoração assemelha-se ao efeito de uma pintura em aquarela, na qual é até possível ver o biscoito e as marcas do acabamento do biscoito através da tinta. Uma análise qualitativa dos elementos formais dos florais mostra o pouco uso de linhas, a cor e a transparência, as pinceladas livres, a admissão de sobreposições e a predominância do uso da tinta (cor) sobre a o uso do pincel (traço), características de uma poética da aquarela (BONNEMASOU 1995: 33). Limpidez, transparência, suavidade e cores luminosas, como nota-se nas faianças finas do sítio Petybon, são aspectos de decoraçóes cuja

técnica é a da aquarela (BONNEMASOU 1995: 40). Acredito que este uso das cores na decoração das louças fez parte de um movimento mais amplo que resultou no aprofundamento das pesquisas da cor como linguagem autônoma, desde o início do século XX, quando se abriu caminho para a abstração pictórica, sentida nos mais diferentes ramos das artes industriais, como as artes aplicadas e decorativas (PEDROSA 2004: 91).

Segundo Luciano Guimarães (2004), não obstante o dinamismo das culturas nas variabilidades temporais em relação à cor, o espaço geográfico tem clara influência nestas percepções. No Brasil, por exemplo, estaríamos muito mais aptos a perceber nuances de passagem entre o vermelho e o amarelo, por termos um repertório mais rico dessas cores, do que alguém da região londrina. Nestes locais, há uma cultura muito mais rica em tons neutros que lhes permitem mais facilmente encontrar e decodificar nuances de azul a violeta (GUIMARÃES 2004: 100). Isto não implica num determinismo biológico ou traço genético, mas indica um repertório que cada sociedade pode adquirir e como isto interfere na codificação de determinada linguagem. Assim como grupos esquimós têm centenas de designações para tons de branco, nós em português possuímos muitas gradações de verde (claro, escuro, bandeira, petróleo, esmeralda, prússia, musgo, garrafa, piscina, limão, abacate) não traduzíveis para o inglês (GUIMARÃES 2000: 100). Flores vermelhas e amarelas, e de cores quentes, contrastantes, são típicas do continente Americano por serem as flores polinizadas por beija-flores, pássaro típico da América (RAVEN, EVERT, EICHHORN 2001: 517): o quanto esta paisagem teria influenciado um imaginário em relação às flores e às cores? É patente o colorido das louças da Fabrica Santa Catharina em relação às louças inglesas, em questões de tonalidades e na baixa freqüência de tons neutros, o que pode estar associado às concepções de cor que foram delimitadas pela experiência e prática de cada cultura e apropriações de paisagens. Tenho como parâmetro o caráter da linguagem como propiciadora de substitutos da experiência, como propôs Benveniste (1991: 65). Os diários de Romeu Ranzini, no Museu Paulista, indicam dezenas de cores diferentes usadas nas decorações e como prepará-las: “rosa claro quente”, “rosa forte”, “rosa brasileiro forte”, “rosa violetta forte”, “marão cor talpa”, “marão vermelho”, “marão escuro”, “preto bellissimo”, “verde azuladinho francez”, “verde amazona forte”, “verde amarelo escuro”, etc.

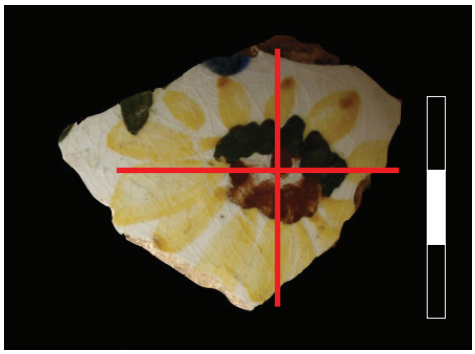
No início do século XX, as vanguardas européias começaram a liberar a cor de sua relação com os objetos representados. Por exemplo, uma flor pode ter a forma de uma margarida, mas pode ser azul. Passa a ser uma flor que não existe no universo empírico, apesar de ser facilmente reconhecida como “margarida”, devido a seu esquema iconográfico

e sua lógica gráfica ("o tipo de figura e sua aproximação a outras produções da mesma época" [FRANCISCO 2007: 16-17]). Existe, assim, toda uma organização seqüencial dos caracteres gráficos dispostos de tal forma que comunicam algo; a forma intimamente ligada ao conteúdo, portanto (FRANCISCO 2007: 79). Mas, como apontou Francisco (2007: 80), uma análise gráfica pode mostrar que existe um descompasso entre estas dimensões, uma vez que a continuidade de um conteúdo pode correr através de formas estéticas diferentes (e vice-versa). Por isso as diferenças de representações de flores nas louças estrangeiras e nas brasileiras, ainda reconhecidas como "flores". Se o conteúdo é o floral, sua representação tem variadas formas. É um distanciamento daquilo que Baudelaire (2004: 122) chamou de ilusão do artista positivista que quer "representar as coisas tais como elas são, ou melhor, seriam" isto é, uma "racionalização 'naturalista' das representações visuais" (FRANCISCO 2007: 80). Nas louças da coleção analisada, a intensidade da cor é concomitante à simplificação do desenho, exigências estéticas talvez comuns a consumidores, produtores e decoradores, bastante típicas deste começo de século XX (LICHTENSTEIN 2004: 132).

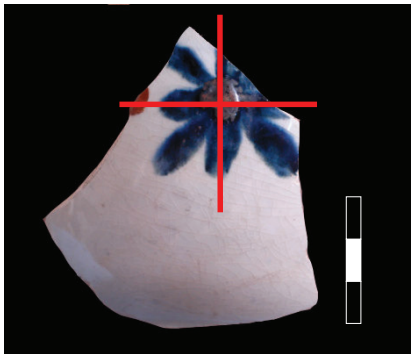
Nos florais à mão livre do Petybon existe, ainda, um modo específico de arranjar os diversos elementos de que o pintor dispõe para compor a decoração, ou seja, existe uma harmonia de conjunto (MATISSE 2004: 134) que caracteriza as composições do padrão decorativo: é claro o destaque da flor, em si, perante os demais elementos como folhas e gavinhas. Quando existem associações, como nos fitomorfos com pontos, são os pontos que parecem estar, hierarquicamente, acima dos fitomorfos. Se os pontos são botões, frutos ou meramente pontos, estão em um mesmo patamar, na composição das decorações sem flores, que as pétalas das "margaridas" ou das "flores do maracujá". O desenho das flores tem uma força de expressão que vivifica as coisas que o cercam, como afirmou Matisse (2004: 134), mas que põe em segundo plano as folhas, gavinhas e os pontos quando acompanhados dos florais ou das laçarias. Diferente parece ocorrer nas louças forâneas dos sítios históricos nas quais, apesar da presença de flores, a composição é mais igualitária, em termos de hierarquia dos elementos na cena.

Por outro lado, a flor em si, especialmente nas "margaridas", "flores de maracujá", mas não só, contém bastante da própria característica da anatomia vegetal das flores nas quais são inspiradas, uma vez que, em especial as "margaridas", apresentam clara actinomorfia. Os pintores aproveitaram a natural simetria radial da flor do mundo empírico para compor a representação dos florais nas louças analisadas aqui. O *design* simétrico das flores dialoga com a impossibilidade de uma maior estandardização das técnicas pintadas à mão em relação

à uniformidade acarretada por *transfers*, estênceis e decalcomanias, indicando uma preocupação com a assimetria das decorações.



Fragmento de tigela com padrão "margarida". Sítio Petybon



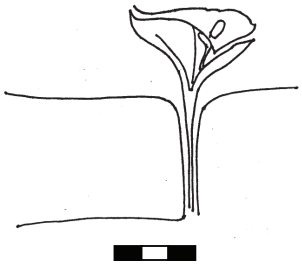
Fragmento de tigela com decoração floral. Sítio Petybon

Nas decorações da Fábrica Santa Catharina, diferente do que parecia ocorrer com as louças européias do século XIX, o desenho perde o compromisso com a verossimilhança acadêmica clássica, através da "estilização acentuada de formas, linhas, contornos e cores bem definidos e altamente contrastantes, além da forte definição entre tons", e "ganham sentido mais interpretativo, por vezes levemente abstrato, por conta também de sua composição e enquadramento fora dos padrões acadêmicos" (CONTIER, NISHITANI & DIAS 2005: 7). A este aspecto dos florais das louças analisadas aqui denomino "dificuldade da forma", como a concebe Rodrigo Naves (2001), que, de fato, perpassa boa parte das representações pintadas nas louças da Fábrica. É o que o autor chamou de "forma difícil", típica de uma arte brasileira, ou seja, não uma relutância formal, mas uma "resistência de entregar as formas a seus próprios limites" (2001: 25), efeito causado, igualmente, pela presença das espessas pinceladas e ao aspecto de aquarela nas "margaridas", por exemplo.

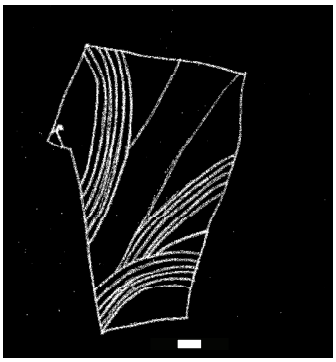
Por outro lado, existem as decorações moldadas ou em superfície modificada, com predominância do "Trigal", mas com outras variantes como lírios (presente em penicos) e formas geométricas, como retângulos de arestas arredondadas (em tampas). Na análise, denominei "Trigal" aquelas decorações com motivos trigais, compostas por, pelo menos, duas variantes: uma representando o trigo propriamente dito, predominante em pratos, travessas e saladeiras, e outra que associa o trigo ao lúpulo (*Humulus lupulus L.*), por vezes com alças que imitam galhos, predominante em terrinas (tanto na tampa quanto na terrina). A maior parte dos trigais segue sentido horário, apesar de algumas travessas terem apresentado

sentido da decoração anti-horário. Lembro que quando da criação do *Ceres Shape*, em 1859, havia pelo menos 14 diferentes padrões que usavam motivos trigais (SUSSMAN 1985: 7).

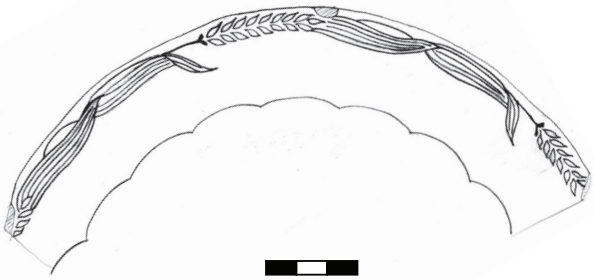
Apenas as representações das folhas nos trigais apresentam nervuras (alongadas) nestas decorações moldadas. No entanto, ressalto que este é um detalhe que os calques talvez tenham dado a idéia de serem bastante claros, mas não são. Como comentei, as decorações moldadas da Santa Catharina são bastante suaves, com relevo pouco espesso, situação piorada quando da aplicação do vidrado, que preenche muito dos detalhes, diminuindo a nitidez do desenho.



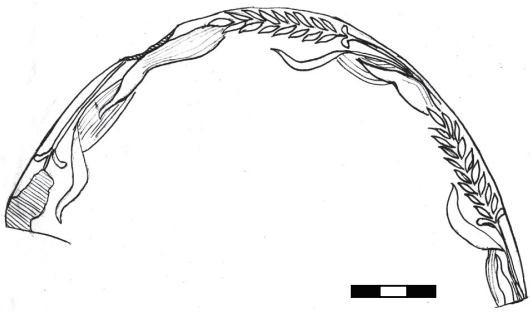
Lírio, presente exclusivamente em penicos



Trigal em fragmentos de jarra

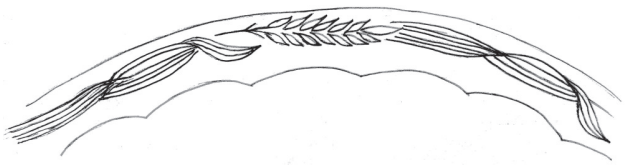


Trigal em prato fundo

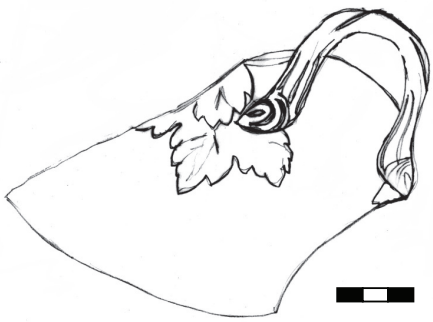


Trigal em travessa

Trigal e lúpulo em tampa de terrina

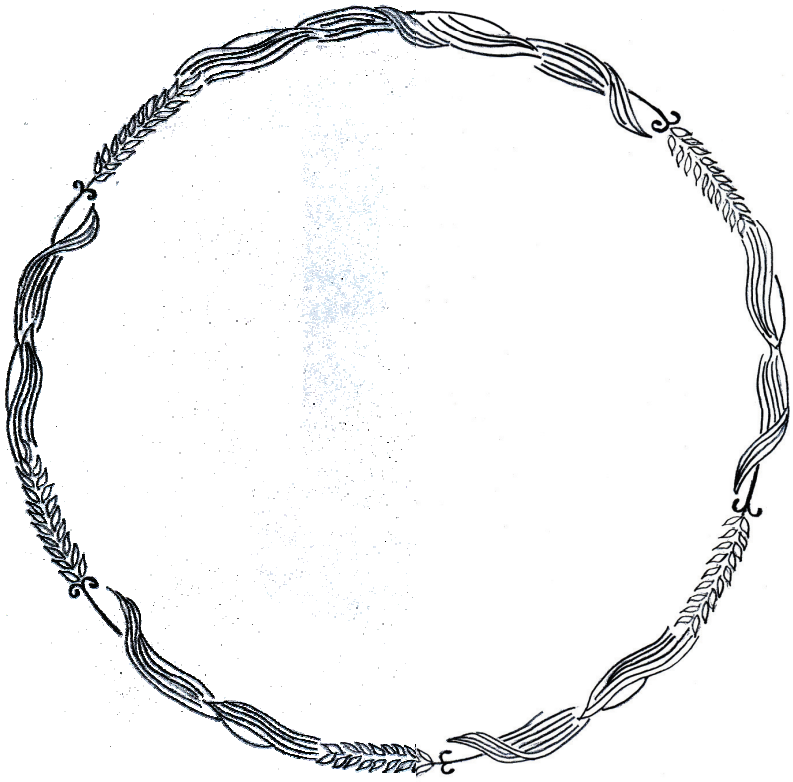


Trigal em saladeira



Lúpulo em corpo de terrina

Trigal e lúpulo em corpo de terrina



Prato raso com decoração Trigal

Estas decorações acromáticas compõem a produção de peças brancas na coleção do sítio Petybon. Existe, sim, claro, também uma preferência pelo branco, com superfície modificada ou não. É importante diferenciar o fato de que nas louças em faiança fina não há o acréscimo de pigmento branco, pelo menos não enquanto pigmento como o das tintas usadas para a decoração pintada, os estênceis, os *transfer* e esponjados. O fundo branco das louças brancas é a própria pasta, resultado de elementos específicos em queima controlada e

oxidante, daí um vidrado transparente. Apesar de uma estética ou uma perfomance visual bastante semelhante à faiança, a decoração da faiança tem fundo com pigmento branco (espécie de engobo), aspecto inválido para a faiança fina que não é pintada de branco. Enquanto na faiança deveríamos falar em pigmento branco, um pigmento acromático (como o cinza e o preto), na faiança fina deveríamos usar cor branca, que, enquanto luz, contém todas as cores (HALLAWEL 2007: 197).

Esta preferência pelas louças brancas, ao longo do século XX, foi bastante alimentada, como já indiquei em outro capítulo, pela popularidade das teses higienistas. Este, me parece, é também um movimento mais amplo dentro do qual, nas louças, a decoração sai da caldeira das peças, onde o alimento estaria. O branco, não apenas como ausência de decoração, mas como um padrão decorativo *per si*, evidencia que informações cromáticas são linguagem (GUIMARÃES 2004: 61). Tânia Lima (1997), por exemplo, mostrou como a relação entre louças pretas e brancas, representadas pelo *black basalt*, por um lado, e porcelanas e faianças finas, por outro, pode estar associada a relações de gênero no universo doméstico das elites cariocas no século XIX, no âmbito do movimento de sua domesticidade.

Importante ressaltar que as decorações moldadas permitem uma margem ínfima de manobra do pintor ou decorador, em termos identitários e/ou gestuais, que se expresse na performance visual da decoração, comparada àquelas aplicadas à mão livre. Apesar de decorações plásticas, as peças que chamo "moldadas" têm seu relevo conformado de uma só vez, com a argila ainda mole, no molde de gesso, não possibilitando exatamente uma escolha dos operários envolvidos sobre como será esta decoração. Este aspecto, na realidade, acaba indo na contramão do que parece ocorrer com a "louça de barro" paulista estudada por Zanettini (2005) na qual vão permanecendo os motivos plásticos em detrimento dos pintados, estes possibilitando toda uma gama de expressões identitárias e socioculturais.

Não acredito, no entanto, que as fábricas brasileiras estivessem simplesmente "copiando" padrões das louças estrangeiras; deve-se encarar estes trigais mais em termos de uma continuidade do consumo de padrões produzidos no século XIX e como uma estratégia de conquista do mercado, que, muito provavelmente, consumia o trigal, uma decoração que já fazia parte do mundo das louças brancas. Mas existem, sim, diferenciações entre um trigal de produção estrangeira e aqueles brasileiros do sítio Petybon. Um primeiro aspecto concerne à altura do relevo, nas louças brasileiras sendo menores e, por isso, menos claros quanto às linhas que delineiam e formam trigos e folhas. Isto seria um aspecto que facilitaria as datações de ocupação, já que, conforme Sussman (1985: 10), como a decoração trigal está,

em geral, nas abas, enquanto as marcas de fabricantes, no frete, quando há quebra, é difícil datar o material e relacionar a decoração ao fabricante; nuances no formato, espessura do relevo e execução da decoração podem auxiliar nas cronologias do que a autora chamou "seemingly homogeneous ware" (1985: 10).

Um segundo aspecto está no fato de que "trigal" é uma nomenclatura brasileira para o padrão decorativo "Ceres Shape" ou "Wheat Pattern", portanto é resultante da leitura arqueológica (ético) e dos produtores de língua inglesa (êmico) sobre a decoração. No Petybon, diferente das louças pintadas, as louças em relevo da FSC estão representando plantas que nunca foram cultivadas no Brasil, como o lúpulo, uma liana européia da família das *Cannabaceae*, utilizada para fabricação de cerveja, semelhante ao padrão importado, produzido a partir dos anos 1860, cuja associação com o triga é conhecida como "Wheat and Hops" (SUSSMAN 1985: 41) – quem decodificaria este signo? Atualmente, o lúpulo é produzido, em São Paulo, apenas em Barra do Turvo, Hortolândia e Santa Branca (CATI 2009). O Brasil Império recebeu exemplares de lúpulo nas trocas de sementes do Ministério de Negócios Exteriores pautado no discurso de integrar o país ao mundo de "nações civilizadas" importando tecnologia e espécies que fossem úteis ao desenvolvimento da agricultura nacional (SANT'ANNA & BOSISIO 2008: 6). Trigais e lúpulos dariam um ar de modernidade e "civilização" às louças brasileiras, segundo um projeto de modernidade dos Fagundes, Ranzini e Matarazzo?

Como os trigais são imagem "móveis" que figuram sobre um suporte igualmente móvel, as cerâmicas, puderam "alcançar distâncias muito grandes, e ser observadas por 'fruidores' completamente alheios à sua significação original" (FRANCISCO 2007: 47). Como as pessoas entenderiam esta decoração? Como ela foi traduzida para uma realidade local? De certo, o trigo não tem a mesma carga política, social e simbólica que teve nos EUA ou Europa – onde, aliás, o padrão trigal é pouquíssimo conhecido, caracterizando uma produção voltada para a exportação a consumidores na América (SUSSMAN 1985: 7)[29]. O lúpulo nem existia no continente. Durante o século XIX, os maiores consumidores de louças decoradas com motivos associados à colheita e ao campo eram a América do Norte, e a produção em Staffordshire estava de olho nesta demanda, que relacionava a crescente

[29] Cerâmicas inglesas produzidas para o mercado norte-americano diferiam quanto ao principal tema abordado pelas decorações, entre 1790 e 1825, em relação às louças produzidas para consumo local na Inglaterra, as saber motivos e cenas que giravam em torno do nacionalismo americano, imagens populares no país e mesmo sentimentos anti-britânicos, apesar de uma semelhança nas formas e nos motivos florais e pastorais (NELSON 1980: 93).

popularidade dos trigais ao afluxo de agricultores para o oeste do continente (SOUSA 1998: 179). Quando os EUA estavam voltados para a produção de cereais, nos anos 1860, os motivos trigais cresceram em popularidade (WHETERBEE 1985: 76) e os oleiros passaram a estabelecer uma identidade com o produto, tornando-se consumidores em potencial (SOUSA 1998: 179). Seria possível falar de uma relação entre os motivos decorativos da FSC e o *background* rural da maior parte dos trabalhadores?

A ata de inauguração da nova sede do Sindilouça, de meados dos anos 1930, ao descrever a concorrência da produção brasileira com a louça do Japão e a louça inglesa, chama atenção para uma decoração específica, segundo o documento, bastante comum no Rio de Janeiro, chamada "espiga de trigo", ou seja, o arqueológico "Trigal". "Espiga de trigo" é uma clara "adaptação da compreensão das imagens a um conjunto de referências locais" (FRANCISCO 2007: 47) e indica que esquemas classificatórios êmicos e éticos não expressam necessariamente a mesma coisa (WÜST 1999: 315). "Ceres" conota realidades clássicas greco-romanas cujas imagens têm muito mais a ver com um século XVIII europeu do que com uma realidade brasileira do século XX; a espiga, enquanto representação de um alimento, num país eminentemente agrícola como o Brasil, tem relação muito mais intrínseca com o padrão do que a deusa romana da colheita. Além disso, enquanto em português a referência é a da espiga de trigo, não há um correspondente, no universo cerâmico, em inglês, a *wheatear*, um fruto, portanto, da relação entre oralidade e figuração.

Segundo Braudel, junto do milho e do arroz, o trigo foi uma das plantas que organizou "a vida material e por vezes psíquica dos homens muito em profundidade, a ponto de se tornarem estruturas mais ou menos irreversíveis". No Brasil, o trigo, *triticum aestivum*, enfrentou culturais rivais como o milho e a mandioca e se implantou somente com a valorização da alimentação e dos hábitos dos imigrantes que aqui chegavam (SANTOS 1995: 137). A partir de meados do século XIX houve uma campanha em defesa do trigo, em detrimento do milho, encarado, por vezes, como um "subcereal", seguido do incentivo do governo a atividades industriais, no âmbito desta produção, com a imposição do estabelecimento de moinhos. O trigo, desde então, esteve no meio dos conflitos em torno das carestias de alimento e do pão. Quando as fábricas brasileiras iniciam a produção de decorações com motivos trigais é o momento em que a produção de trigo passa a ser efetivamente incrementada no país (pós-I Guerra Mundial), com restrição às importações (SILVA 1992: 30).

Os motivos das louças encontradas no sítio Petybon, portanto, dialogam com uma conjuntura, nas artes e na sociedade, de mudanças em relação ao campo, pressupondo sempre que todo o estilo tem um referente social e histórico (WIESSNER 1991). Fica claro, na soma de motivos e padrões decorativos, associados às técnicas de aplicação, bastante artesanais, que a temática adotada pela fábrica é a do bucólico e do campestre. Frutos, flores, ramos, gavinhas, guirlandas, lírios, pontos, faixas e frisos, são todas decorações bastante singelas e simples, que caracterizam motivos variados que, agregados, caracterizam um tema: o bucólico ou "daquilo que se entende por bucólico", como se perguntou Raymond Williams (1989: 26).

Esta primeira metade de século XX é um momento de intenso êxodo rural e de migração de camponeses para a cidade. Passa a existir, assim, uma nova relação com o campo, uma vez que o campo vai à cidade. Pergunto-me se não procede o pensamento inverso de que houve uma *ruralização* da cidade e não, necessariamente, uma urbanização do campo ou uma urbanização dos hábitos daqueles camponeses que migraram para a *urbs*. Num país ainda eminentemente rural, como o Brasil, da primeira metade do século XX, qual o papel de todas essas pessoas campesinas na determinação de demandas e produções? Temas associados ao bucólico estariam relacionados a um *background* cultural rural?

Decorar o bucólico nas louças em faiança fina chega a ser paradoxal num mundo onde o conceito de modernidade engendra diversos discursos e pauta variados projetos para a cidade de São Paulo. No mundo das fábricas e da industrialização, qual o espaço para o bucólico? Talvez faça sentido pensar naquilo que De Decca (1999: 308) chamou de "modernização conservadora" na qual, apesar de novas matérias primas, velhas formas e decorações mais tradicionais perduraram. Pode-se pensar também que a decoração das louças soa como uma resistência ao mundo moderno de um cosmopolitismo industrializado, ao emparedamento sufocante da cidade. Ou ainda que o tema do bucólico dialoga com a nova relação da cidade com a natureza neste começo de século XX, utilizada em diversos discursos identitários (ainda mais se considerarmos o uso de plantas nativas nas representações). Talvez os florais das louças não sejam necessariamente paradoxais se pensarmos que a São Paulo da época era esse campo-cidade ou um rururbano-urbano na qual os elementos da vida rural ainda estavam presentes e constituíam e faziam sentido dentro da modernidade que se conformava. Campo e cidade são uma questão de perspectiva (WILLIAMS 1989: 21).

O bucólico nas louças da Santa Catharina eclode juntamente com as novas relações com o campo que, se por um lado é combatido por alguns projetos de modernidade que

procurar extirpar o arcaico e o tradicional ligado ao campestre, por outro lado ressalta no campo e na natureza bucólica uma identidade nacional. Este é o momento de conformação do Jeca Tatu, por exemplo, mas também da conformação do Departamento de Cultura de São Paulo, quando Braudel, Lévi-Strauss e Mário de Andrade saem pelo interior do Estado na busca do nacional (RAFFAINI 1991).

É redundante, no momento, voltar à idéia de que as louças da Fábrica Santa Catharina possuem uma especificidade. Todo meu discurso está sendo pautado na idéia de mostrar e ressaltas as diferenças e particularidades destas louças em relação às louças estrangeiras que abundam nos sítios arqueológicos históricos. Quando Francisco Salles Vicente de Azevedo, presidente do SINDILOUÇA, em 1947, afirma haver traços semelhantes entre todos os estabelecimentos fabris no estado de São Paulo, ele quer dizer que foram fundados e orientados, desde seus primeiros anos de existência, por muitos técnicos e operários, procedentes da região milanesa e que sorveram seus conhecimentos numa mesma fonte; isto permitiria uma generalização no sentido sítio Petybon/ Fábrica Santa Catharina → louças brasileiras em faiança fina. Se necessário fosse apontar alguma fonte de inspiração, consciente, para a indústria de cerâmica brasileira, neste começo de século, eu diria que a Itália e a indústria italiana, muito mais que a Inglaterra, esteve bastante presente. Com isto não ignoro o peso das louças inglesas na formação de um imaginário, como já comentei, em torno do que se entendia como louça branca. Mas a louça brasileira é mais: é uma soma de conjunturas brasileiras, de lapeanos antigos, de imigrantes dos mais diversos locais, de donos, proprietários e consumidores com gostos diversos que, no final, acabaram colaborando para a conformação de aspectos a partir dos quais foi possível determinar: isto é louça nacional. Afinal, *decorar*, etimologicamente, implica em gravar, de alguma forma, uma informação adquirida.

Por isso, dizer que um floral brasileiro "imita" um *peasant style* é limitar demasiadamente o olhar sobre estes artefatos e toda a dinâmica que possibilitou sua existência e o início de sua produção em São Paulo. Como disse Quatremère de Quincy (2004: 93), em 1823, todo tipo de imitação produz semelhanças, mas "se toda imitação produz semelhança, nem toda semelhança é necessariamente um produto da imitação". Se os florais se assemelham, não quer dizer que foi uma tentativa de cópia ou imitação (ou mesmo emulação). É interessante ressaltar que tudo que aponta para uma imitação da louça brasileira em relação à inglesa é pautado na decoração, muito mais do que no objeto, na forma, em si. Por que produzir louça branca, tigelas, terrinas, xícaras, penicos, também não seria

“imitação”? Para Quincy (2004: 94), repetições orgânicas ou mecânicas não despertam em nós a idéia de semelhança ou imitação, justamente porque lhes falta o que constitui a condição primeira da imitação: a imagem. Mas, se pergunta Quincy, a idéia de semelhança implica não haver diferenças? Não, porque se esta fosse a definição de semelhança, só se conseguiria com isso provar que não existe. A semelhança opera sua confusão na desatenção; vistas mais de perto ou examinadas com cuidado, todas as coisas vão apresentar variedades muito grandes – nem as folhas, de uma mesma árvore, seriam inteiramente semelhantes. Assim, a idéia de uma semelhança total e absoluta passa a ser uma abstração ou uma “quimera da realidade” (QUINCY 2004: 98). Com este pressupostos, analisei as decorações do sítio Petybon e montei uma planilha de análise com atributos que apontassem para este fim.

Tanto é original que a louça brasileira conforma-se em consonância com uma conjuntura nacional específica, especialmente no campo das artes. Refiro-me às expressões Art Nouveau no país e a arte moderna do final do século XIX e principalmente das primeiras décadas do século XX. Por isso, junto dos motivos florais, do tema bucólico e da associação com o campo e o rural, deste diálogo com os projetos de modernidade pensados para a cidade, é relevante abrir um parêntese para discorrer rapidamente sobre a técnica do estêncil, que nos ajuda a pensar a relação entre o estilo que caracteriza a FSC e um referencial social e histórico no qual se insere.

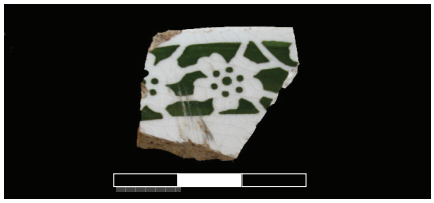
O uso do estêncil vai muito de encontro à sensação de fractais – formas geométricas de dimensão fracionária – bastante usados pelo Art Nouveau. É interessante pensar que o momento de associação entre o estêncil e expressão visual fractal é justamente o momento de constituição da teoria da geometria de fractais, no final do século XIX e início do século XX, apesar do termo ter sido cunhado apenas nos anos 1970. O estêncil e uma nova linguagem geométrica que lembra certa fractalidade são, justamente, frutos de novas relações entre estética e técnica, entre imaginação artística, invenção científica e experimentação tecnológica. No estêncil fractalizado, os fragmentos dão ordem a um caos de formas geometrizadas; a fractalidade repousa justamente num princípio de interação com a repetição de um mesmo motivo em escalas espaciais diferentes (LINS 1999: 266). Claro que o uso de estêncil não implica, necessariamente, a formação de imagens fractalizadas. O estêncil possibilita a aplicação de padrões, de espaços seqüenciais, caracterizando-se como um *craft* básico utilizado por qualquer um, mesmo sem saber desenhar ou pintar. A aplicação da técnica também é bastante rápida, sedutora a uma cadeia produtiva fabril. Esta técnica,

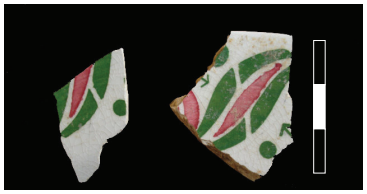
portanto, implicaria no uso de trabalhadores, na Santa Catharina, muito menos qualificados, em termos de pintura, do que aqueles necessários às decorações florais ou pintadas à mão livre.

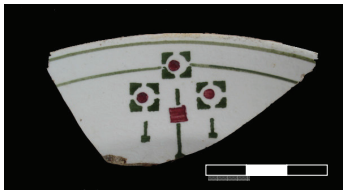
É interessante perceber também que ao mesmo tempo em que as fábricas brasileiras estão utilizando o estêncil em suas decorações, o movimento de arte abstrata do Construtivismo, após a década de 1910, começa a se utilizar de propriedades abstratas de superfícies pictóricas, da construção, da linha e da cor, relacionando arte e produção fabril e industrial, tirando proveito de meios técnicos de reprodução como o estêncil, em tipografias com cores uniformes e formatos simples (MARTÍNEZ 2005: 4). No século XX é criada a serigrafia, tipo de gravura a cores baseadas no princípio do estêncil e que permite a reprodutibilidade de uma mesma imagem-matriz (FREITAS 2005: 95) e depois o muito popular *silkscreen*. O movimento conhecido como *Stencil Art* destaca-se, nos anos 1930, dentre correntes modernistas da École de Paris (SPINELLI 2001). O estêncil também está associado a um mundo urbano e à cidade, ao cosmopolitismo e suas tensões sociais, expressas na arte através dos grafitti, por exemplo.

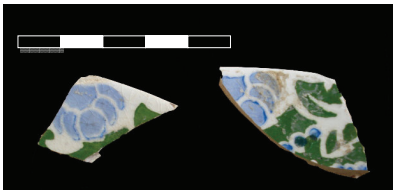
Sítio Peybon

Sítio Peybon


Sítio Peybon


Sítio Peybon

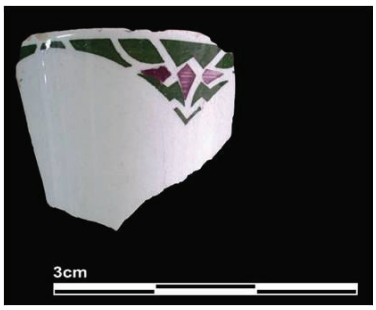

Sítio Peybon


Sítio Peybon

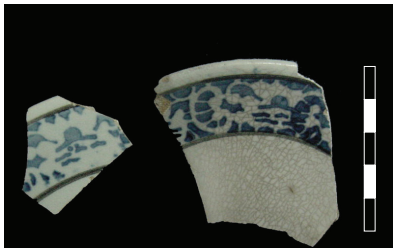
Sítio Peybon

Sítio Peybon

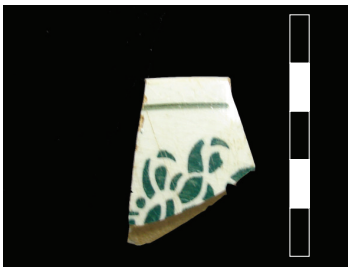
Sítio Peybon



Xícara em faiança fina de produção nacional: decoração fractalizada. Escavações na Quadra 090, bairro da Luz, São Paulo (ZANETTINI ARQUEOLOGIA 2009).



Pratos de sobremesa em faiança fina de produção nacional: decoração fractalizada. Sítio Instituto Bom Pastor (ZANETTINI ARQUEOLOGIA 2004).



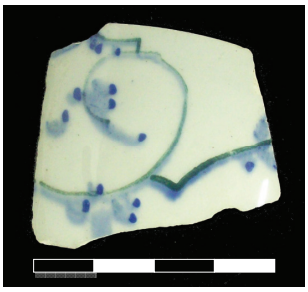
Tigela em faiança fina de produção nacional: decoração fractalizada. Sítio Instituto Bom Pastor (ZANETTINI ARQUEOLOGIA 2004).

Prato em faiança fina de produção nacional representando frutas. Sítio Instituto Bom Pastor (ZANETTINI ARQUEOLOGIA 2004).

Proponho, assim, que exista uma correspondência estética entre as decorações das louças analisadas e a expressão típica do espírito modernista denominado Art Nouveau. Acredito haver, portanto, dinâmicas entre as artes decorativas e o mundo artístico, e seus movimentos e escolas, assim como seus contextos históricos de inserção. Watney (1972) traçou a relação entre os temas e motivos de gravuras produzidas pelas artes no século XVIII e a origem de alguns *designs* das louças inglesas. O momento de emergência de motivos chineses e do *Chinoiserie*, na louça branca, por exemplo, é também, o momento no qual o interesse pela China começa a crescer, por volta de 1750 – até ser condenada pelo iluminismo europeu nos anos de 1840 (BERNAL 1994: 240) – e da conformação, nas artes, do termo "chinoiserie", a interpretação européia de temas chineses (SAMFORD 1997: 7).

Independente das variações de tempo e espaço, o Art Nouveau tem certas características constantes como a temática naturalista (florais e animais), a morfologia de arabescos lineares e cromáticos, a cor e a preferência pelos ritmos baseados na curva e suas variantes (volutas, espirais) (ARGAN 2004: 199). Ritmo este composto pela própria fluidez associada a decorações aquareladas, como comentei anteriormente. Existe, assim, um

repertório de temas e motivos no começo do século XX que, de modo mais geral, pode ser comparado tanto na arquitetura, como na pintura, e mesmo nas pinturas das louças, que eram comuns às mais variadas pessoas que compartilhavam a dinâmica do cotidiano na cidade. São circulações de idéias e imagens de outros espaços reelaboradas de formas particulares, adaptadas segundo idiossincrasias (CAPELATO 2005: 252). Por isso há semelhança quando olhamos para alguns aspectos da arquitetura eclética e a decoração das louças, por exemplo. As imagens abaixo mostram a semelhança entre as louças que denominei de "arabescos", um balaústre de escada típico do Art Nouveau, em Bruxelas, e os detalhes de uma das escadarias da Estação da Luz, construída no início do século XX, em São Paulo.



Fragmento de tigela com decoração em arabescos, sítio Petybon (Coleção IPHAN)

Detalhe de voluta da Estação da Luz, São Paulo (Foto: Ana Laura Azevedo)

Victor Horta, *Balaústre da escada da Casa Solvay* (1894-9) em Bruxelas (ARGAN 2004: 201)

Seria interessante pensar, igualmente, que as decorações das louças estariam de acordo com uma ideologia modernista que se opõe "à tétrica desolação das cidades deturpadas pela nascente industrialização" (ARGAN 2004: 189). Segundo Argan (2004: 202), o uso de temas como os da primavera e da floração explicar-se-ia pela rápida ascensão da tecnologia industrial, que dialogam com o que o moderno prezava por liberdade expressiva, da criatividade, da poesia e da juventude. Muitos dos arquitetos modernistas, por exemplo, consideravam a cidade o local da vida, e à arte caberia torná-la agradável, moderna, alegre. O estilo floreal, do Art Nouveau, objetivava revestir a cidade "com sua ornamentação alastrante como uma trepadeira, convertê-la numa segunda natureza" (ARGAN 2004: 189). Muitos dos técnicos decoradores italianos da Fábrica, por exemplo, vieram de Laveno-Mombello onde o *Stile Floreale* ficou bastante conhecido. As comunicações e novas

tecnologias trouxeram à tona, a partir do final do século XIX, a vida natural de todo o mundo, de modo nunca antes possível (GREENHALGH 2000: 55) e a natureza, aqui lida a partir do bucólico, passou a ser tema de inspiração.

Tudo isto parece ter criando uma demanda pela temática ou por uma estética do bucólico e do campo na performance visual das cerâmicas da FSC. Como lembra Alarcão (1995), a decoração, como forma de linguagem, signo transmissor de mensagens, polissêmico, é suscetível de modulação ou de modular uma reação, não necessariamente intencionais. Estas decorações remetiam a qualquer coisa que não são, também enquanto signo ou sinal (ALARCÃO 1995): não eram flores empíricas mas remetiam a, remetiam ao campo e ao rural. A partir de um *corpus* de conhecimento relativo à tecnologia de produção de artefatos cerâmicos, oleiros e oleiras criaram decorações adequadas às novas demandas (ZANETTINI 2005: 318) da sociedade industrial urbana paulistana.

Toda a variabilidade decorativa da coleção associa-se a necessidades de favorecer uma melhor performance visual destes artefatos, quando consumidores geraram demandas por vasilhames que tivessem aspectos agradáveis aos padrões da sociedade regional (ZANETTINI 2005: 337). Por outro lado, fabricantes planejaram, a partir das louças, com base em suas visões de modernidade, mudanças na sociedade pautando-se na produção de decorações que dialogavam com gostos e aspectos da estética das artes plásticas e da arquitetura moderna, em contraposição ao que se considerava colonial e que se deveria extirpar. Segundo provável determinação de técnicos e proprietários da Fábrica, decoraram as louças com temas e motivos associados ao campo, aos florais, ao bucólico, ao primaveril, etc. Dentro destes limites, existiu uma gama ilimitada de representação de flores e outros elementos, especialmente no que concerne às decorações em superfícies não-modificadas, variantes de acordo com padrões mentais estabelecidos criados por efeitos visuais resultantes dos modos como ações foram exercidas sobre instrumentos que alteraram a superfície dos objetos cerâmicos (SCATAMACCHIA 2005: 9).

SUB-CAPÍTULO 4.3

AS LOUÇAS NA PUBLICIDADE DOS PERIÓDICOS *O ESTADO DE SÃO PAULO* E *O CORREIO PAULISTANO*

> *Despedindo-se, o velho Albernaz corria aos armazéns, às lojas de louça, comprava mais pratos, mais compoteiras, um centro de mesa, porque a festa devia ser imponente e ter um ar de abundância e riqueza que traduzisse o seu grande contentamento* (Lima Barreto **O Triste Fim de Policarpo Quaresma**, 1915)

Ao estudar a cultura material no que concerne às louças brancas, não deixei de submergir nas demais fontes que giram em torno deste tipo de material, já que o estudo da cultura material não é apenas a análise das fontes materiais, mas igualmente de "todas aquelas que possibilitem a compreensão de universos materiais" (BARBUY 2006: 24). Recorri às publicidades de periódicos que circularam na cidade de São Paulo durante o período de funcionamento da Fábrica Santa Catharina, quando as novas mídias e veículos de comunicação em massa se fizeram cada vez mais presentes: cartazes, revistas ilustradas, periódicos, etc. Foi possível realizar, assim, alguns apontamentos em torno de como a louça foi representada pela publicidade, assim como onde estava sendo comercializada e a que valores. Com isto, a publicidade me transportou para outro contexto geográfico: saindo dos subúrbios e da zona rural e periurbana do bairro da Lapa, fui levado ao centro velho da cidade, ao comércio pulsante que se estabelecida na região outrora conhecida como Triângulo. São justamente as lojas estabelecidas na área do Triângulo que passam a investir na publicidade, que vai ganhando novas formas através de um grande número de anúncios em jornais, gradativamente mais ilustrados, reflexo do sistema capitalista de produção/propaganda/consumo que se fez sentir na cidade por volta dos anos 1850 (BARBUY 2006: 77). É na virada do século XIX para o XX que as transformações expressivas no campo econômico em São Paulo foram marcadas pela diversidade de investimentos, ampliação do mecado consumidor e pela popularização do uso de produtos industrializados, pricipalmente de utilidades domésticas (PETRATTI-TEIXEIRA 2004: 307).

Por trás das publicidades analisadas, não se pode esquecer da presença de ideologias e posturas da imprensa. Para Maria Helena Capelato, a imprensa paulista externava com desagrado a consciência do atraso material do nosso país não poupando comparações com as sociedades tidas como mais desenvolvidas, "esforçando-se para compreender a situação do Brasil e sugerir medidas que eliminassem os entraves ao progresso. Porque o progresso material foi sempre interpretado como condições primeiras para superar-se o atraso e elevar o

país a grande potência mundial" (CAPELATO 1989: 29). Aliando-se a um projeto de modernidade, a publicidade, como discurso pretensamente homogeizador, entrava em confronto com diversidade das práticas cotidianas (PADILHA 2001: 22). Tal qual o cinema e a fotografia, junto das quais teve expansão simultânea, a publicidade surgia como uma forma de comunicação própria das cidades modernas, relacionada à metropolização que transformou significativamente a vida na cidade, ao rápido crescimento populacional, novas relações de trabalho e reordenações de espaços (PADILHA 2001: 66).

Para Padilha, a publicidade surgia como "experiência forjada", eficiente diante dos aspectos inusitados do contexto urbano; tornava-se o veículo de uma infinidade de informações que, circulando no espaço público "faziam parte daquilo que consubstanciava a subjetividade do homem urbano, moldada mesmo no afrontamento ininterrupto entre idealizações e a concretude do dia-a-dia que se destrinçava, finalmente, nos arranjos da vida cotidiana" (PADILHA 2001: 25). No contexto de mudanças em padrões de vida, como foi o começo do século, a publicidade, para a autora, desempenhou papel importante na consolidação de status e valores de referência ao divulgar e consolidar comportamentos e certa domesticação de gostos e costumes (PADILHA 2001: 26), desempenhando papel que ia de encontro às ganas de legitimação do projeto civilizador das elites paulistanas. Não obstante um discurso homogeneizador, a publicidade teve relevância na urbanização de São Paulo não por uma atuação normativa esmagadora, mas por estabelecer com o publico relações circulares, de influência mútua e troca de informações entre a produção e o consumo nos anúncios. "O caráter normativo ou ideológico das representações criadas na publicidade é sempre filtrado pelo uso que delas fazem os consumidores" (PADILHA 2001: 28).

Com estes pressupostos, construí um *corpus* de publicidades nas quais referências às louças acontecessem, tentando formular questionamentos sobre como esse produto aparece e é tratado em alguns periódicos do começo do século XX. Ressalto que, para a análise das imagens de louças, utilizo o conceito de representação de Roger Chartier (1991), assim como o pressuposto de Starobinski, segundo o qual, no que concerne a imagens, pinturas e a arte, por longo tempo ainda usam-se "formas herdadas no momento mesmo em que se deseja proclamar a decadência do mundo antigo" (1989: 17-18). É lógico, portanto, que uma imagem será resultado de pensamentos anteriores a ela, uma confluência de símbolos e pensamentos estabelecidos anteriormente (STAROBINSKI 1989). Ela, no entanto, nunca deve ser lida mimeticamente como a aparência de uma realidade (BHABA 2007: 85); por

isso, as imagens de louças são o que Bhaba chama "representações fendidas", que tornam presente algo ausente – não são as louças, mas são representações das mesmas.

Por outro lado, esclareço que mesmo que haja um discurso de "caça" ao colonial, à tradição, não quer dizer que isto ocorresse no mundo empírico e acho que muito dessas representações de louças nas publicidades são devedoras de um imaginário coletivo sobre a louça branca, que ainda circulava, e que tinha muito a ver em como esta foi sendo construída e interpretada, pelo menos durante os últimos anos do século XIX.

Inspiro-me igualmente nas sugestões de abordagens relacionadas a iconografias de Helena Barbuy (2006: 26), para a qual esta pode ser usada como "veículo de representações sociais". Por isso, pressuponho que as publicidades aqui apresentadas possuem um discurso, por vezes bastante claro, por vezes paradoxal ou truncado, pautado em diversos projetos de modernidade pensados pela elite paulistana e no diálogo com o mundo do consumo e da produção.

Para tal, elenquei dois jornais, com publicação ininterrupta entre 1913 e 1937: *O Estado de São Paulo* e *O Correio Paulistano*. Quando dei início a leitura dos documentos, meu objetivo era encontrar publicidades de louças brasileiras em jornais, assim como tem-se para louças estrangeiras no século XIX e XX. O resultado foi oposto. Não há propagandas de louças brasileiras (ou pelo menos que denotem ou indiquem uma nacionalidade da produção) nos periódicos em questão, o que me fez ampliar o olhar e tentar pensar no porque deste vazio e como as louças, seriam encaradas por veículos de comunicação sabidamente elitistas, durante o período de funcionamento da Fábrica Santa Catharina.

É comum um clichê de anúncio ser veiculado durante meses, às vezes anos, somente para estar presente na mídia ou fazer média com o proprietário do jornal, não raro um conterrâneo político (CADENA 2001: 37). Como uma das características das publicidades em periódicos, nessa época, era, justamente, esta perenidade e pouca variabilidade, elenquei alguns anos sobre os quais me debrucei para a investigação. Assim, para *O Estado de São Paulo*, levantei 88 publicidades, lendo os jornais dos anos 1913, 1915, 1918, 1922, 1926, 1933, 1935 e 1937; já para *O Correio Paulistano*, levantei 69 publicidades, lendo os anos 1913, 1915, 1918, 1922, 1925, 1928, 1930, 1934 e 1937.

Importante ressaltar que é no final do século XIX que se aprimoram os veículos de comunicação, com a técnica da fotogravura, o *boom* das revistas ilustradas e o processo de cromotipia (CADENA 2001: 12). Somente no final dos anos 1920 a imagem ganha relevância, ao mesmo tempo em que tem início o fim dos anúncios a traço. O período entre os

anos 1920 e 1930 é marcado pela afinidade entre anúncios, propagandas e os "ventos reformistas" da Semana de Arte Moderna de 1922, quando o consumidor é estimulado a adquirir produtos importados para seu conforto e decoração do lar (CADENA 2001: 36). Além disso, se desde 1850 a grande maioria dos anúncios provinha da Indústria Farmacêutica, a partir do começo do século XX os alimentos e as bebidas foram ganhando espaço como grandes novidades, e muito da publicidade em torno da louça insere-se nessa dinâmica. Para a nova "estética cosmopolita" que se introduzia na cidade, a publicidade comercial era um exemplo que se expandia, acompanhado os projetos urbanísticos, a arquitetura dos edifícios, o surgimento e organização das vitrines e as exposições especiais dentro das lojas (BARBUY 2006: 24).

No Brasil, a imprensa conquista as ruas no início do século XX a partir da venda avulsa, já que, no século XIX, sua venda estava veiculada a postos fixos em livrarias ou nas próprias redações (JANOVITCH 2003: 216). Do mesmo modo, no século XIX poucos eram os assinantes de periódicos fora do centro urbano, aspecto que muda a partir do século seguinte. Soma-se a ampliação do público leitor ou do público atingido pela divulgação de notícias e publicidades pela mídia impressa, a chegada do trem, dos bondes, as melhorias no correio e a venda dos jornais pelas ruas da cidade.

Por fim, no que concerne a um aspecto metodológico, dois pontos devem ser esclarecidos. O primeiro é que classifiquei a publicidade organizando-a segundo três grandes grupos: 1º) onde existe referência escrita a louças (ou palavras que denotem louças), 2º) quando há imagem de produto de louça e esta é o foco do anúncio, 3º) quando há uma imagem de louça, mas ela não é o foco do anúncio. Analisei, igualmente, formas e padrões decorativos nas imagens, assim como terminologias e nomes que os objetos em louça branca ganhavam na publicidade. Outro ponto importante é que enquanto representações das louças, as imagens muitas vezes não são de todo claras. No entanto, após a consulta a diversos jornais, percebi que existe um partido para a representação dos recipientes feitos em cerâmica branca e, em geral, coletei as imagens e anúncios com figuração do que seriam louças por pressupostos negativos, ou seja, daquilo que a louça não era: a) diferente das representações de objetos de vidro, nunca são transparentes; b) diferente dos metais, nunca são cinza ou com reflexo.

Representação de produtos de metal. Anúncio dos metais Gloria da Casa Bento Loeb. *O Estado de São Paulo*, 08/10/1910

Representação de um copo de vidro (nota-se a transparência). Anúncio do creme dental Royal Briar. *O Correio Paulistano*, 19/02/1937

Representação de um serviço de "louça fina". Anúncio dos produtos da Joalheria Worms. *O Correio Paulistano*, 21/12/1937.

<u>*O Estado de São Paulo*</u>

O Estado de São Paulo é um periódico, que existe hoje, fundado sob os ideais dos grupos republicanos em janeiro de 1875, quando ainda chamava-se *A Província de São Paulo*, nome que conservou até dezembro de 1889. Quando o então redator-chefe, Francisco Rangel Pestana, se afastou para trabalhar no projeto da Constituição, em Petrópolis, Julio Mesquita assumiu efetivamente a direção do *Estado* e deu início a uma série de inovações. Ao final do século XIX, o *Estado* já era o maior jornal de São Paulo, superando *O Correio Paulistano*. Propriedade exclusiva da família Mesquita a partir de 1902, o *Estado* apoiou a causa aliada na Primeira Guerra Mundial, sofrendo represália da comunidade alemã na cidade, que retirou todos os anúncios do jornal – daí os anúncios da Casa Allemã aparecerem, em minha amostra, somente a partir de 1926. Mesmo assim, Mesquita manteve a posição de seu diário. Em 1930, *O Estado*, ligado ao Partido Democrático, apoiou a candidatura de Getúlio Vargas pela Aliança Liberal. Vargas foi derrotado nas eleições, mas assumiu o poder com a Revolução de 30, saudada pelo jornal como um marco do fim de um sistema oligárquico. O chamado Grupo do Estado assumiu em 1932 a liderança da revolução constitucionalista e, com sua derrota, boa parte da diretoria foi enviada ao exílio.

A ligação de Júlio de Mesquita com os EUA corresponde à proximidade, cada vez maior, do Brasil com o mundo anglo-americano, impulsionado por um domínio economico capitalista, pela circulação de mercadorias e de imagens publicitárias (BARBUY 2006: 24). Julio de Mesquita Filho foi um grande admirador do país, sugerindo identidades de comportamento entre paulistas e saxões norte-americanos, mostrando-se favorável à imitação

do modelo norte-americano em varios aspectos (CAPELATO 1989). Muito da publicidade d'*O Estado de São Paulo* é devedora desta postura. A forma de explicitar preços e as abordagens nas publicidades aproximam-se mais da publicidade americana do que da gaulesa. O modelo americano de um apelo à vida moderna pautada no consumo é percebido na maior parte das posturas das publicidades analisadas nesta dissertação.

A leitura dos periódicos permitiu sanar algumas lacunas: quem estava ofertando produtos de louça em São Paulo entre os anos de 1910 e 1937? Para a cidade, segundo Carvalho (1999: 96), a primeira referência a uma loja de louça recua a 1822, num armazém em frente a rua do Colégio, na qual vendiam-se pratos e tigelas de pó-de-pedra. São vários os almanaques em que consta a venda, em armazéns, de louças e molhados, nos quais vendiam-se também talheres, brinquedos, objetos de cozinha. Em 1886, por exemplo, o Grande Empório da Luz comercializava máquinas de costura, serviços de metal, arados para lavoura, bules, açucareiros, pratos, sopeiras, xícaras, etc. (CARVALHO 1999: 97). Para o autor, até meados do século XIX, os anúncio de louça não faziam nenhuma distinção sobre tipos de louça, citando apenas a venda das peças. Mas com as últimas décadas do século, aparecem as primeiras lojas de "louças finas", referindo-se, provavelmente, a faianças finas e porcelanas, termo que se contraporia às faianças portuguesas, com menor destreza no acabamento (CARVALHO 1999: 99). Desde finais do século XVIII, as lojas de louça passaram a instalar-se na rua do Comércio, e com a expansão comercial, as ruas do Triângulo passaram a ser ocupadas.

Na cidade de São Paulo, do começo do século XX variados eram os lugares onde a louça era comercializada: joalherias, armazéns, lojas de roupa ou nas chamadas "casas de louça", com uma abordagem comercial mais especializada. Em *Os Condenados*, por exemplo, romance de Oswald de Andrade, de 1922, a personagem Alma, no bordel, relembra os tempos anteriores a Mauro: "Os poucos que a haviam conhecido nos bons tempos, quando o avô Lucas, depois de fechar a sua **casa de louças**, fora cinco anos gerente de uma grande firma, na Ladeira João Alfredo" (1970: 54).

Neste período de século XX, as lojas que comercializavam louças, cujas informações estão nas publicidades do Estado, eram:

Anunciante	Logradouro
Casa Alemã	Rua Direita, 16-20
Casa Francesa L. Grumbach Ltda	Rua São Bento, 69; Rua Libero Badaró, 5
Casa Michel	Rua 15 de Novembro, 25-27
Casa Hasson	Rua Direita, 39A
Almeida Silva & Cia	Rua General Carneiro, 13-15
O Japão em São Paulo - Fujisaki & Comp.	Rua São Bento, 68A
Casa Carvalho Filho	Rua Direita, 31; Rua São Bento, 23
Casa Edison	Rua 15 de Novembro, 55
Mappin & Webb	Rua 15 de Novembro, 28
Casa Lebre	Rua Direita, 6; Avenida São João, 185
K.ITO Importador de Louças	Rua Brigadeiro Tobias, 17A
Casa Brasil	Rua Sebastião Pereira, 36-38
Hachiya, Irmãos & Cia	Rua Brigadeiro Tobias, 684-688
Mappin Stores	
Casa Porcelana	Avenida São João, 304
Casa São João	Rua Líbero Badaró, 370

São lojas que se concentram na região do Trângulo, o coração comercial da cidade, delimitado pelas ruas 15 de Novembro, Direita e São Bento. Para Barbuy (2006), o Triângulo paulistano representou o comércio como uma atividade propulsora e dinamizadora dos modos de urbanização levados a cabo na e pela cidade. Até o começo do século XX o comércio paulistano, especialmente o de bens industrializados, concentrou-se no Triângulo, diferente do comércio de víveres e das atividades fabris, empurrados para as áreas mais periféricas. A expansão da área comercial se deu com a expansão do Triângulo e com as reformas urbanas que resultaram, por exemplo, na demolição de quarteirões inteiros na Sé ou no alargamento da rua Libero Badaró (BARBUY 2006: 29).

Para a autora, em São Paulo, "o comércio nao constituiu um sistema para circulação e consumo apenas de produtos locais, fossem artesanais ou industriais, mas também ... de produtos estrangeiros" (BARBUY 2006: 28); deste modo, o raciocínio segundo o qual a indústria antecede e impulsiona a expansão do comércio parece não se aplicar em torno de alguns produtos, no caso paulistano, uma vez que seria a presença de variados artigos

forâneos oferecidos pelo comércio um dos impulsos ao desenvolvimento de indústrias locais (BARBUY 2006: 28), criando uma demanda, por exemplo, para louças brancas, já conhecidas por um grande mercado consumidor e já com um público bastante grande no final do século XIX.

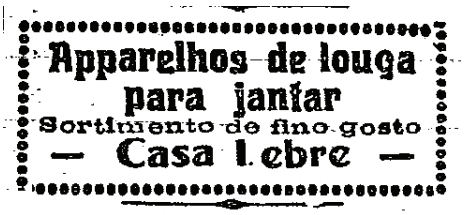
As publicidades aqui estudadas referem-se às casas comerciais cuja própria materialidade implicava nas noções de circulação e consumo de mercadorias, idéias, valores e padrões a serem apreendidos pela perspectiva da cultura material (BARBUY 2006: 25). Este comércio dialogava com o que Barbuy chamou de "cidade-exposição", no que as preocupações urbanísticas e arquitetônicas, a exibição e a estética festiva, eram parte intrínseca do urbanismo moderno. As ruas do Triângulo, por sua vez, eram "galerias de exposição" com suas vitrines e cartazes. O comércio passou a ser organizado com fim de estimular a apreciação visual e exibir a quantidade e variedade de coisas; o consumo seria apenas um dos efeitos desencadeados, junto da qual a absorção de uma nova perspectiva de mundo ("modernidade") passava pelo exercício da observação visual dos objetos (BARBUY 2006: 78-79). As imagens de louças na publicidade, para mim, inserem-se neste contexto e neste discurso. Basta saber como elas serão apropriadas na prática.

Mil novecentos e quatorze, ano seguinte ao início das publicidades aqui selecionadas, delimita o ano de uma nova configuração do Triângulo, que sofreu reformas urbanas resultantes, e resultados, de indícios de verticalização, novos planos arquitetônicos e reformas de fachadas segundo normas que visavam aproximar o centro paulistano de alguns parâmetros europeus, pautados, igualmente, nas teses higienistas de amplitude e circulação, e no combate ao colonial, a taipa e aos resquícios materiais vistos como mais tradicionais. O objetivo seria, através de novas edificações, projetar um modelo de modernidade pautado na imponência de signos que representavam "novos tempos" da cidade, cosmopolita, suprimindo as características provincianas e os vestígios do passado (BARBUY 2006: 101).

Assim, as casas comerciais que comercializavam louças brancas, cujos nomes obtive através da publicidade, localizavam-se nesta região da cidade em edifícios com novos formatos que não aqueles que muitas das casas possuíam na virada do século XIX para o XX. Se, como mostrou Carvalho, poucas eram as lojas especializadas em louças no século XIX, no século seguinte, já surgiram comércios especializados em louças, como o "K.ITO importador de louças" ou a "Casa Porcelana". Cabe ainda tecer comentários sobre algumas das lojas encontradas.

A Casa Lebre, por exemplo, foi instalada primeiramente, em 1858, num velho sobrado pertencente ao Barão de Tietê (João Manoel da Silva), com a firma Lebre, Irmão e Cia, como uma loja de ferragens. A rua XV de Novembro chamava-se, então, rua da Imperatriz. À frente da firma estavam os irmãos João Lopes Lebre e Joaquim Lopes Lebre, o futuro conde de São Joaquim e posterior fundador e primeiro presidente da Sociedade de Beneficência Portuguesa. A pequena loja de ferragens transformou-se num estabelecimento comercial, a Casa Lebre, que logo ganhou fama na cidade. Com a entrada de um novo sócio, Feliciano Cerveira de Melo, o nome da firma proprietária da loja passou a ser Lebre, Irmão e Cia, depois Lebre, Filho e Cia. Posteriormente o conde de São Joaquim afastou-se da sociedade, deixando o lugar para o seu filho, Joaquim Lebre Filho. A razão social mudou para Lebre Filho S.A, e depois, Mello, Sobrinho e Cia. A Casa Lebre oferecia uma gama enorme de produtos como perfumes finos, brinquedos, artigos domésticos, louças, cristais, ferro esmaltado, etc. Em 1906 o sobrado do barão de Tietê foi demolido para dar lugar a um moderno prédio construído pelo engenheiro Eduardo Gonçalves inaugurado, como sede da Casa Lebre, no ano seguinte.

Em fevereiro de 1915, com a retirada do sócio Augusto Cerveira de Mello, a firma responsável pela Casa Lebre passou a chamar Mello, Filho e Sobrinho. Eram seus sócios Feliciano Cerveira de Mello, Antonio Cerveira de Mello e Feliciano Lebre. A Casa Lebre dispunha também de um refinado setor de lanches. Ali, o jornalista João Quadros Jr., no começo dos anos 20, convenceu a um dos novos diretores da loja, Feliciano Lebre Mello, a investir no ramo da exibição cinematográfica. Foi criada a firma Empresa Paulista de Diversões que construiu o luxuoso Cine República, inaugurado em 1921. O novo negócio, porém, não se mostrou rentável como se esperava e comentava-se que as vultosas quantias investidas no cinema acabaram afetando as finanças da Casa Lebre até levá-la ao fechamento. Entretanto, com a sua saída da sociedade da Casa Lebre, Joaquim Lopes Lebre Filho continuou com a firma Lebre Filho & Cia, que também usava o nome de Casa Lebre. Esta segunda Casa Lebre funcionou quase na frente da primeira, à rua XV de Novembro, esquina com rua Anchieta, dedicada à fabricação e importação de ferragens e artigos de arame.



O Estado de São Paulo, 05/01/1918

A Casa Francesa L. Grumach, aberta por Lazare Grumbach, correspondia a uma forma corrente para denominar, na França, grandes armazens (depósitos), onde se estocavam e comercializavam porcelanas e cristais em quantidade (BARBUY 2006: 150). Segundo Barbuy (2006: 151), o produto mais prestigioso da Casa Franceza eram as porcelanas de Limoges, e após período de prosperidade tornou-se "representante das pratas Christofle e dos cristais Baccarat na cidade, além dos bronzes vidros, louças banais, filtros para água, utensilios domésticos e artigos de fantasia em geral".

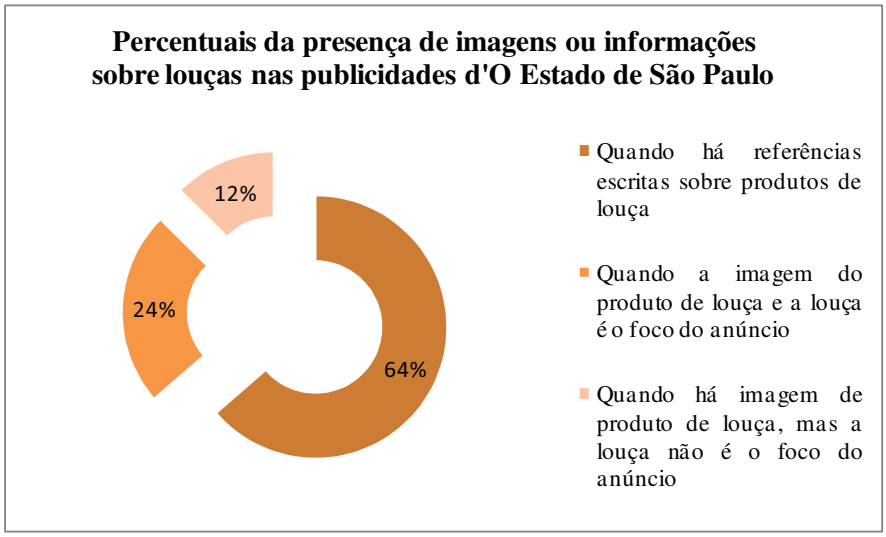
A loja conhecida como "O Japão em São Paulo", razão social Casa Fujisaki, foi inaugurada em 1906, na rua São Bento, nº 58, comercializando produtos de fabricação japonesa como lenços de seda, estampas para bordado, tecidos, chás, cerâmicas, peças em bambu, leques, etc. Nos anos seguintes, abriu filiais em Salvador, Recife, Rio de Janeiro e Buenos Aires. Nos primeiros anos da imigração japonesa no Brasil, as atividades das Casas Fujisaki não se restringiam ao âmbito comercial, estendendo-se a servir, nos mais variados aspectos, aos primeiros imigrantes, tanto que a casa passou a atuar como "consulado informal do Japão" no Brasil. A Casa Fujisaki associa-se a todo um movimento indicativo do estabelecimento das modas orientais na cidade (BARBUY 2006: 172).

É também esta a conjuntura do estabelecimento das lojas de departamentos em São Paulo, que modificaram consideravelmente o cenário urbano, como, por exemplo, a Casa Alemã, a Mappin & Webb e a Mappin Stores. A Casa Alemã, inaugurada em 1883, por Daniel Hegdenreich, imigrante alemão que tornou-se empregado da loja de ferragens de João Fischbacher na rua da Imperatriz. Relativamente uma casa comercial simples, no período, a Casa Alemã abriu uma filial em Campinas em 1887, depois em Santos (1890), Ribeirão Preto e Jaú (1912) e no Rio de Janeiro (1919). Apenas em 1893 a Casa Alemã mudou-se da Ladeira Municipal para a rua Direita, 10-B, após incêncio, e em 1904 para a rua Direita, 16-18, "onde fez edificar um prédio em moldes cosmopolitas, com enormes janelas de vidro cobrindo toda a frente" (BARBUY 2006: 211). Depois de um novo incêncio em 1909, a Casa Alemã mudou-se novamente, desta vez para a rua XV de Novembro, 40 e, em seguida, para a rua

Direita, 31, 33 e 37 (BARBUY 2006: 214). Inaugurou um novo edifício em dezembro de 1910, ainda maior que os anteriores, firmando-se como uma loja de departamentos segundo o modelo europeu e americano.

Em 1912, a Mappin & Webb, da Inglaterra, chega a São Paulo, e no ano seguinte, em novembro de 1913, ano de fundação da Santa Catharina, os irmãos ingleses Walter e Hebert Mappin fundam a Mappin Stores, à rua XV de Novembro. Em 1919, a loja se mudou para a praça do Patriarca e, em 1939, foi para a praça Ramos de Azevedo. Para Cadena (2001: 39), a Mappin Stores, inovando em seu leiaute, no conceito de loja de departamento e, sobretudo, na comunicação, atingiu seu público alvo, a elite paulistana, através de uma estratégia de mídia sem precedentes. N'*O Estado de São Paulo*, por exemplo, o Mappin determinou uma posição fixa no jornal, sempre o canto direito da sétima página, destacando-se como o único estabelecimento de varejo a anunciar todos os dias. A partir de 1924, o Mappin diversificou-se na mídia, buscando novos *targets* e, aos poucos, tornando-se popular, o que efetivamente ocorre após os reflexos da crise de 1929 (CADENA 2001: 40).

No *Estado,* localizei um total de 88 anúncios, entre os anos de 1910 e 1937, que, segundo as referências e representações de produtos de louça, distribuem-se segundo os percentuais abaixo:

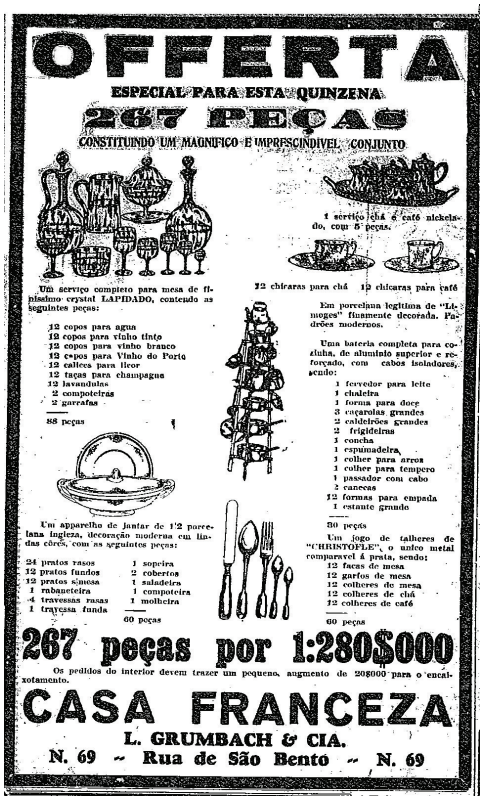


Existe, portanto, um claro predomínio de publicidade não figurativa, especificamente oferecendo louças; por outro lado, algumas poucas propagandas contém louças como parte de cenas representando um outro produto, quando a louça não é o foco do anúncio, mas está

representada; o que é bastante interessante uma vez que são representações que estão no imaginário. Abaixo, exemplifico com as publicidades os três grupos dentro dos quais organizei os dados:

Exemplo de publicidade na qual há imagens de louças representadas, mas o foco da mesma são os discos vendidos na Casa Edison, e não as louças. *O Estado de São Paulo*, 22/12/1913

Exemplo de publicidade na qual não há imagens de louças representadas, apesar de que o foco são as próprias. *O Estado de São Paulo*, 09/11/1915


OFFERTA
ESPECIAL PARA ESTA QUINZENA
267 PEÇAS
CONSTITUINDO UM MAGNIFICO E IMPRESCINDIVEL CONJUNTO

Um serviço completo para mesa de finissimo crystal LAPIDADO, contendo as seguintes peças:
12 copos para agua
12 copos para vinho tinto
12 copos para vinho branco
12 copos para Vinho do Porto
12 calices para licor
12 taças para champagne
12 lavandulas
2 compoteiras
2 garrafas
88 peças

1 serviço chá e café nickelado, com 5 peças.

12 chicaras para chá 12 chicaras para café

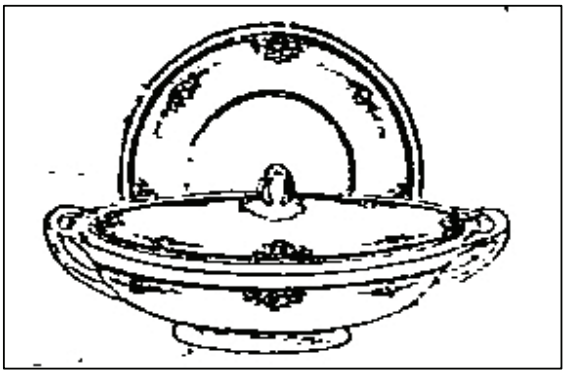
Em porcelana legitima de "Limoges" finamente decorada. Padrões modernos.

Uma bateria completa para cozinha, de aluminio superior e reforçado, com cabos isoladores, sendo:
1 fervedor para leite
1 chaleira
1 forma para doce
3 caçarolas grandes
2 caldeirões grandes
2 frigideiras
1 concha
1 espumadeira
1 colher para arroz
1 colher para tempero
1 passador com cabo
2 ranceas
12 formas para espeda
1 estante grande
80 peças

Um jogo de talheres de "CHRISTOFLE", o unico metal comparavel á prata, sendo:
12 facas de mesa
12 garfos de mesa
12 colheres de mesa
12 colheres de chá
12 colheres de café
60 peças

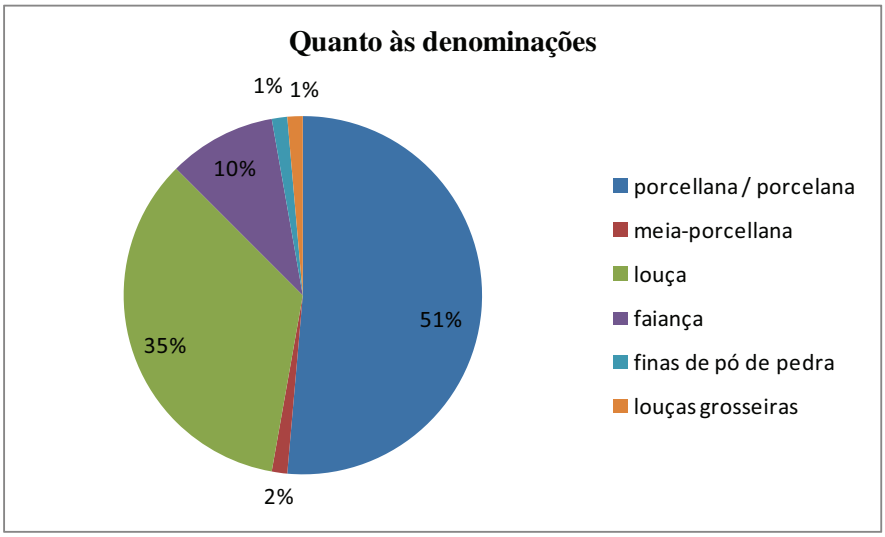
Um apparelho de jantar de 1/2 porcellana inglesa, decoração moderna em lindas côres, com as seguintes peças:
24 pratos rasos
12 pratos fundos
12 pratos sobremesa
1 rabaneteira
4 travessas rasas
1 travessa funda
1 sopeira
2 cobertos
1 saladeira
1 compoteira
1 molheira
60 peças

267 peças por 1:280$000
Os pedidos do interior devem trazer um pequeno augmento de 20$000 para o encaixotamento.
CASA FRANCEZA
L. GRUMBACH & CIA.
N. 69 — Rua de São Bento — N. 69



Exemplo de publicidade na qual há imagens de louças representadas e que elas são o foco (ou um dos focos) da publicidade. *O Estado de São Paulo*, 16/10/1928

Quanto aos anúncios que não contém figuras, foi possível elencar diversos nomes pelos quais a louça branca está sendo chamada no começo do século XX, relevantes se formos pensar universos êmicos de classificações:



Quanto às denominações, os termos muitas vezes parecem ser ambíguos. Existe um claro predomínio da nomenclatura "porcellana", que, acredito, não está se referindo necessariamente a produtos de porcelana, como o entendemos na classificação arqueológica. Até os dias de hoje, muitas pessoas chamam as louças brancas de porcelanas, independentes de serem faianças finas ou porcelanatos, ironstones, etc. Talvez pelo *status* que isso dava, talvez pelo fato de que faiança fina ou louça pó de pedra eram designação mais conhecidas por fabricantes ou comerciantes do que por consumidores. Por isso pode-se concluir, igualmente, que para o consumidor pouco importa a qualidade ou as características da pasta cerâmica e sim seu apelo visual. Exemplo disso está no próprio nome de algumas fábricas brasileiras de louça branca, como a Porcelana Oxford, que produziu pratos em faiança fina. Aparece algumas vezes o termo "meia-porcellana" ou "1/2 porcellana" que, segundo Brancante (1981: 196), é uma designação "errônea" utilizada, a guisa de publicidades, em geral pelo comércio, para designar a faiança fina (assim como o termo "semi-porcelana" ou"louça porcelanizada").

Muito freqüentes também são os termos "faiança" e "faience" que acredito não estarem designando faianças ibéricas, mas faianças finas, já que mesmo atualmente vários ceramistas chamam as faianças finas de faianças, inexistindo a separação que fazemos em Arqueologia Histórica. O termo "finas de pó de pedra" aparece apenas uma vez num anúncio de venda do "Manual do Fabricante de Louças" e é por estar incutido no universo ceramista, um público consumidor especializado, que é utilizado.

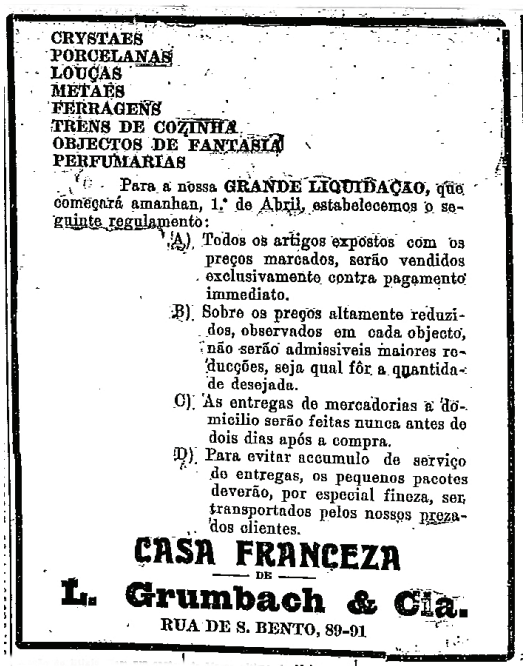
Manual do Fabricante de Louças — Para o fabrico de todas as qualidades de louças, como sejam: louças grosseiras, finas de pó de pedra, faianças, porcellanas — esmaltadas, envernizadas, pintadas e tudo o mais que se relacione com a arte de ceramica — Seguido do Manual do Fabricante de Tijolos, Telhas, Ladrilhos, etc. etc., e mais ainda: Manual do Fogueteiro; Manual do Curtidor; Manual do Fabricante de Papel, etc., terminando com o Manual do Preparador de tintas, para uso dos empreiteiros, mestres de obras, pintores, caiadores, pedreiros, etc. — Um volume encadernado — contendo os 6 manaes que constituem uma Verdadeira Encyclopedia do Operario . . . . . 6$000

O Estado de São Paulo, 03/11/1926

Bellingieri (2004) chamou atenção para o fato de que somente a partir do final do século XIX e no decorrer do século XX é que existe uma gradativa diferenciação entre os

termo “cerâmica”, “louça” e “porcelana”. Foi possível notar, dentro do *corpus* de publicidades investigado, que é apenas no final dos anos 1920 que as publicidades passam do genérico “louça” para falar em “porcelanas” e “faianças”,

O termo “louça” (digo, louça dentro do universo cerâmico, porque eram também chamadas louças as peças de metal esmaltado ou ágate, por exemplo), com base nas publicidades, é um enorme guarda-chuva sob o qual estariam diversos tipos de pastas. No entanto, tenho a impressão de que designava muito mais as faianças finas do que as porcelanas, uma vez que existem diversos anúncios cujo enunciado é “Louças e Porcelanas”, claramente não sendo, portanto, as mesmas coisas. Se a faiança fina poderia ser vendida como porcelana, a porcelana e os porcelanatos não passavam como “louça”, ou seja, como faiança fina.


CRYSTAES
PORCELANAS
LOUÇAS
METAES
FERRAGENS
TRENS DE COZINHA
OBJECTOS DE FANTASIA
PERFUMARIAS

Para a nossa GRANDE LIQUIDAÇAO, que começará amanhan, 1.º de Abril, estabelecemos o seguinte regulamento:

A) Todos os artigos expostos com os preços marcados, serão vendidos exclusivamente contra pagamento immediato.

B) Sobre os preços altamente reduzidos, observados em cada objecto, não serão admissiveis maiores reducções, seja qual fôr a quantidade desejada.

C) As entregas de mercadorias a domicilio serão feitas nunca antes de dois dias após a compra.

D) Para evitar accumulo de serviço de entregas, os pequenos pacotes deverão, por especial fineza, ser transportados pelos nossos prezados clientes.

CASA FRANCEZA
DE
L. Grumbach & Cia.
RUA DE S. BENTO, 89-91

O Estado de São Paulo, 01/04/1922

O Estado de São Paulo, 19/12/1933

O Estado de São Paulo, 15/11/1935

O termo louça, já sabido bastante genérico, designava, na mesma época, os produtos de metal esmaltado ou ágate. No caso, a referência é dos produtos de uma fábrica nacional, a Fábrica Silex. *O Estado de São Paulo,* 09/10/1910

Dentro deste universo terminológico, são freqüentes às referências a "apparelhos de chá", "apparelhos de café", "apparelhos de jantar", "serviços para chá e café". Quanto a "serviço" é um termo, menos usado atualmente, cujo sinônimo é "conjunto de louças". O termo "aparelho" realmente aponta para a visão do conjunto de louças como uma máquina, um conjunto de órgãos com total e intrínseca coerência interna, cada qual com seu papel para que o todo não fosse prejudicado; como se as louças, unidas em conjunto, criassem uma agência cujo papel seria "executar um trabalho ou prestar um serviço". Segundo Büchler (2004: 7), o aparelho é uma família formal, "composta por vários elementos, todos exibindo traço físico que os une". Quando se vende um aparelho, no entanto, o preço parece ser algo bastante alto, num primeiro momento, mas isto ocorre porque o aparelho é um conjunto de louças, com inúmeras peças. Se o conjunto parece caro, cada peça individualmente passa a ser mais baratas do que aquelas no varejo, pelo menos nas publicidades que consultei.

Deste modo, a venda de "apparelhos inglezes" pelo Mappin & Webb era um meio de adquirir uma quantidade de louças bastante grande, que, apesar do alto valor para o conjunto, diminuiria os gastos futuros com a compra de peças avulsas; mesmo que se comprassem peças avulsas, seriam poucas, apenas para repor as do aparelho que quebraram (em funcionalidade e não necessariamente em decoração), saindo, ainda assim, o aparelho, no final, um bem mais barato. A aquisição de louças brancas pela forma de aparelhos é mais uma estratégia, não só de venda, obviamente, mas de compra, alterando os preços pagos e o poder aquisitivo do comprador. Do mesmo modo, nos leva a pensar no que a arqueologia chama de "formação de conjuntos decorativos" ou "preocupações com harmonia estética", uma vez que a preferência por jogos de louça azul borrão pode não só ser uma preferência de consumo ou uma "preocupação" com a combinação, como também uma tática de aquisição de mercadorias a preços mais módicos.

O termo parece bastante comum: José de Alencar, em *Sonhos D'ouro*, de 1871, retratando a casa de um sítio modesto no Rio de Janeiro diz:

O almoço era frugal como de costume. Café com leite muito bem feito, três pães, um para cada pessoa, e excelentes bananas-maçãs. Todos os domingos punha-se invariavelmente no meio da mesa uma grande mantegueira de louça azul, como era o resto do ***aparelho*** *[...]. Posta no meio da mesa ela não era mais do que um símbolo ou um emblema; atestava a decência do almoço, pois na opinião da dona da casa não havia mesa capaz sem manteiga [...]. D.Joaquina fez uma surpresa a seus hóspedes. Havia quatro ovos quentes.*

Em *O tronco do Ipê*, Alencar, narrando uma casa grande de fazenda, diz: "Eram trastes, camas, berços, guarda-roupas, lavatórios, poltronas, **aparelhos de louça**, talheres..." (1953: 115-116). Aluízio de Azevedo, em *Casa de Pensão*, referindo-se, em 1884, a uma pensão de melhor categoria dizia que se "aparecia um novo **aparelho de porcelana** à mesa do almoço ou do jantar" e "Vinham depois a grande sala de jantar, forrada de papel alegre; nas paredes distanciavam-se pequenos cromos amarelos, representando marujos de chapéu de palha, tomando genebra, e assuntos de convento - frades muito rédios e vermelhos refestelados à mesa ou a brincarem com mulheres suspeitas. Um guarda-louça expunha, por detrás das vidraças os **aparelhos de porcelana** e os cristais; defronte - um aparador cheio de garrafas, ao lado de outro em que estavam os moringues" (p. 78).

Em Machado de Assis, no romance *Esaú e Jacó*, o autor, referindo-se a casa de um capitalista diz: "A casa dele era um palacete, os móveis feitos na Europa, estilo Império, **aparelhos de Sèvres** e de prata, tapetes de Esmirna, e uma vasta câmara com dois leitos, um de solteiro, outro de casados" (p. 237).

Tânia Lima (1997) mostra que a partir do século XVIII, os equipamentos teoricamente destinados ao consumo de chá foram cada vez mais complexificando-se através da implantação, no conjunto, de peças com funções mais ou menos específicas, variantes em torno de um equipamento básico comum. Desta maneira, cada peça do aparelho ou equipamento teria uma funcionalidade associada, igualmente, a sua freqüência dentro da relação entre as peças: as leiteiras vinham em menor quantidade que as xícaras e malgas uma vez que estes últimos prestavam-se ao consumo individual enquanto a leiteira ao servir coletivo. Estas práticas dialogam, diretamente, com a formação dos registros arqueológicos uma vez que leiteiras seriam menos freqüentes que malgas justamente por serem menos manipuladas, com menores possibilidades de quebra e descarte.

Na investigação das publicidades com imagens, fica evidente a representação, no universo alimentar, de xícaras (de diversos tamanhos, bojudas ou com paredes mais planas), bules, pires, leiteiras, travessas, pratos fundos, pratos rasos, pratos de sobremesa, cafeteiras, bombonieres, jarras, açucareiros, terrinas e tigelas; no universo decorativo, vasos, bibelôs, cinzeiros, canecas comemorativas e pratos de parede. Existe certa diversidade de formas, mas fica clara sua pouca variabilidade com maior predomínio de xícaras, tigelas, pratos e terrinas (uma forma bastante interessante, novidade que, por exemplo, chamou atenção de alguns consumidores que viviam próximo a Fábrica Santa Catharina e que nunca haviam visto este

produto. A inovação parecia estar em algo que servisse à mesa sem queimar a mão, porque tinha alças, mas não era uma panela de barro ou metal[30]).

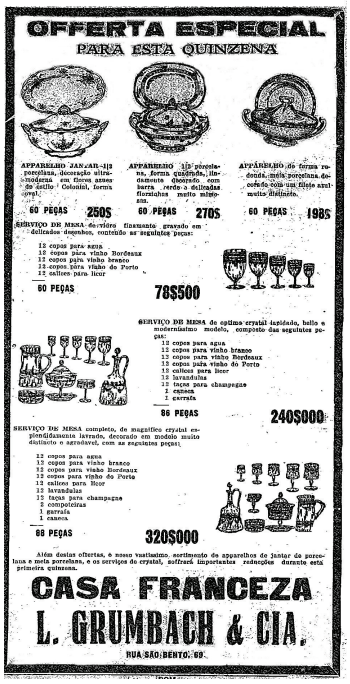
Mas se existe um discurso modernizador por traz das publicidades, no qual deve-se extirpar o tradicional e o colonial, fica patente o paradoxo quando confrontamos esta visão de mundo a algumas cenas com presença de louças, a exemplo da representação de algumas tigelas. Associadas a pires ou não, as tigelas ainda parecem fazer parte, se não do cotidiano concreto, de uma representação coletiva associada as louças. Ainda sim, as tigelas são menos representadas na publicidade, em comparação as xícaras. A imagem que se quer passar de uma modernidade não teria espaço para as tigelas? Quem estava consumindo, afinal, as milhares de tigelas produzidas pela Santa Catharina? Se a linguagem simbólica da publicidade de louças não só designa algo, como evoca e tece epifanias, e se a representação de louça como objeto simbólico apenas tem eficácia como símbolo de outra coisa, "associando o real a uma realidade ausente" (LIRIS 1989: 191), creio que nestas publicidades, as louças estariam dialogando também com um discurso de modernidade de elites controladoras dos meios de comunicação, como os periódicos, através dos quais se queria divulgar a imagem do moderno, do cosmopolita, de uma nova cidade oposta aos valores coloniais e tradicionais. Nisto, a louça poderia, sim, evocar um comportamento específico associado a um discurso particular.

Detalhe das xícaras e tigelas do armário de cozinha representado pela publicidade das Cozinhas Patente, *O Estado de São Paulo* de 01/07/1922.

Algumas publicidades trazem a indicação de que estão ofertando louças decoradas. Lê-se, por exemplo, na publicidade da Casa Franceza L. Grumbach, de 09/12/1926, "porcellana finíssima furta cores" (que deve estar se referindo a algum tipo de vidrado), e na de 11/09/1928 da mesma loja, "1/2 Porcelana decoração ultramoderna com flores azues de estilo colonial", "1/2 Porcellana lindamente decorado com barra verde e delicadas florzinhas

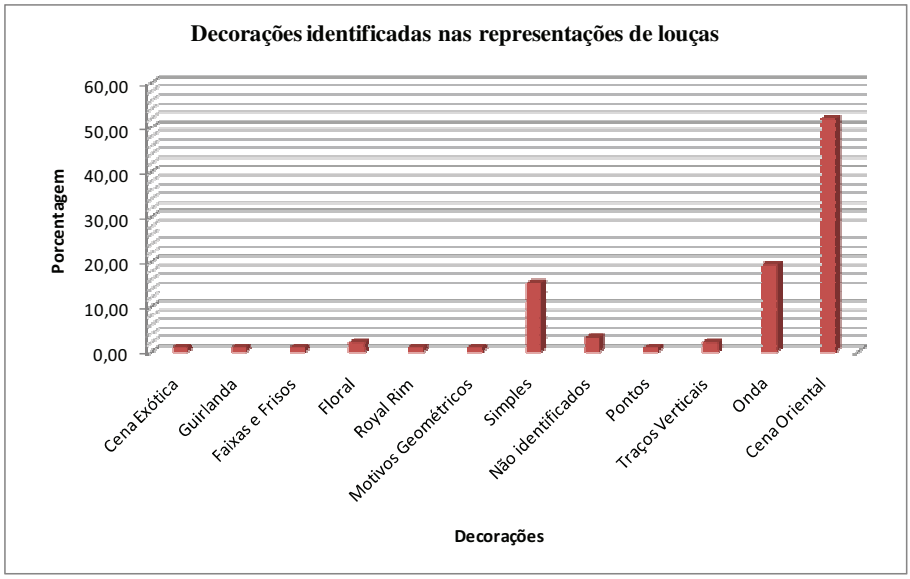
[30] Entrevista à Dona Ignez Cavalheiro, 2006.

muito mimosas” e ainda “Meia Porcellana decorado com filete azul muito distincto”. Assim, são destacados florais e faixas e frisos, em um estilo colonial que entendo como relacionado a temas do campo, ao bucólico, etc., com decorações discretas diferentes daquelas industrializadas como o *transfer* que cobria boa parte da superfície da peça.



Terrinas decoradas para aparelhos de jantar decorados da Casa Franceza L. Grumbach, com florais e frisos, *O Estado de São Paulo*, 11/09/1928

Do mesmo modo foi possível perceber alguns padrões e motivos decorativos das representações de louças em publicidades que trazem imagens.



Ainda existe uma maior freqüência de cenas orientais ou de inspiração oriental (*chinoiseries*), seguido de louças brancas, de padrões de frisos em ondas e dos florais. Dois pontos mostram-se relevantes: o primeiro é que ainda há uma aura oriental na louça, o azul e branco da China, apesar de sua fabricação nacional ou européia ser mais freqüente; por outro lado, cenas orientais eram padrões que podiam ainda estar em voga e que faziam parte do imaginário sobre as louças, visto através destes desenhos. Lembro que nenhuma fábrica brasileira fabricou muitas louças com motivos orientais (a exceção dos *Willows*).

Em segundo lugar, apesar da maior parte das representações serem de motivos orientais, as demais decorações são todas muito simples, ressaltando mais a superfície branca, coberta apenas por frisos, faixas, frisos em onda, guirlandas, florais, bordas onduladas e outros, decorações típicas da Santa Catharina e de outras fábricas brasileiras fundadas *a posteriori*, o que, aponta para uma crescente popularidade destes padrões, acompanhada de uma nova concepção do campo decorativo da louça, onde a decoração sai das áreas onde há comida (a caldeira). Estas publicidades apontam para uma maior popularização do branco, das louças sem decoração ou justamente com decorações que pouco ocupavam o campo decorativo da peça, associadas a um tema do bucólico, do campo, temática que a Fábrica Santa Catharina adotou para sua produção. Pelo menos tendo em vista as faianças finas do século XIX, as imagens na publicidade indicam um caminho inverso àquele que vinha sendo feito pela louça: o de conter decorações mais estandardizadas. Os padrões aqui indicam fabricações ainda manuais, como a mão livre com pincéis, para florais e frisos, ou com instrumental bastante simples (como os moldes para os estêncil). Apesar de fazerem parte de um discurso de um projeto de modernidade elitista, trazendo os novos produtos, como a louça, que deveriam ser consumidos, é possível perceber a mesma ambiguidade ou a mesma característica que percebi na FSC: os florais à mão, artesanais, ao lado de decorações bastante industriais e em série.

Não apenas para a Santa Catharina, mas para outras fábricas de São Paulo, como a Barros Loureiro, muitas de suas faianças finas eram decoradas com formas geométricas ou geometrizadas, como triângulos, setas, pontos e etc., através da técnica do estêncil. O estêncil torna-se muito popular nesta primeira metade de século XX, decaindo à medida que as decalcomanias vão crescendo. Talvez os motivos geométricos e traços verticais representados nas louças nas publicidades sejam um indicador disto.

Todos estes elementos e padrões decorativos, no entanto, convergem para uma volta às temáticas do campo e do bucólico sobre o que estão pautadas, como apontei em capítulos

anteriores, os temas da Santa Catharina. Este bucólico e campesino, na verdade, dialoga com o Art Nouveau, muito em voga no começo de século XX, presente nas louças do sítio Petybon e em demais esferas decorativas dos mais variados objetos. O uso do estêncil, por exemplo, está bastante associado às formas geométricas que dão idéia de fractais, efeitos bastante típicos do Art Nouveau.

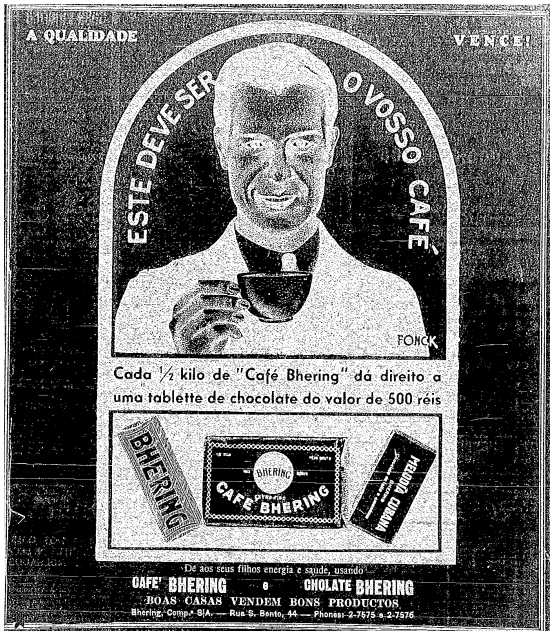
Cenas orientais nas decorações das louças da loja de departamentos O Japão em São Paulo. *O Estado de São Paulo*, 30/12/1913

Faixas e frisos nas decorações das louças no armário de cozinha. *O Estado de São Paulo*, 01/07/1922

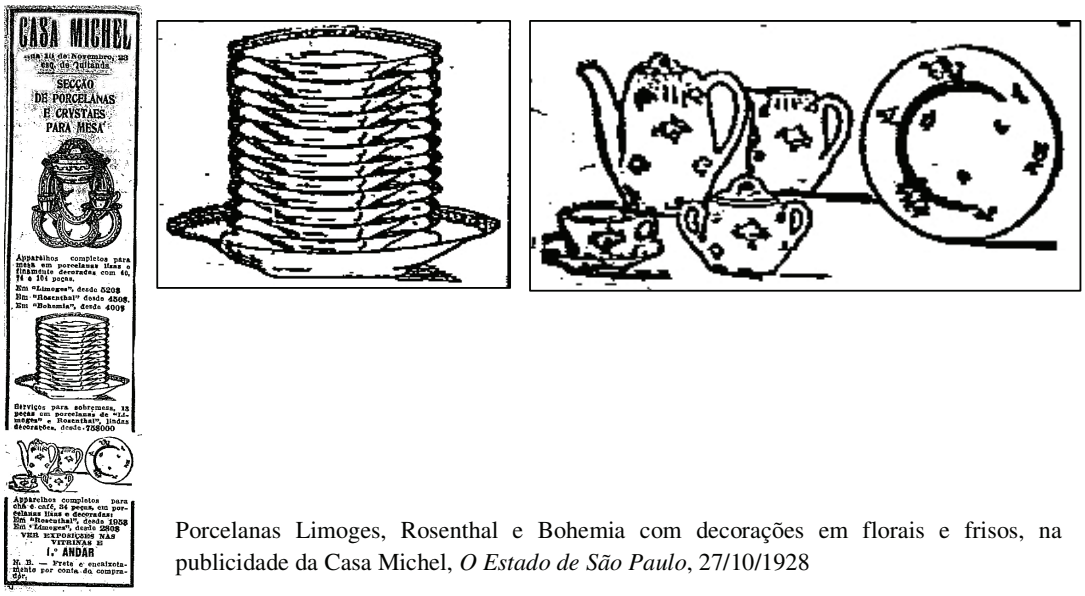
Frisos nas xícaras da publicidade do Leite Ideal. *O Estado de São Paulo*, 18/12/1937

Xícara com decoração com cenas chinesas (provável *transfer-printing*), na publicidade de importador de louças. *O Estado de São Paulo*, 1926

Motivos geométricos na xícara da publicidade do Café Bhering. *O Estado de São Paulo*, 27/08/1933



Xícara branca, sem decoração, na publicidade do Café Bhering. *O Estado de São Paulo*, 30/07/1933

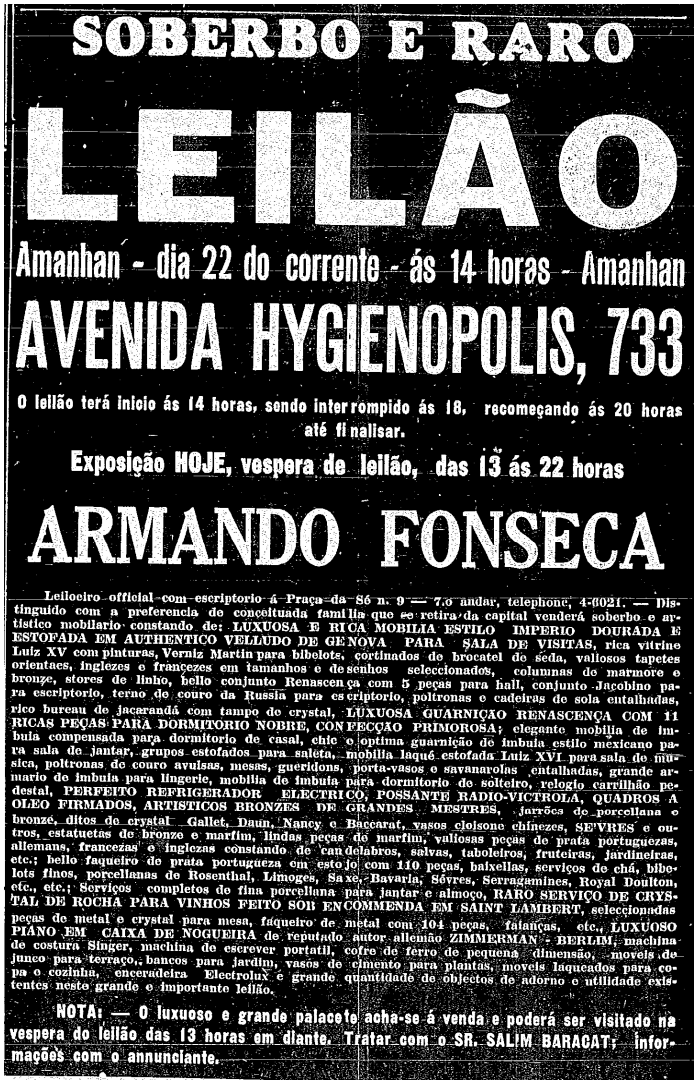


Porcelanas Limoges, Rosenthal e Bohemia com decorações em florais e frisos, na publicidade da Casa Michel, *O Estado de São Paulo*, 27/10/1928

Na leitura dos periódicos, percebi que a maioria das representações de louças com decorações florais estavam associadas a publicidades que envolviam o consumo no universo doméstico, da casa, do privado, ao mesmo tempo no qual as faixas e frisos estavam presentes, em sua maioria, nas publicidades que giravam em torno de cafés, com a implicação de bares, ou outros produtos que não fazem parte, ou não induzem a pensar sobre, o universo doméstico. Seria plausível dizer que este pode ser um indicador do que hoje vemos em restaurantes e bares, por exemplo, nos quais é maciça a presença de faixas e frisos? Estariam os florais mais associados à casa e a esfera privada e os frisos à esfera pública? Ficam estes questionamentos sobre os quais ainda seriam necessários anos de pesquisa.

Um último ponto a ser tocado quantos às publicidades e anúncios nos quais é possível perseguir a "louça" na cidade de São Paulo está dentro das publicidades de leilões n'*O Estado de São Paulo*. Do ponto de vista jurídico, o leilão caracteriza-se pela venda pública de objetos a quem oferece maior lanço, efetuada sob pregão de leiloeiro matriculado. As publicidades de leilões do periódico em apresso podem também estar relacionadas aquilo que se realiza quando vencido o penhor, não tendo sido o mesmo resgatado ou prorrogado de acordo com os respectivos prazos constantes da cautela emitida para o devido fim; neste leilão, o objeto penhorado é vendido para pagamento da dívida do mutuário ao estabelecimento, nela se computando os juros até o dia do leilão.

Para Appadurai (2008: 29), existe um contexto mercantil que se refere à variedade de arenas sociais que ajuda a estabelecer o vínculo entre a candidatura de uma coisa ao estado de mercadoria e a fase mercantil de sua carreira. Deste modo, os leilões acentuariam essa dimensão mercantil dos objetos, podendo ser definido dentro do que o autor chamou "torneios de valor", "complexos eventos periódicos que, de alguma forma culturalmente bem definida, se afastam das rotinas da vida econômica" (APPADURAI 2008: 36). Os participantes destes eventos não são, necessariamente, os mesmo leitores e consumidores das louças das demais publicidades do jornal, uma vez que os leilões são eventos que tendem a ser um privilégio daqueles que estão no poder, ao mesmo tempo em que agem como uma disputa de *status* entre eles (APPADURAI 2008).



SOBERBO E RARO

LEILÃO

Amanhã - dia 22 do corrente - ás 14 horas - Amanhan

AVENIDA HYGIENOPOLIS, 733

O leilão terá inicio ás 14 horas, sendo interrompido ás 18, recomeçando ás 20 horas até finalisar.

Exposição HOJE, vespera de leilão, das 13 ás 22 horas

ARMANDO FONSECA

Leiloeiro official com escriptorio á Praça da Sé n. 9 — 7.o andar, telephone, 4-6021. — Distinguido com a preferencia de conceituada familia que se retira da capital venderá soberbo e artistico mobilario constando de: LUXUOSA E RICA MOBILIA ESTILO IMPERIO DOURADA E ESTOFADA EM AUTHENTICO VELLUDO DE GENOVA PARA SALA DE VISITAS, rica vitrine Luiz XV com pinturas, Verniz Martin para bibelots, cortinados de brocatel de seda, valiosos tapetes orientaes, inglezes e francezes em tamanhos e desenhos seleccionados, columnas de marmore e bronze, stores de linho, bello conjunto Renascença com 5 peças para hall, conjunto Jacobino para escriptorio, terno de couro da Russia para escriptorio, poltronas e cadeiras de sola entalhadas, rico bureau de jacarandá com tampo de crystal, LUXUOSA GUARNIÇÃO RENASCENÇA COM 11 RICAS PEÇAS PARA DORMITORIO NOBRE, CONFECÇÃO PRIMOROSA; elegante mobilia de imbuia compensada para dormitorio de casal, chic e optima guarnição de imbuia estilo mexicano para sala de jantar, grupos estofados para saleta, mobilia laqué estofada Luiz XVI para sala de musica, poltronas de couro avulsas, mesas, gueridons, porta-vasos e savanarolas entalhadas, grande armario de imbuia para lingerie, mobilia de imbuia para dormitorio de solteiro, relogio carrillhão pedestal, PERFEITO REFRIGERADOR ELECTRICO, POSSANTE RADIO-VICTROLA, QUADROS A OLEO FIRMADOS, ARTISTICOS BRONZES DE GRANDES MESTRES, jarrões de porcellana e bronze, ditos de crystal Gallet, Daun, Nancy e Baccarat, vasos cloisone chinezes, SEVRES e outros, estatuetas de bronze e marfim, lindas peças de marfim, valiosas peças de prata portuguezas, allemans, francezas e inglezas constando de candelabros, salvas, taboleiros, fruteiras, jardineiras, etc.; bello faqueiro de prata portugueza em estojo com 110 peças, baixellas, serviços de chá, bibelots finos, porcellanas de Rosenthal, Limoges, Saxe, Bavaria, Sèvres, Serragamines, Royal Doulton, etc., etc.; Serviços completos de fina porcellana para jantar e almoço, RARO SERVIÇO DE CRYSTAL DE ROCHA PARA VINHOS FEITO SOB ENCOMMENDA EM SAINT LAMBERT, seleccionadas peças de metal e crystal para mesa, faqueiro de metal com 104 peças, faianças, etc., LUXUOSO PIANO EM CAIXA DE NOGUEIRA de reputado autor allemão ZIMMERMAN - BERLIM, machina de costura Singer, machina de escrever portatil, cofre de ferro de pequena dimensão, moveis de junco para terraço, bancos para jardim, vasos de cimento para plantas, moveis laqueados para copa e cozinha, enceradeira Electrolux e grande quantidade de objectos de adorno e utilidade existentes neste grande e importante leilão.

NOTA: — O luxuoso e grande palacete acha-se á venda e poderá ser visitado na vespera do leilão das 13 horas em diante. Tratar com o SR. SALIM BARACAT; informações com o annunciante.

Lê-se "... serviços de chá, bibelots finos, porcellanas Rosenthal, Limoges, Saxe, Sèvres, Serragamines, Royal Doulton, etc. etc ....". *O Estado de São Paulo*, 21/12/1937

SABBADO — Dia 4 - A's 14 horas — SABBADO

GRANDIOSO

LEILÃO

de soberbo mobilario moderno e renascença, para sala de visitas, hall, escriptorio, dormitorios de casal e solteiro, salão de refeições, sala de costura, saleta, etc. Optimo e perfeito piano "Beckstein", Radio Victrola de 7 valvulas, machina de escrever, geladeira electrica, enceradeira e aspirador Electro-Lux, machina de costura, finos tapetes de lan inglezes, destacando-se um de grandes dimensões, cortinados, passadeiras, telas a oleo, gobelains, pratas trabalhadas, finos crystaes, metaes, porcellanas de diversas procedencias, faqueiros de metal, jarrões, bronzes, estatuetas, bibelots, etc., moveis avulsos para dormitorio de hospedes, moveis para copa e tudo o mais que guarnece o grande e confortavel palacete á

699 — RUA TAMANDARÉ — 699

pelo leiloeiro official

ARMANDO FONSECA

Lê-se "... porcelanas de diversas procedências". *O Estado de São Paulo*, 02/12/1937

É nos anúncios de leilões, e apenas neles, que se chama atenção para o fabricante ou para o país de produção das louças, a exceção da porcelana de Nishiki oferecida pela O Japão em São Paulo e a termos como "apparelhos inglezes" oferecidos pelo Mappin & Webb, designação bastante genérica que pode se referir tanto a procedência como a uma tipologia. Sobre a porcelana Nishiki, oferecida pelo O Japão em São Paulo, conhecida no mundo ceramista como *nishiki-de* ou *nishiki-e*, um tipo de cerâmica japonesa, em porcelana, com elaborada decoração que pode conjugar um azul cobalto baixo-esmalte com desenhos coloridos sobre esmalte (NAGATAKE 2003: 72). As louças Nishiki são igualmente denominadas *brocade style* ou *brocade pattern*, assim como *polycrome enameled porcelain* pela literatura de língua inglesa.

Os leilões apontam para louças como Sèvres, Sarreguemines e Rosenthal. Mesmo sendo produtos já usados, os anúncios tendem a manter a "pompa" do nome destas faianças finas francesas e alemãs. Isto porque nestes torneios de valor que são os leilões, o que está em pauta não é apenas o *status*, a posição ou a fama e reputação dos atores envolvidos, mas "a disposição de emblemas de valor da sociedade em questão" (APPADURAI 2008: 36) e para estes grupos de elite, eram estas louças, mais francesas e alemãs, e não tanto inglesas ou brasileiras, que carregariam um valor maior.

Para Baudrillard (apud APPADURAI 2008), o *ethos* do leilão vai muito além da troca econômica convencional, dizendo respeito a todos os processos de transmutação de valores; para ele, a função essencial do leilão é "a instituição de uma comunidade de privilegiados que se autodefinem como tais por meio da especulação agonística sobre um restrito *corpus* de signo". Assim, para além do valor, em termos de preço, estas louças de leilões, Sèvres,

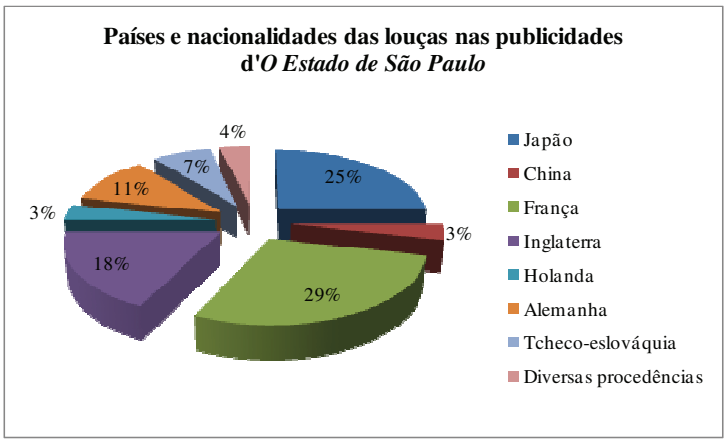
Rosenthal e Sarreguemines, agiam como signos compartilhados por um grupo da elite paulistana e que ao mesmo tempo em que nada significava para inúmeros leitores e consumidores, mostra que os mesmo não compartilhavam deste universo semântico. Mesmo porque, o que caracteriza o leilão é realmente a arrematação de bens a quem oferecer o melhor preço; deste modo, o valor de venda que o participante do leilão dá, pode variar entre muito aquém do que o preço original pago pelo comprador ou muito além; pode significar também a estipulação de um preço que nunca existiu – na verdade, cujo dono nunca teve acesso –, pois o produto foi adquirido por ganho ou herança (bens bastante comuns em leilões).

É interessante ressaltar também que a referência a "louça inglesa", de "produção inglesa", da Inglaterra, ou qualquer nome de fabricante relacionado a isto, nas publicidades, perde, em número, para referências a louças do Japão e da França. Pouco se vê do destaque da procedência de um artefato quando de sua produção inglesa. Proponho que no final do século XIX a louça de produção inglesa já era tão popular e já fazia parte do cotidiano de tantas pessoas, dos mais variados segmentos sociais, que, assim como a brasileira, talvez não fosse relevante, ou fosse redundante, chamar atenção para a procedência dos artefatos. Brancante (1953: 200) nos lembra que a louça inglesa, caracterizada por uma menor qualidade e um menor senso artístico, com motivos que agradavam ao público e métodos de decoração em série, era a louça do meio mercantil, disseminada na população, sendo seu contraponto a louça francesa, circulante no meio cultural social e a preferida das elites. Outro problema é que o termo "louça inglesa", às vezes, age como um indicador de pasta, a faiança fina, e não de procedência. Nas **Memórias Economicas da academica real das sciencias de Lisboa**, de 1789, já percebe-se a ambiguidade na nomenclatura de louças em língua portuguesa; indicando a localização de novas jazidas de argila, com possibilidades de "fabricar a louça de Inglaterra, chamada vulgarmente de pó de pedra, da qual eu mandei já fazer algumas amostras, misturando a esta pederneira huma porçaõ de argilla" (1789: 179). Assim, é plausível que exista uma "louça inglesa" inglesa, uma "louça inglesa" francesa e uma "louça inglesa" brasileira.

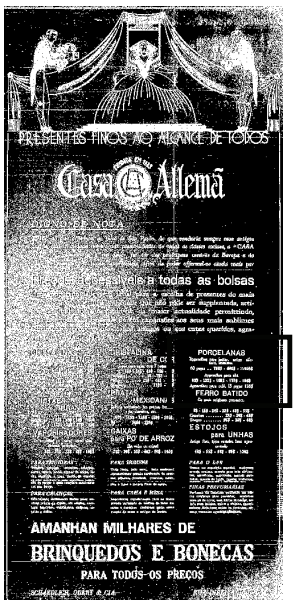
As tabelas abaixo elencam os países e as nacionalidades das louças referenciadas nas publicidades e anúncios, e as referências a marcas e fabricantes Muitos deles correspondem, realmente, a marcas de fabricantes encontradas em vários sítios arqueológico históricos, especialmente aqueles da virada do século XIX para o século XX ou das primeiras décadas

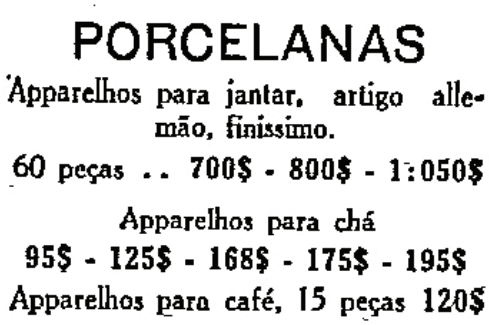
do último. A procedência das louças tem muito a ver, também, com a aproximação do Brasil com alguns países; ressalto a forte imigração alemã e japonesa no período.

Países
Japão
França
Inglaterra
Tcheco-eslováquia
Holanda
Alemanha
China



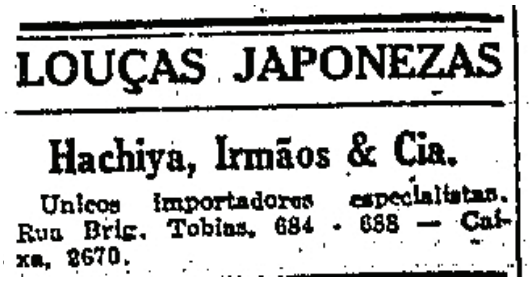
Marcas/Fabricante
Limoges
Sèvres
Rosenthal
Bohemia
Sakzuma Murano
Saxe
Bavaria
Royal Doulton
Sarreguemines





"Artigo alemão", oferecido pela Casa Allemã, *O Estado de São Paulo*, 19/12/1937

Aparelhos ingleses, importador Amleida Silva ¢ Cia, *O Estado de São* Paulo, 18/12/1937



Importadores de louça japonesa, *O Estado de São Paulo*, 03/11/1937

Quanto aos produtores, os anúncios de leilões destacam ora o nome do fabricante, ora a procedência ou cidade famosa por sua produção de louças. Para a França, por exemplo, o século XVIII foi "o século da cerâmica francesa" com o boom de sua manufatura (PILEGGI 1958: 46). Segundo Brancante (1981: 570), devido a excelência do caulim de Saint-Yrieix, no Limousin, estabeleceram-se neste departamento francês e na cidade de Limoges a maioria das fábricas francesas que exportaram porcelana para o Brasil, especialmente a partir da segunda metade do século XIX. Seriam, grosso modo, três os centros exportadores de porcelanas que abasteceram o Brasil neste contexto de virada de século: Sèvres, Paris e Limoges. Segundo a consulta a publicidade, as três marcas de louças francesas oferecidas são Limoges, Sèvres e Sarreguemines.

Limoges, por exemplo, muito conhecida no século XIX, resultou da localização de fontes de caulim na comunidade francesa de Saint-Yrieix-la-Perche, próximo a Limoges, nos anos 1770. Até então, a porcelana francesa era fabricada em menor escala e com maior fragilidade. Com a descoberta das fontes de caulim, a porcelana francesa tornou-se mais alva, com grande brancura, mas mais resistente, translúcida e mais leve, características que colabroaram para sua popularidade. Assim, Limoge não se refere a uma única fábrica, mas a um complexo oleiro de indústrias cerâmicas de porcelana na cidade. No entanto, atualmente, "Porcelana Limoges" é uma denominação reservada para porcelana fabricada em Haute-Vienne. Qualquer porcelana feita nesta região é marcada por um tampão verde cromo do termo "Limoges França" ou outras siglas ou símbolos que podem, então, identificar os fabricantes.

No mesmo século XVIII, no afã francês de produzir porcelanas, outro estilo e vertente de produtores foi formado em Sèvres, sob os incentivos do rei Luis XV. A Manufatura Nacional de Sèvres, localizada nas proximidades de Paris, produziu artigos de alto padrão técnico, bastante conhecidas por sua produção de "biscuit" (PILEGGI 1958: 104). Segundo Pileggi (1958: 46), quando em 1860 se define em Sèvre "um tipo de arte cerâmica de grande beleza, estilo e bom gosto, adquirem os artigos ali fabricados tal prestígio que se tornariam perene na história da cerâmica". Sèvre ficaria conhecida por seus serviços, tanto para jantar como para "dejeuner" (chá e café) (BRANCANTE 1981: 570).

Enquanto Sèvre e Limoges produziam porcelanas (*soft-past porcelain*), Sarreguemines, em Lorraine, era um centro produtor de faianças finas, freqüentemente encontradas em sítio arqueológicos históricos em São Paulo, em geral representadas pela

marca do escudo com a inscrição "Opaque de Sarreguemines". No século XIX, produziu faianças finas e porcelanas, e já em meados do século era a maior manufatura cerâmica da França, com vários *transfer-printings*, *cream-colored*, *black basalts*, *agate*, *marble* e *mochas* (BAGDADE, BAGDADE & BAGDADE 1998: 214). A produção cerâmica em Sarreguemines teve início em 1790 com Nicolas-Henri Jacobi e outros dois sócios, mas sua grande expansão teve início em 1800, quando o bavário Paul Utzschneider assumiu o controle da fábrica, introduzindo novas técnicas decorativas. Em 1836, Utzschneider entregou a gestão da fábrica a seu genro, Alexandre de Geiger, que, em 1838, estabeleceu aliança com a alemã Villeroy & Boch (cujas faianças finas são encontradas em sítios históricos brasileiros) em um acordo que contribuiu para o crescimento da produção. Em 1870, a parte de Lorraine onde estava Sarreguemines passou para domínio alemão e o filho de Alexander, Paul de Geiger, construiu duas novas fábricas na França, em Digoin e Vitry-le-François. Paul de Geiger morreu em 1913, o ano em que a Utzschneider & Cie foi dividida em duas empresas, uma responsável por Sarreguemines e outra pelas fábricas francesas. Em 1919, após a Primeira Guerra Mundial, foram unidas sob o nome de Sarreguemines - Digoin - Vitry-le-François e gerido pela família Cazal. Durante a II Guerra, a fábrica esteve sob domínio da Villeroy & Boch, e somente após a devolução de Sarreguemines à França, passou a ser uma companhia francesa independente (CAMPBELL 2006: 315).

No que tange à Holanda, sem dúvida estamos nos referindo a Société Céramique Maastricht, uma marca típica de ocupações da virada do século XIX para o XX, e que exportou para o Brasil toneladas de faianças finas durante todo o XIX até o início do século XX, provavelmente via porto de Antuérpia (LIMA *et alli* 1989: 216). Apesar de muito freqüentes em branco, produziu variações de decorações em faixas e frisos bastante coloridas, intercalando rosas e verdes, faixas amarelas e roxas. Os empresários Winand Nicolaas Clermont e Charles Chainaye, em 1851, fundaram uma olaria no bairro Wijck Maastricht, empresa adquirida em 1859 pelo engenheiro belga Guillaume Lambert e transformada em uma sociedade em comandita. Quatro anos mais tarde tornou-se uma sociedade anônima conhecida como "Société Céramique". No século XX, a Société Céramique começou a se focar mais e mais na produção de sanitários. Em 1958, para a surpresa de muitos, a empresa se fundiu com sua concorrente em Maastricht, a Sphinx.

A Alemanha também ficou bastante conhecida por suas louças, uma vez que foi um dos primeiros centros produtores de porcelana na Europa, justamente pela descoberta de algumas jazidas de caulim de boa qualidade. Foi a pioneira da indústria de porcelanas duras,

mas o boom das fábricas ocorreu com a instalação de porcelanas utilitárias e decorativas de alta qualidade durante os séculos XIX e XX, especialmente no centro e leste do país, como o norte da Bavária, Thuringa, Saxônia e Silezia (BAGDADE, BAGDADE & BAGDADE 1998: 110). As publicidades d'*O Estado de São Paulo* chamaram atenção para as seguintes marcas de louças alemãs: Rosenthal, Bavária e Saxe.

Sua marca de porcelana mais famosa, a Rosenthal, foi fundada em 1879 por Philipp Rosenthal, em Selb, na Bavária, que abriu em um castelo (de Erkersreuth) uma oficina de pintura de porcelana. Porém, apenas a partir de 1891, a Rosenthal começou a manufaturar sua própria porcelana (CAMPBELL 2006: 291). Em 1887, a Rosenthal Porzellan Manufactur tornou-se uma sociedade anônima e assumiu seu presente nome, Rosenthal Porzellan AG. A Fábrica encerrou suas atividades apenas em 1998, vendida ao grupo britânico Waterford-Wedgwood, que ao falir, arrastou consigo a marca alemã. A primeira década do século XX viu uma predominância de motivos Art Nouveau, enquanto nos anos 1920 e 1930 a fábrica produziu figuras decoradas e moldadas segundo um estilo Art Deco (BAGDADE, BAGDADE & BAGDADE 1998: 196).

As porcelanas da Bavária são igualmente conhecidas na Alemanha e no mundo, não tanto por suas decorações, mas por estarem entre as mais caras, tendo início no século XVIII, a citar a Bauscher At Weiden, J. N. Muller, Schuman, Thomas, J. G. Knoller e Zeh, Scherzer & Company (BAGDADE, BAGDADE & BAGDADE 1998: 26). Na verdade, como Rosenthal fica na Bavária, o termo "Bavária" pode se referir a mesma. Já quando os periódicos referem-se à Saxe, acredito estarem remetendo a Meissen, na Saxônia que, para Pileggi (1958: 37), foi o centro vital, dinâmico e propulsor da cerâmica na Alemanha. Segundo Brancante (1981: 573), a maior concorrente de Sèvre no continente europeu seria a fábrica de Meissen ou "de Saxe", "que integrava de regra o branco na decoração – concebia a pasta como um fundo de palco sobre o qual os personagens e outros motivos coloridos iriam ganhar realce e destaque formando silhueta sobre o fundo claro ou ainda concebia a pasta como uma toalha branca onde ganhavam realce os objetos nela pousados". A fama da porcelana de Meissen é lendária. A manufatura foi fundada em 1710, e, já em meados do século XVIII, seus produtos podiam ser encontrados em palácios reais e casas aristocráticas em todo o continente. Meissen manteve a liderança mesmo depois que foram fundadas, ainda no mesmo século, sete outras fábricas de porcelana em terras germânicas.

Quanto à porcelana Tcheca, ou porcelanas da Boêmia, estabalece-se mais tardiamente que as anteriores, já nos últimos anos do século XVIII, em 1794, na região de Karlovy Vary,

mas outra área que congregou produtores foi Trnovany. A região metropolitana da Boêmia tornou-se, no século XIX, o carro chefe da produção cerâmica no Império Austro-Húngaro (BAGDADE, BAGDADE & BAGDADE 1998: 69). A porcelana da Boêmia feita antes de 1918, em geral, era marcada com o país de origem, a Áustria, já que a maior parte das fábricas foi fundada quando a região ainda estava sobre domínio austro-húngaro. O mesmo ocorre para o período pós-1938, quando o agora país independente torna-se parte da Alemanha, após a invasão nazista. Em 1918, várias fábricas uniram-se em uma associação denominada OEPIAG (Österreichische Porzellan Industrie AG) que em 1920 alterou o nome para EPIAG (Erste Böhmische Porzellan Industrie AG) (HENDERSON 1999).

Por fim, a publicidade dos leilões ainda remete a uma famosa marca inglesa, a Royal Doulton & Co., e a cerâmica japonesa Sakzuma murano. A porcelana Royal Doulton ganhou o nome de John Doulton, que, em 1815, a inaugurou junto de Martha Jones (cujo falecido marido tinha fundado a olaria Lambeth) e do contramestre John Watts. John Doulton aprendeu os negócios na Fulham Manufacturing Co., manufatura conhecida como uma das primeiros produtoras de grés inglês. Embora as operações tivessem começado com Jones, Watts e Doulton, a empresa logo assumiu o nome de Doulton, fabricando uma grande variedade de objetos decorativos. Em breve, a empresa expandiu muito através de aquisições, como, em 1882, a da Pinder, Bourne & Co. em Burslem, Inglaterra, uma pequena fábrica na região de Staffordshire que era conhecida pela qualidade de sua porcelana (*bone china*) (BAGDADE, BAGDADE & BAGDADE 1998: 79). No Brasil, em São Paulo, encontra-se manilhas de grès, usadas pela Repartição de Águas e Esgotos, desta marca.

No final do século XIX, Doulton ganhou menção honrosa em grandes exposições internacionais. Doulton havia, então, conseguido concepção estética e qualidade suficientes para atender as necessidades da família real inglesa e o rei Edward VII cedeu, em 1901, a honra de a fábrica passar a usar "Royal" em seu nome. A produção da Royal Doulton foi interrompida durante as duas Guerras Mundiais, após o que passou a fabricar peças mais simples, em massa, a preços reduzidos (BAGDADE, BAGDADE & BAGDADE 1998: 79).

Diferente do que se esperaria, a louça oriental não está representada nos leilões das publicidades pesquisadas apenas pela porcelana milenar. A chamada cerâmica Satsuma (ou Sakzuma) é um tipo de grès japonês, bastante popular a partir dos anos 1870, produzido para o Ocidente. Teve origem no final do século XVI, durante o período Azuchi-Momoyama, e ainda é produzida atualmente. O termo, na verdade, engloba todas as cerâmicas produzidas no domínio de Satsuma, na ilha de Kyushu (POLLARD 2003: 28). Embora o termo possa ser

usado para descrever uma grande variedade de tipos de cerâmica, o mais conhecido tipo de cerâmica Satsuma, a nishikide ou *brocade pattern Satsuma* (justamente a mesma oferecida pelo O Japão em São Paulo) tem cor de marfim, vidrado craquelado, pinturas policrômicas sobre esmalte e elementos em ouro acompanhados de flores, pássaros e cenas campesinas (POLLARD 2003: 28). A cerâmica Satsuma surgiu quando um príncipe Shimazu, do domínio Satsuma, ao sul da ilha de Kyushu, seqüestrou qualificados ceramistas coreanos, após a invasão do país pelo Japão, para o estabelecimento de uma indústria cerâmica local, ainda no século XVI. Mas foi somente após a exibição na Exposição Internacional de Paris, em 1867, que a Satsuma tornou-se popular e passou a ser exportada para o mundo.

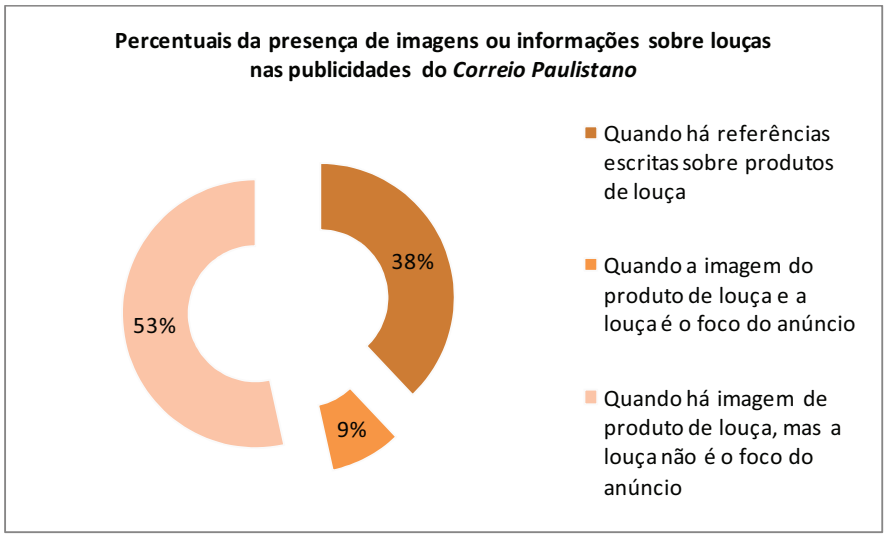
A Satusma nishikide era o tipo mais procurado pelos colecionadores do Ocidente, mas é importante salientar que ela é apenas um dos tipos de cerâmica Satusma, e um tipo relativamente tardio. Como a cerâmica Satsuma foi um dos primeiros tipos cerâmicos japoneses a atrair a atenção do Ocidente, logo surgiram "imitações" ou "influências" por todo o Japão, quando as olarias, devido sua popularidade, passaram a produzir suas próprias versões das decorações policrômicas sobre esmalte, senão em grés, em porcelana (POLLARD 2003: 30). Toda esta demanda causou um crescimento das fábricas japonesas do período. Apesar de, em geral, este tipo cerâmico girar em torno de vasos ornamentais, aparentemente, para o Brasil, também vieram aparelhos de chá e café de "porcelana Nishiki", segundo a publicidade d'O Japão em São Paulo. Podem, entretanto, não ser a cerâmica produzida em Kyushu, de grés, mas as porcelanas, com mesmas técnicas e temáticas, vindas de outras partes do país.

Vaso Satsuma, Museu Nacional de Tóquio (POLLARD 2003: 28).

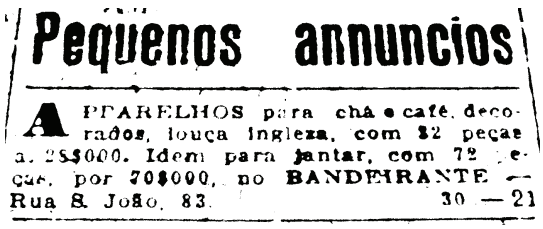
O Correio Paulistano

O Correio Paulistano foi um periódico diário publicado no estado de São Paulo, fundado pelo empresário paulista Joaquim Roberto de Azevedo Marques, circulante entre 1854 e 1963, com sede no centro da cidade, à rua Líbero Badaró, tendo sido, por muitos anos, o órgão oficial do Partido Republicano Paulista.

Localizei, entre 1913 e 1937, 69 propagandas analisadas segundo metodologia explicitada anteriormente. Deste modo, tem-se o seguinte:

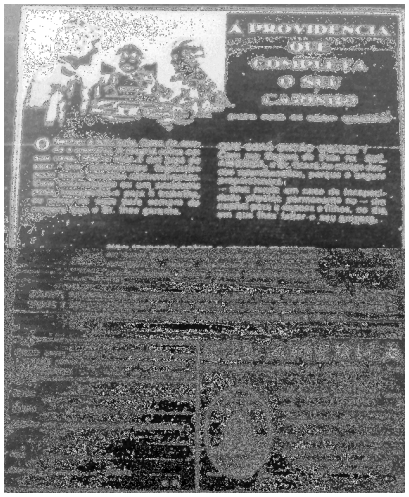


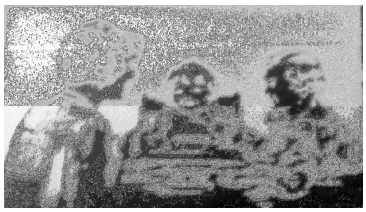
Diferente d'*O Estado de São Paulo*, as publicidades do *Correio Paulistano* têm um predomínio de imagens de louça nas quais o foco não é a própria louça, um predomínio, portanto, de publicidades figurativas. Aquelas que ofertam louças divulgam poucas imagens vinculadas às mesmas. Exemplifico os três tipos:


Pequenos annuncios

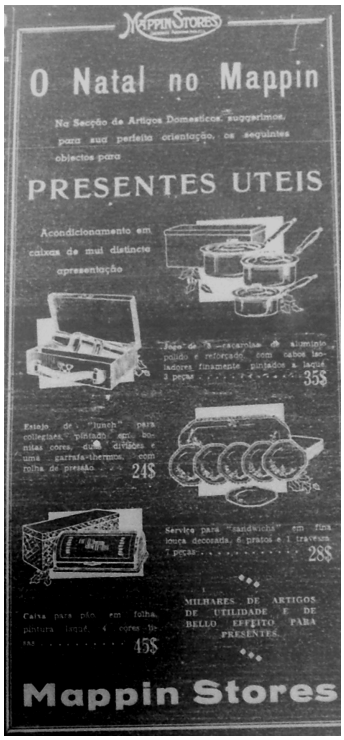
APPARELHOS para chá e café, decorados, louça inglesa, com 12 peças a 25$000. Idem para jantar, com 72 peças, por 70$000, no BANDEIRANTE — Rua S. João, 83. 30 — 21

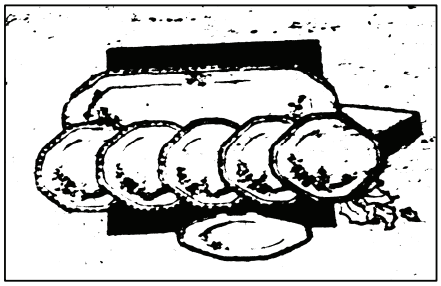
Exemplo de publicidade na qual não há imagens de louças representadas, apesar de que o foco são as próprias. *O Correio Paulistano*, 09/03/1915





Exemplo de publicidade na qual há imagens de louças representadas, mas o foco da mesma é o seguro de vida ofertado pela Sul America. *O Correio Paulistano,* 17/09/1930





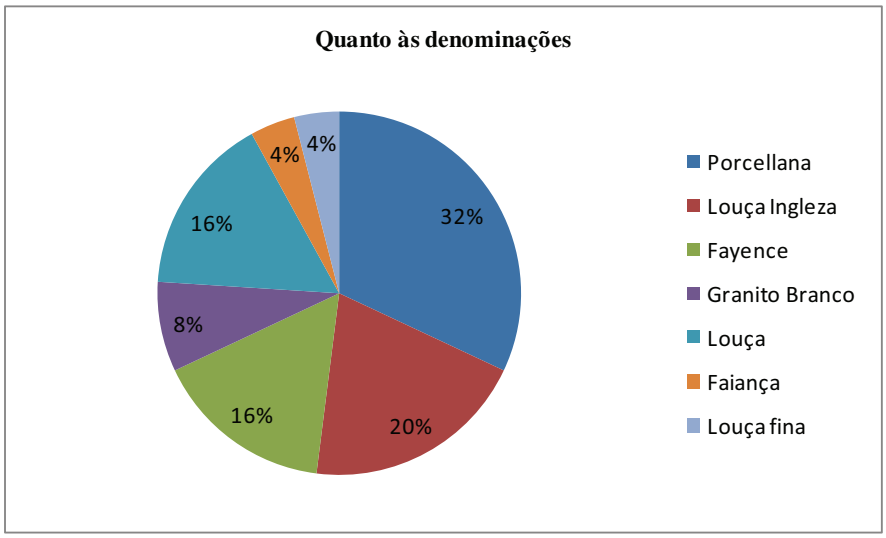
Exemplo de publicidade na qual há imagens de louças representadas e que elas são o foco (ou um dos focos) da publicidade. *O Correio Paulistano*, 21/12/1934

Quais comerciantes estavam comercializando produtos de louça branca na São Paulo entre os anos de 1913 e 1937, segundo a publicidade do *Correio Paulistano*? As lojas que vendiam louças, cujas informações estão nas publicidades do periódico, eram:

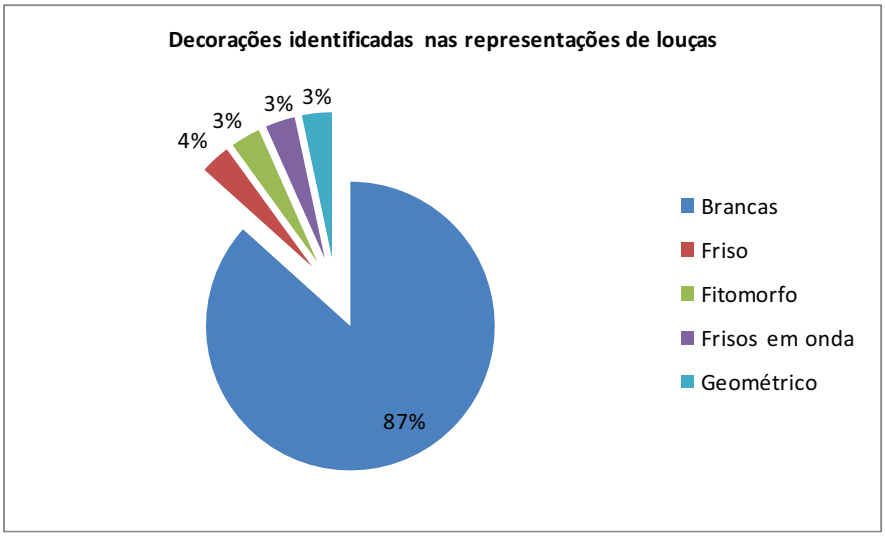
Anunciante	Logradouro
Bandeirante	Rua São João, 304
Casa Alemã	Rua Direita, 16-18
Casa Francesa L. Grumbach Ltda	Rua São Bento, 33; Rua Libero Badaró, 34
Casa Michel	Rua 15 de Novembro, 26
Mappin Stores	
Joalheria Worms	Rua Direita, 8
Frederico Witte	Rua do Seminário, 81
Casa Porcelana	Avenida São João, 304
Casa São João	Rua Líbero Badaró, 370

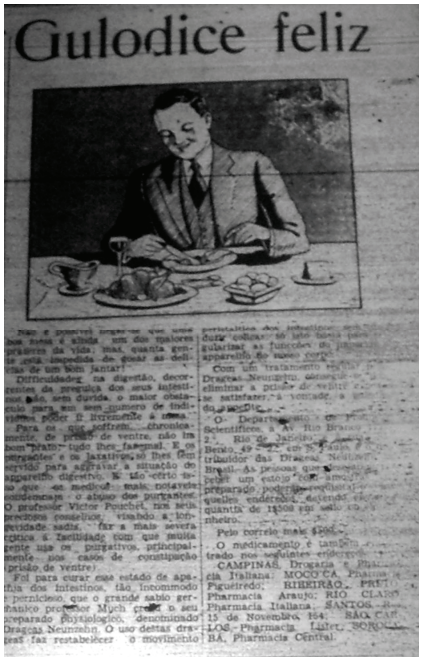
Novamente, as lojas que comercializam louças estão localizadas no centro da cidade, com especial foco no Triângulo. No entanto, algumas lojas fogem a este circuito, como as na Av. São João e na Rua do Seminário. Algumas lojas estão ausentes das publicidades d'*O Estado de São Paulo*, como, por exemplo, a da Joalheria Worms, que associa-se aos comerciantes de jóias, ourivesaria e relojoaria que vinham em circulação pela cidade e depois acabaram assentando-se e abrindo lojas, tal o caso dos irmãos Worms, ligados também a Casa Michel (BARBUY 2006: 131).

No que concerne às denominações usadas para se referirem aos produtos de louça, os termos contêm a mesma ambigüidade dos destacados n'*O Estado de São Paulo*, apesar da maior variedade. Não há, no entanto, nenhuma publicidade que oponha os termos louça e porcelana; assim, fica difícil saber exatamente ao que se refere a denominação "porcellana". Por outro lado, acredito que "louça ingleza", "louça fina" e "louça" se refiram, muito provavelmente, às faianças finas. Apesar de "fayence" e "faiança" serem os termos utilizados, arqueologicamente, para o que se entende, eticamente, como uma faiança, o termo é ambíguo, pois, atualmente, como indiquei, muitos produtores, ceramistas e colecionadores chamam a faiança fina apenas de faiança. Já Granito Branco pode se referir aquilo que Miller (1991: 10) denomina *white granit*, um tipo de ironstone. No entanto, em Arqueologia, o ironstone se aproxima muito da porcelana. Para Pileggi (1958), por exemplo, a louça granito é um tipo de faiança fina, diferente em sua temperatura de queima. Para outros, granito e pó de pedra são a mesma coisa; para Brancante (1981), a Fábrica Colombo, a primeira fábrica de louça do Brasil, no Paraná, produzia um "ironstone brasileiro".



No tocante a formas, as imagens das publicidades d'*O Correio Paulistano* mostram um claro predomínio de louças brancas, com poucas variantes de outras decorações, diferente daquelas representadas nas imagens de louça d'*O Estado de São Paulo*. Mas aqui predominam as decorações mais simples, que não ocupam todo o campo decorativo da peça. Novamente, acredito que estas decorações dialoguem com o Art Nouveau pela presença de motivos geométricas que envolvem pontos, triângulos, etc. formando fractais. Do mesmo modo, faixas, friso e fitomorfos remetem à temática bucólica e campesina.





A representação de uma refeição só com louças brancas no anúncio Gulodice Feliz, *Correio Paulistano*, 10/11/1934

Representação de pires e xícaras brancos da Frederico Witte, *Correio Paulistano,* 09/12/1937

Representação de pires e xícaras brancos no Café da Metrópole, *Correio Paulistano,* 09/11/1937

Apesar da predominância de formas brancas nas representações de louças, o que se vê escrito chama atenção, paradoxalmente, para o colorido. Assim, alguns anúncios ressaltam a presença de decoração: lê-se, na publicidade da Joalheria Worms, de 21/12/1937, "Bandeijas, louça fina, decorada, estrangeiras"; o Bandeirante, na sessão Pequenos Anúncios, publica: "Apparelhos para jantar, 74 peças, com ouro, desenhos bellíssimos" (06/12/1913), "Apparelhos para chá e café de cores sortidas" (25/10/1913), "Pratos de granito branco ... idem de cores" (10/03/1915).

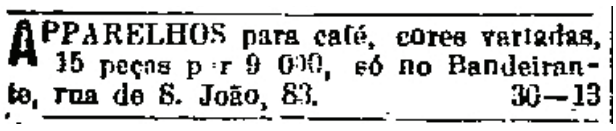
Quanto às designações de formas, aos termos êmicos nas publicidades, têm-se apenas as denominações "chícaras", "bandeijas", "travessa", "pratos" e "para sobremesa". Todavia, assim como as publicidades n'*O Estado de São Paulo*, as louças são oferecidas em conjuntos sob a designação de aparelhos e serviços: "apparelhos para chá e café", "apparelhos para jantar", "serviços para 'sandwichs'" e, ainda, "louças para mesa".

Por fim, poucas são as referências à fabricantes ou procedência das louças nas publicidades do *Correio Paulistano*. São citadas apenas Limoges, e artigos de porcelana alemã. Há algumas referências, igualmente, a louças inglesas, mas, como já mencionamos, fica a dúvida se é um tipo de pasta ou país de origem dos produtos.

***Preços*: os valores das louças obtidos nos periódicos**

A leitura das publicidades dos periódicos possibilitou, ainda, averiguar alguns dos preços das louças anunciadas. A maior parte delas, no entanto, é apresentada por conjuntos: por exemplo, um aparelho de jantar de 60 peças de "louça ingleza" custa 140$000. Para refletir um pouco sobre preços e custos de venda, no comércio, das louças brancas do período estudado, calculei um preço hipotético por peça unitária, dividindo o valor total de um aparelho ou serviço dados pela publicidade, pelo número de peças oferecidas; claro que isto dá uma margem de erro, uma vez que há diferentes tipos de peças com diferentes preços num mesmo aparelho. Entretanto, esse cálculo fornece uma média aproximada do preço da peça. As publicidades abaixo mostram como as louças são oferecidas nos periódicos.

O Estado de São Paulo, 16/12/1937


APPARELHOS para café, cores variadas, 15 peças p r 9 000, só no Bandeirante, rua de S. João, 83. 30—13

O Correio Paulistano, 29/10/1913

O Estado de São Paulo, 05/11/1933

A tabela abaixo sintetiza os dados obtidos pelo exame das publicidades. Mostra o ano no qual foi observado o preço, a quantidade de peças ofertadas, sua função, a designação do tipo de louça, o fabricante ou procedência, quando existe, o preço e o que chamei de "valor hipotético por unidade" do conjunto de louças.

O Estado de São Paulo						
Ano	**Quantidade**	**Função**	**Designação**	**Fabricante ou procedência**	**Preço**	**Valor hipotético por unidade**
1913	8		Porcellana	Nishiki	9$500	1$188
1913	9		Porcellana	Nishiki	13$500	1$500
1926	1	Bomboneira	Porcellana fina		42$000	42$000
1926	8		Porcellana finissima furta-cores		80$000	10$000
1928	48		Porcellana		185$000	3$854
1928	60	Jantar	1/2 Porcellana com flores azuis estilo colonial		250$000	4$167
1928	60		1/2 Porcellana barra verde e delicadas florzinhas		270$000	4$500
1928	60		Meia Porcellana com filete azul		198$000	3$300
1928	1	vaso	Porcellana fina		8$500	8$500
1928	1	vaso	Porcellana fina		14$000	14$000
1928	60		1/2 Porcellana ingleza		389$565	4$638
1928	24	chá e café	Porcellana	Limoges		
1928	60	mesa	Porcellana	Limoges	520$000	8$667
1928	60		Porcellana	Rosenthal	450$000	7$500
1928	60		Porcellana	Bohemia	400$000	6$667
1928	13	serviço para sobremesa	Limoges e Rosenthal	Limoges e Rosenthal	75$000	5$770
1928	34	chá e café	Rosenthal	Rosenthal	195$000	5$736
1928	34	chá e café	Limoges	Limoges	280$000	8$236
1933	29	chá e café	Inglezes		100$000	3$449
1933	60	Jantar			180$000	3$000
1937	30	Jantar	Inglezes		140$000	4$667
1937	60	Jantar	Inglezes		300$000	5$000
1937	42	chá e café	Inglezes		140$000	3$334
1937	15	café			120$000	8$000

1937	75	Jantar e café	De Louça		5$000	$66
1937	75	Jantar e café	De Louça		11$000	$146
1937	75	Jantar e café	De Louça		14$000	$186
1937	75	Jantar e café	De Louça		18$000	$240
1937	75	Jantar e café	De Louça		30$000	$400
1937	75	Jantar e café	De Louça		36$000	$480
1937	75	Jantar e café	De Louça		40$000	$533
1937	75	Jantar e café	De Louça		46$000	$613
1937	75	Jantar e café	De Louça		50$000	$666
1937	75	Jantar e café	De Louça		55$000	$733
1937	75	Jantar e café	De Louça		60$000	$800
1937	75	Jantar e café	De Louça		65$000	$866
1937	75	Jantar e café	De Louça		70$000	$933
1937	75	Jantar e café	De Louça		85$000	1$133
1937	75	Jantar e café	De Louça		90$000	1$200
1937	75	Jantar e café	De Louça		100$000	1$333
1937	75	Jantar e café	De Louça		110$000	1$466
1937	75	Jantar e café	De Louça		150$000	2$000
1937	75	Jantar e café	De Louça		250$000	3$333

* Preços em réis

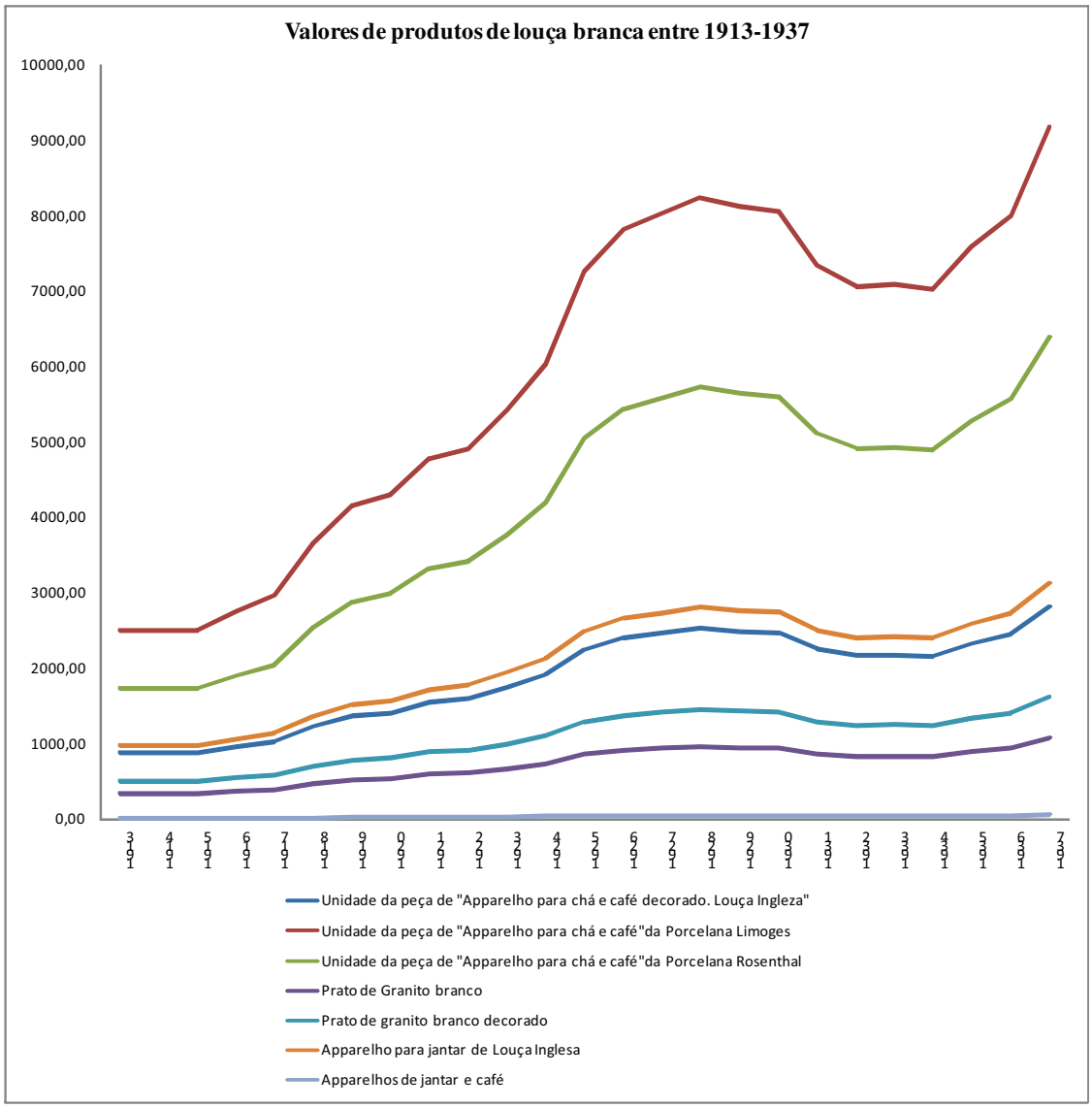
Correio Paulistano						
Ano	**Quantidade**	**Função**	**Designação**	**Fabricante ou procedência**	**Preço**	**Valor hipotético por unidade**
1913	74	Apparelhos para jantar com ouro, desenhos belissimos			62$000	$838
1913	6	Apparelhos para lavatório, decorados	Louça ingleza		13$000	2$167
1913	34	Apparelhos para chá e café			18$000	$530
1913	34	Apparelhos para café			9$000	$265
1913	34	Apparelhos para café e chá, de cores sortidas			20$000	$588
1913	15	Apparelhos para café, cores variadas			9$000	$600
1915	32	Apparelhos para café e chá decorados	Louça ingleza		28$000	$875
1915	72	Apparelhos para jantar	Louça ingleza		70$000	$972
1915	12	Chícaras de porcelana decoradas para chá	Porcellana		12$000	1$000
1915	12	Idem (xícaras) para café, decoradas	Porcellana		6$000	$500
1915	12	Pratos	Porcellana	Limoges	12$000	1$000
1915	1	Bandeija	Fayence		10$000	10$000
1915	1	Bandeija	Fayence		12$000	12$000
1915	1	Bandeija	Fayence		15$000	15$000
1915	12	pratos	Granito branco		4$000	$333
1915	12	pratos "de côres"	Granito branco		6$000	$500
1915	12	pratos de sobremesa de cores	Granito branco		4$500	$375

1934	7	6 pratos e 1 travessa, de fina louça decorada	Louça		28$000	4$000
1937	60	Apparelhos para jantar	Artigo Allemão, finíssimo	Alemanha	700$000	11$667
1937	60	Apparelhos para jantar	Artigo Allemão, finíssimo	Alemanha	800$000	13$333
1937	60	Apparelhos para jantar	Artigo Allemão, finíssimo	Alemanha	1:050$000	17$500
1937	-	Apparelhos para chá			95$000	-
1937	-	Apparelhos para chá			125$000	-
1937	-	Apparelhos para chá			168$000	-
1937	-	Apparelhos para chá			175$000	-
1937	-	Apparelhos para chá			195$000	-
1937	15	Apparelhos para café			120$000	8$000

* Preços em réis

Em termos percentuais, pode-se perceber, pela tabela, acima que as louças em porcelana são, em geral, mais caras que os demais tipos de louça, assim como as louças decoradas são mais caras que as sem decoração. Existe, ainda, uma relação com a procedência, que acarreta que uma porcelana, por exemplo, branca, alemã, seja mais cara, que uma decorada de Limoges. De todos os valores das publicidades, as louças em "granito branco" são muito mais baratas que todas as outras, seguidas das faianças finas (louças inglesas). Se o "granito branco" realmente correpondesse ao *ironstone* ou ao que hoje se denomina "porcelana brasileira" seria plausível a diferença no preço, uma vez que a fabricação desta louça requer apenas uma queima; a peça é decorada ainda crua e a queima do biscoito, da decoração e do vidrado são uma só, diferente da fianaça fina, com duas queimas. A queima, como se sabe, é o processo que mais encarece a louça. Quanto mais queimas, mas alto o custo dos fatores de produção.

A partir destas informações, montei um gráfico de variações de preço, por ano, entre 1913 e 1937, a partir do valor dado pela publicidade e do cálculo do preço hipotético de uma peça, pautados nos índices de inflação obtidos através da tabela de inflação anual para o Brasil durante o período entre guerras estabelecida por Earp (1996: 11). Os dados do gráfico são resultado de uma projeção hipotética, a partir da qual podemos ter uma idéia do valor das louças, especialmente no que concerne a relação percentual de valor entre elas. Há que se ter em mente que, apesar do gráfico dar uma idéia dos valores, não considerei (mesmo porque é difícil comensurar em termos de valor), por exemplo, as influências da demanda, dos custos de produção e a relação disto com o ganho das pessoas.



A queda nos preços a partir do final dos anos 1920 é resultado da grande depressão de 1930.

Segundo o gráfico, em 1913, por exemplo, época da inauguração da Santa Catharina, os pratos em "granito branco" decorados chegariam a ser 150% mais caros que os pratos em "granito branco" sem decoração; uma unidade de um aparelho de jantar de "louça inglesa" chegaria a ser, no mesmo ano, 290% mais caro que os pratos de "granito branco". O valor mais baixo obtido corresponde, no gráfico, a linha dos "Apparelhos de jantar e café" cujo preço da unidade sairia 66 réis, em 1937; para atingir o preço da unidade do "Apparelho para jantar de Louça ingleza", no mesmo ano, teria que ser 4748% mais caro!! Seria esta uma

louça brasileira? No tocante as porcelanas, a porcelana francesa seria mais cara que a porcelana alemã, ambas mais caras que todas as outras louças representadas.

As relações percentuais que poderiam ser feitas são infinitas. Mas quero ressaltar que devido à oscilação dos valores, causados pela inflação, por exemplo, nos anos 1920, o preço de um aparelho para jantar de louça inglesa alcançou o preço da porcelana Rosenthal na década de 1910. Assim, como relacionar isto ao poder aquisitivo dos consumidores, uma vez que num intervalo de menos de 10 anos uma pessoa que não poderia comprar louças alemãs passa a poder fazê-lo? Em 1928, um prato de "granito branco" custava o mesmo que uma peça de "louça ingleza" em 1919. Ao datarmos uma ocupação pelas louças, a partir de períodos de produção, como afirmar algo sobre a posição e o poder econômico desses ocupantes se um comerciante pode comprar, nove anos depois, uma louça que, nove anos antes, apenas um morador, por exemplo, de um palacete em Higienópolis poderia?

Em termos comparativos com outros produtos, a louça oscila bastante entre o que seria considerado relativamente caro e relativamente barato no período. Peguemos o ano de 1925 como exemplo. Para este ano, um produto como o café, em uma saca de 60 kg, custava aproximadamente 2$900 (BAER 1985: 539-542). Para o mesmo ano, um prato de granito branco custaria 5787 vezes a menos que a saca, enquanto que uma porcelana Rosenhtal, de um aparelho de chá ou café, custaria 111% a mais que uma saca de café de 60 kg... Isto nos mostra a enorme oscilação dos preços das louças, acessíveis, pela compra direta, a quase todas as camadas da população, se não a todas, neste século XX.

O salário de um operário ceramista, numa fábrica de Cerâmica, no interior de São Paulo, em 1923, segundo o *Boletim do Departamento Estadual do Trabalho* (1923: 76), variava, por dia, entre 8$ a 10$ (mil réis). Se trabalhar vinte dias úteis, seu salário será de 160$000 a 200$000. No mesmo ano, uma peça do "aparelho de jantar e café" custaria, aproximadamente, $37, que corresponderia a 0,023% do salário do operário, algo, portanto, passível de compra... Com este mesmo salário, seria possível ao operário ceramista comprar muito outros aparelhos de louça, inclusive fazendo conjuntos. Mesmo com base nos menores salários do mundo operário, como os da indústria têxtil, a louça seria muito barata. O salário de um operário homem na indústria têxtil, um dos mais baixos salários do operariado no começo do século XX, giraria em torno de 5$449 por dia (BESSE 1999: 166); contando vinte dias úteis, ter-se-ia 108$980. Deste valor, uma unidade da mesma louça, para o mesmo período, equivaleria a 0,034% do salário mensal.

É claro que com isto não estou dizendo que a condição dos trabalhadores operários era ótima, já que havia demais gastos que reduziam, em muito, os salários, mesmo porque estes exemplos caem num reducionismo econômico que ignora preferências e escolhas pautadas em identidades, culturas, etc. Como mostra De Decca (1987: 26-27), os salários operários, de modo geral, entre 1927-1934, tinham baixo poder de compra, mesmo para cobrir necessidades básicas como habitação, alimentação e vestuário. Com isto estou dizendo que para estes orçamentos, a louça não deveria ser um gasto exorbitante, nem para os operários nem para os industriais, nem mesmo, talvez, com os descontos que sofriam. A alimentação levava 50% ou mais do ganho mensal, enquanto o vestuário de 15 a 16% (DE DECCA 1987: 33-36). Quanto era o gasto com a cerâmica, que, além de representar, percentualmente, muito menos do total do ganho mensal, tinha maior durabilidade (pode-se comprar um prato e anos depois ele se quebra) do que alimentação e vestuário? Se, como acredito, os jornais publicavam a publicidade de lojas e comerciantes que vendiam as louças, talvez, mais caras disponíveis, fico pensando no preço das louças brancas em armarinhos de secos e molhados ou em outras lojas menores, ou ainda, qual o preço de louças em feiras ou compradas em vendedores de rua, como mostra Carvalho (1999)?

Fazendo apenas um exercício à guisa de exemplo, no ano de 2009, uma loja no Largo da Batata, o centro comercial do bairro de Pinheiros, em São Paulo, oferecia pratos rasos de louça branca (em *ironstone* ou porcelana de baixíssima qualidade) a 1 real a peça. Um salário mínimo atualmente no estado de São Paulo é de R$505,00. Este prato de louça representaria 0,2% do salário!

Com estes questionamentos em mente, busquei outras fontes que me fornecessem mais dados sobre o assunto, e nesta imersão me deparei com os inventários.

SUB-CAPÍTULO 4.4

LOUÇA E GOIABADA: COMO AS LOUÇAS (DES)APARECEM NOS INVENTÁRIOS DA GRANDE SÃO PAULO DA PRIMEIRA METADE DO SÉCULO XX

> *3 dúzias de pratos finos da Índia, de diversas cores. 7 charões de louça de Lisboa, ou pratos compridos entre pequenos e grandes. 4 pratos de estanho, grandes.* (Inventário de Rev. Vigário Carlos Correia de Toledo e Mello, 1789, **Autos da Devassa da Inconfidência Mineira**)

A fim de relacionar as questões de análise das louças do sítio Petybon à outras esferas do consumo, este sub-capítulo visa realizar alguns apontamentos sobre como estão referenciadas as louças em inventários *post-mortem* pertencentes a moradores da cidade de São Paulo e arredores, entre os anos de 1913 e 1937. Tentarei explicitar como as louças aparecem nestes inventários e se aparecem, já que, diferente do século XIX, no século XX, mais pessoas menos abastadas inventariam seus bens. Acredito, como mostrarei, que a louça, tornando-se bastante popular, deixou de ser um bem de consumo caro, a se inventariar, categoria substituída, por exemplo, por imóveis e créditos bancários.

É sabido o potencial da análise de testamentos e inventários em Arqueologia Histórica, apesar de sua pouca freqüência de utilização em conjugação com os dados arqueológicos, em pesquisas (SYMANSKI 1998: 24). Talvez um dos mais conhecidos usos, para o Brasil, esteja nos trabalhos de Symanski (1997; 1998) sobre o solar Lopo Gonçalves, através dos quais o autor pode perceber as relações do que estava sendo inventariado com o que se via no registro arqueológico, assim como intervalos cronológicas e aspectos sócio-econômicos. O autor buscou, com base nos inventários *post-mortem*, esboçar um quadro dos ideais de consumo do segmento social do qual os moradores do solar faziam parte (SYMANSKI 1997), assim como levantou informações sobre o custo relativo das louças recuperadas no contexto arqueológico, que permitiram distinguir quais atributos desses artefatos mais fortemente representavam o status sócio-econômico dos ocupantes do Solar Lopo Gonçalves (SYMANSKI 1998: 28).

Para São Paulo, as pesquisas de Carvalho (1999) sobre o Beco do Pinto, o Solar da Marquesa de Santos e a Casa Nº 1, se utilizaram igualmente de inventários e testamentos a fim de resgatar a cultura material destes universos, através de suas fontes escritas, comparando-as com o registro arqueológico, em termos de valor, disponibilidade,

variabilidade, etc. Para um contexto histórico anterior, Zanettini (2005) utilizou os inventários e os testamentos não apenas para o aprofundamento da história de cada sítio arqueológico, no caso, a dinâmica das casas bandeiristas, mas também à relação entre os acervos exumados e a cultura material no que concerne aos universos domésticos, ao mobiliário, às cerâmicas e louças, à mudança dos significados sobre a indumentária, etc.

Meu olhar sobre os inventários pautou-se na abordagem denominada "arqueologia documental", por Beaudry, Cook e Mrozowski (1996), a partir da qual se buscou informações relacionadas à cultura material que se estuda, sem desconsiderar, claro, que o documento é pautado num discurso e como todo discurso está permeado por regimes de verdades, percepções e visões de mundo. A sistematização de inventários, para a Arqueologia Histórica, possibilita a contraposição do refugo (registro arqueológico) ao valorizado, "transmitido de geração para geração (as coisas herdadas), evidenciando aspectos tanto de caráter eminentemente econômico (valores comparativos, preços de produtos) como percepções da sociedade em relação aos mesmos, visto que a grande maioria dos objetos não está presente ou aparecem de forma sutil no contexto arqueológico" (ZANETTINI & MORAES 2005). Por isso mesmo, a leitura de inventários em Arqueologia não pode ter a ver com o "contar algo que os documentos não contam", mas, sim, com construir uma arqueologia dos documentos (JOHNSON 1999: 31). Já nos anos 1970, Shrire afirmava que o sucesso para o estudo da Arqueologia Histórica está em nossa habilidade "to dig as deeply into the archives as into the sands of and abandoned settlement by analyzin words and artefacts" (BEAUDRY, COOK, MROZOWSKI 1996: 284).

Segundo Abrahão (2008), o caráter massivo dos inventários dá, também, base para incursões de análises históricas sobre o cotidiano de famílias. "As informações sobre os bens móveis e imóveis contidas nessa fonte documental nos indicam os níveis de riqueza, os padrões de consumo das populações, apontam as atividades desenvolvidas pelos indivíduos e possibilitam capturar as diferenças sociais no seio da sociedade estudada" (ABRAHÃO 2008: 26). Há que se lembrar, no entanto, que os inventários, não obstante este potencial, descrevem a parte da população que possuía bens a repartir.

Com estes pressupostos, elenquei alguns exemplos de inventários a serem apresentados aqui. São inventários referentes à cidade de São Paulo e regiões adjacentes entre os anos de 1913 e 1937, disponíveis no Arquivo do Tribunal de Justiça de São Paulo (ATJSP). Se num primeiro momento, meu objetivo era, seguindo o exemplo de outros trabalhos que investigaram a cultura material nos inventários, localizar referências aos

objetos utilizados no dia-a-dia das pessoas, num segundo momento quis entender, justamente, porque a cultura material móvel parou de aparecer nos inventários do século XX, já que, desde minhas primeiras leituras, logo percebi que não encontraria algo como "12 pratos de louça branca do reino" como se lê no inventário de Baltazar Lopes Fragoso, de 1635, morador da então vila de Piratininga (1920: 145). Assim como Symanski (1998), iniciei a leitura dos inventários também no intuito de encontrar designações êmicas das louças, como "pombinhos" ou "beira azul", ou "espiga" (como apontei em capítulo anterior), ou, ainda, preços e outras variantes de valor. Nada.

Foi então que percebi a necessidade de calibrar meu olhar para um contexto específico, o do século XX. Diferente do século XIX, no século XX existe uma crescente valorização de bens de raiz, como os imóveis e créditos bancários, em detrimento daqueles objetos móveis como cadeiras e louças, exemplo, para Oliveira (2005: 81), de grande mudança na composição da riqueza da época, movimento ocorrido pelo menos desde o final do século XIX. Esta dinâmica refere-se, também, a uma conjuntura maior de mudança no sistema capitalista, com a conformação do que ficou conhecido como "capitalismo financeiro", caracterizado pelo crescimento da importância dos bancos e das transações financeiras, acompanhados de investimentos em bens de raiz (imóveis), em comparação aos bens móveis ou de consumo.

Como será possível notar, os inventários que consultei sempre apresentam cartas de crédito, dívidas, empréstimos, contas em banco, pequenas empresas e sociedades, com quase total ausência de bens móveis, semi-duráveis ou duráveis. São, majoritariamente, inventariados, portanto, os chamados bens de liquidez imediata, como ações, contas em banco, casas, que passaram a ser mais relevantes nos inventários do que louças, cadeiras, armários, etc., os quais, ao que parece, perderam importância no que era listado. Os bens de maior liquidez passaram a ter maior relevância no patrimônio de uma pessoa, em comparação aos bens móveis que, apesar de terem algum valor, eram mais difíceis de serem comercializados. A partir do momento em que alguns bens móveis passaram a ser mais corriqueiros, portanto, (como as louças resultantes do movimento de popularização da faiança fina), deixaram de ser inventariados, dando lugar aos imóveis e aos bens de mais alta liquidez (como contas em banco, quase que "dinheiro" propriamente dito).

Como demonstrou Maria Luiza Oliveira, para os inventários da cidade de São Paulo na segunda metade do século XIX, os bens de raiz representavam para o período entre 1874-1882, 43% da riqueza inventariada, aumentando para 59,5% do total de bens do inventário

para o período entre 1894-1901 (OLIVEIRA 2008: 95). Neste momento, portanto, imóveis e créditos são muito mais acumuladores, e talvez indicadores, de riqueza do que bens móveis, como louças. Nos inventários lidos no ATJSP, existe uma freqüência muitíssimo maior de imóveis, terrenos, casas, hipotecas, dívidas e dinheiros em banco do que de louças e outros artefatos que passaram, em geral, a serem tão mais baratos, com valor tão baixo, que não valia a pena serem inventariados.

É o que se pode afirmar, por exemplo, do inventário do Dr. Miguel de Godoy Moreira e Costa, de 31/01/1920, morador da cidade de São Paulo, falecido em outubro de 1915. O Dr. Miguel deixou a sua esposa, D. Maria Bella Marcondes de Godoy, um pecúlio de 23:220$000, além de um prédio na Av. Água Branca, 47, um terreno na mesma avenida e um terreno sem número, todos na Freguesia de São Geraldo das Perdizes. Ou, por exemplo, no inventário de Maria da Penha Azevedo, de 11/03/1913, que deixou para sua filha "um sobrado a Avenida Rangel Pestana numero cincoenta e quatro, quatro casas na mesma Avenida de numeros cincoenta e seis, cincoeta e oito, sessenta e quatro; dês casas na Freguesia do Braz (...), duas casas na rua Carneiro Leão (...), uma casa na rua (sic), uma casa a rua do Gasometro (...), uma casa na rua dos Imigrantes (...), cinco casas na rua Glycerio..."

Já no arrolamento dos bens de D. Elysabeth Dyer or Weston, inglesa falecida em 1936, foram apontados uma letra da Câmara Municipal de 1909, nove debêntures da Cia. Campineira de Tracção Luz e Força, 486$800 em conta corrente no Banco Commercial do Estado de São Paulo e 4:763$000 em conta a prazo fixo no mesmo banco com vencimento em 21/04. Em adendo ao arrolamento, um documento da justiça determinava a anulação das taxas que seriam cobradas sobre a herança uma vez que, depois do desconto, esta quase desapareceria.

Na verdade, em muitos dos inventários lidos existem dívidas a serem pagas e poucos são os bens a inventariar. Do mesmo modo, as inúmeras taxas e impostos a serem pagos pela família do inventariado eram tão altos que chegavam a reduzir ou consumir toda uma herança, como no caso de D. Elysabeth. No inventário de Orestes Belpiede, de 30/08/1926, consta apenas: "não deixando bens a não ser a quota social na firma Casarine & Belpiede, da qual era sócio..."; no arrolamento dos bens de Accacio Pereira de Andrade, de 06/02/1919, consta: "não havendo bens a inventariar, pois o mesmo só possuía a quantia de Rs 1:650$000, deposito na Caixa Economica Federal". No caso de D. Maria de Santi, italiana, falecida em 30/01/1924, o processo e as despesas com justiça, funeral e inventários eram tão caros, que os bens a inventarias mal cobriam estes gastos, como foi o caso de. Lê-se "o acervo hereditário,

em vista de poucos immoveis de que é constituído, segundo consta dos autos, e conseguintemente de insignificante valôr, não comporta as despezas conseqüentes de um processo regular"!

Apesar deste desaparecimento dos bens móveis, foi possível inferir dados interessantes em tipos específicos de inventários. Diferente das publicidades dos periódicos, as quais chamam atenção para o comércio do centro da cidade, de cunho um pouco mais elitista, com diálogo bastante acirrado com projetos de modernidade para a *urbs*, etc., os inventários chamam atenção para outras instâncias do comércio, tão freqüentes, ou mais, que as lojas do Triângulo: os armazéns de secos e molhados. Entre 1920 e 1921, por exemplo, a cidade de São Paulo contava com 292 casas comerciais de artigos de importação, mas 2617 armazéns de secos e molhados (MEMÓRIA URBANA 2001: 86). Deste modo, os li com o propósito de obter algumas informações sobre as louças, tal qual Symanski (1998), mas diferente deste, não busquei uma pessoa em particular e sim tentei refletir sobre como as louças estavam também sendo comercializadas no período. Assim como o autor, encontrei informações "mais detalhadas" (entenda-se, encontrei alguma informação) sobre as louças em inventários de proprietários de lojas, armarinhos e armazéns.

Segundo Oliveira (2008: 32), os armazéns, "no contexto de urbanização repentina e do enorme aumento da população, foram um espaço que se transformou em ponto estratégico de referência e apoio na construção do cotidiano". São vistos pela autora como lugares de sociabilidade do bairro, com "função social de integração múltipla", além de exercerem importante função no cotidiano das famílias de médias posses (através de créditos e empréstimos) e por ser o tipo de negócio mais acessível aos com poucos meios (OLIVEIRA 2008: 271). Os armazéns marcavam a paisagem paulistana nos mais diversos endereços, mas, diferente das casas comerciais mais conhecidas, concentradas no Triângulo, os armazéns de secos e molhados existiam não apenas no centro, mas nas beiras de caminhos e em bairros mais distantes.

Outro aspecto importante a ressaltar quanto aos armazéns é seu papel como comercializadores de produtos "da terra" ou gêneros nacionais. As análises de Oliveira (2008) mostraram que, nos levantamentos do final do século XIX, os almanaques da província de São Paulo marcavam presença esmagadora da categoria "Armazéns de molhados e gêneros do País" (2008: 277). No inventário de Dona Leontina Pereira de Moraes, de 19/02/1918, constam as mercadorias inventariadas de uma "casa de negocio de secos e molhados, com uma pequena fabrica de macarrão" na Barra Funda. Nele pode-se

notar a presença de centenas de produtos alimentícios nacionais, o "assucar carioca", "o feijão molatinho", "vellas Paulistas", "tijolos de arear nacionaes", "fardos de papel Cayeiras", os variados tipos de macarrão de produção própria do casal Leontina e José da Ressurreição de Moraes e o "olio Sol Levante", produto das Fábricas de Refinaria de Óleo Sol Levante, dos Matarazzo (CARONE 2001: 166). Eram neles que se encontravam as diversas categorias de louças ou cerâmicas da terra, aquelas de produção local/regional, torneadas ou não, assim como as cerâmicas vidradas, panelas, louças esmaltadas e as louças brancas, de produção brasileira.

Gostaria, para finalizar, de focar em dois inventários em particular. No inventário de Antônio M. do Amaral, de 20/03/1924, dentre os bens do espólio que recebeu a esposa, Elisa Conceição do Amaral, e seus três filhos, havia um armazém, localizado em Itaquera. Na "importância das mercadorias existentes na casa commercial, sita em Itaquera" constam:

MERCADORIAS EXISTENTES NA CASA COMMERCIAL DO FINADO

18	saccos de farinha trigo	486 000
1	sacco de feijão	63 000
1	sacco de fubá	12 600
2	saccos de assucar redondo	108 000
2	saccos de assucar de primeira	126 000
4	saccos de arroz	117 000
7	saccos de milho branco	75 000
18	saccos de faselhos	64 800
5	caixas de sabão pequenos	42 000
1	caixa de sabão grandes	27 000
1	arroba de Café	28 000
36	garrafas de agua de Caxambú	23 000
21	garrafas ansiete	23 000
12	garrafas vilho typo Porto	43 200
12	garrafas vinho do Porto	43 200
25	Latas de Goiabada	33 700
25	Latas de marmelada	22 500
25	Latas de leite	23 400
24	Latas de biscoutos Maria	39 280
12	Latas de coco	9 000
10	Potes de barro ordenario	18 000
	Louça de barro	36 000
	Ferragens	31 500
	Total	1:496 500

Neste pequeno armazém de secos e molhados, havia predomínio de bebidas e gêneros alimentícios, mas ressalto a presença das "louças de barro", de produção nacional, às quais,

infelizmente, não foram computadas as quantidades para saber ao que equivalia o valor referido. A "louça de barro", produzida em São Paulo, conhecida arqueologicamente como cerâmica de produção local/regional, um *mix* de "eventual manutenção de tecnologia indígena voltada à produção de artefatos", fabricada segundo demandas por vasilhas com determinados aspectos visuais agradáveis aos padrões dos consumidores paulistas (ZANETTINI & MORAES 2005), é aquela que mais se encontra nos sítio históricos de São Paulo, declinando em quantidade, no refugo, à medida que nos aproximamos do século XX. Já a partir do início do século XIX, a louça de barro torna-se mais rara, concomitante a transformação que a sociedade paulistana sofreu com a abertura dos portos e a facilidade da importação de produtos forâneos (ZANETTINI 2005: 339).

A documentação dos portos é bastante indicativa do processo. José Antônio Vieira de Carvalho, dono de um bergantim, no início do século XIX, negociava com quase todos os portos da costa brasileira; em viagem de ida para o Rio de Janeiro, voltou para Santos com "20 gigos de louça" (PUTSCHART 1998: 24). O gigo é uma antiga medida portuguesa equivalente a, aproximadamente, um alqueire; como o alqueire era uma medida de capacidade utilizada para secos e líquidos, cuja capacidade varia de região para região, oscilando entre 13 e 22 litros, tem-se que as louças vieram transportadas em alguma espécie de baú com capacidade para 260 a 440 litros de louças... Manoel de Alvarenga Braga, dono de uma lancha que circulava principalmente no eixo Santos-Rio e Santos-Iguape, Ubatuba e Bertioga, em 1820, trouxe do Rio de Janeiro, dentre outras coisas, "13.855 dúzias de louça inglesa sortida" (PUTSCHART 1998: 34), ou seja, 166.260 peças em louça derramadas no porto. Imaginam-se quantos milhares de toneladas de louça branca não foram desembarcadas nos portos e redistribuídas para todo o país. De qualquer forma, dialogando com a louça branca em termos de perfomance visual, decorações e funções (presumidas e reais), a louça de barro não desapareceu totalmente, como vemos no inventário, mas passou a atuar mais nos universos de abastecimento, armazenamento (BELLINGIERI 2004) e cocção. Lembro que esta "louça de barro" foi amplamente estudada por Zanettini (2005), em tese de doutoramento.

Já o inventário de Dona Soledade Ruiz Poli traz dados mais interessantes. Falecida a 03/02/1920, deixou ao marido, o italiano Nello Poli, e aos filhos, "um armazém de seccos e molhados, na Avenida Guarulhos, nº 8, na Villa do mesmo nome", sob firma Moreira, Rodrigues & Poli. O armazém de Guarulhos caracterizava-se como "commercio de seccos e molhados por atacado e avarejo", cujo inventário resultou na seguinte listagem (que reproduzo na íntegra):

INVENTARIO de MERCADORIAS EXISTENTES NO ESTABELECIMENTO DOS SNRS. MOREIRA RODRIGUES & POLI em 31 de DEZEMBRO 1920

6	Quartolas vasias	6$000	36$000
600	Garrafas vasias	$200	120$000
46	Ditas idem idem de 1/2 litro	$100	4$600
1	Garrafão vasio	1$400	1$400
12	Duzias de garrafas p/ cerveja	6$500	79$200
7	C/ c/ garrafas p/ soda	9$000	63$000
6	Garrafas communs	$200	1$200
1	Rolo de arame farpado	27$000	27$000
5	C/ p/ garrafas	3$000	15$000
1	Quinto vasio	4$000	4$000
3	Garrafões c/ vinho	5$900	17$700
1	C/ vasia p/ garrafas	3$000	3$000
1	C/ de cerveja c/ 1/2 garrafas	19$000	19$000
1	" " " " "	9$000	9$000
9	Syphões	$400	3$600
23	Duzias de soda	3$000	69$000
12	C/ c/ garrafas vasias	3$000	36$000
1	" " " "	3$000	3$000
48	Duzias de cerveja	10$000	480$000
8	Garrafões vasios	1$400	11$200
20	Saccos de sal grosso	7$700	154$000
9	" " " moido	7$700	69$300
150	Kilos " " fino	$100	15$000
56	" de toucinho	1$300	72$800
6	Barricas de vinho de fructas	31$600	189$600
1	" de vinagre	15$000	15$000
9	Saccos de assucar	28$000	252$000
750	Litros de aguardente	4$053	304$000
88	Saccos vasios, grandes	$900	79$200
15	" " pequenos	$400	6$000
			2:159$800
10	Saccos diversos	$500	5$000
15	C/ vasias	$800	12$000
5	Sac. Batatas nasc/ p/ planta	10$000	50$000
4	" vasios	$900	3$600
24	Garrafões vasios	1$400	33$600
121	Alqueires batata	6$000	726$000
14	Saccos vasios	$900	12$600
10	" sal grosso	7$700	77$000
3	Pas quadradas	5$000	15$000
4	" bico c/ cabo	5$500	22$000
7	" " sem cabo	4$500	31$500
530	Gram/ de estanho	1$022	14$310
65	kilos de toucinho c/ carne	1$300	84$500
9	Novellos de barbante	4$500	40$500
65	Kilos de cebola	$400	26$000
20	" " corda	1$400	28$000
4	" " " fina	5$200	20$800
1	" " bon-bons	13$000	13$000

20	" " barbantes	5$100	102$000
1	Duzias de peneiras de taquara	9$000	9$000
7	Vassouras	1$077	7$540
4	" p/ lavar	$825	3$300
52	C/ sabão grandes	7$000	364$000
74	" " pequenos	3$500	259$000
3	" c/ ortelã pimenta	12$000	36$000
2	" " ferroquina nacional	15$000	30$000
1	" de pregos 18x27	120$000	120$000
1	Tina de bacalhau	65$000	65$000
3	C/ vellas de sebo	20$000	60$000
14	Kilos oleo de linhaça	2$700	37$8000
1	Lata " " "	45$900	45$9000
2	Saccos de sal moido	7$700	15$400
			4:530$150
6	C/ de banha	100$000	600$000
2	" " kerozene	32$000	64$000
80	Kilos corrente p/ carroças	38$000	304$000
1	C/ polvora em latas	50$000	50$000
3	S/ assucar mascavo	28$000	844000
1	C/ sabão marca "Bom"	22$000	22$000
1	" " " "Vendedor"	32$000	32$000
1	" " " "Perola"	26$000	26$000
71	" " " "Cintra"	6$000	426$000
4	" " " "Manteiga"	96$000	384$000
120	" " " "Perola"	60$000	720$000
2	" de rosquinhas	10$000	20$000
10	" de "Visuvio"	14$000	140$000
5	Latas de banha de 20 ks	32$000	160$000
1	C/ de sabão Visuvio	14$000	14$000
1	Lata mel de abelha	30$000	30$000
9	C/ sabão "Perola"	6$000	54$000
2	C/ " "Luziada"	54$000	108$000
100	Kilos de alvaiade	1$400	140$000
10	" " barbante	5$100	51$000
510	Litros aguardente	$400	204$000
1	Lata de bolacha	10$000	10$000
3	S/ milho	13$300	39$900
1	Garrafão vasio	1$400	1$400
6	S/ feijão	13$000	78$000
24	Rol. Arame farpado	21$000	504$000
40	Kilos mate	$950	38$000
16	Bacias diversas	5$210	83$374
17	Kilos salame	1$300	22$100
50	" " Rio Grande	3$400	170$000
8	S/ de lingüiça	1$700	13$600
			9:123$524
19	Queijos	1$900	36$100
30	Fouces	6$000	180$000
4	Enxadas "Bugre"	4$500	18$000
14	Kilos queijo curado	3$400	47$600
5	Enxadas "Jacaré"	5$900	29$800

10	Kilos terra queimada	$600	6$000
12	Pas "Vangas"	35$500	42$000
20	Kilos de occa?	$300	6$000
4	Enxadas m/ "Mão", 21/2"	7$000	28$000
11	" " " 2"	6$500	71$500
8	Forcados	3$200	25$600
5	C/ bacalhau	114$600	573$300
6	Brs. Cimento "G"	44$000	264$000
2 1/2	" " "P"	25$000	62$500
6	Fardos papel	40$000	240$000
3	" " Cayeiras	50$000	1250$000
16 1/2	S/ Farinha mandioca	12$800	211$200
5	S/ feijão riscado	17$500	87$5000
4	Esteiras de tabúa	$800	3$200
80	Maços de phosp.-	$600	48$000
1	C/ vellas Paulista	38$500	38$5000
22	" sabão m/ "Bom"	12$909	284$000
1 1/2	Lata oleo de peixe	28$000	42$000
1	Lata Kereozene	16$000	16$000
1	C/ banha de 2 ks	117$000	117$000
14	Pacotes assucar amarellinho	5$750	80$500
38	Latas bolacha	10$000	380$000
2	Dz. soda c/ garrafas	4$500	9$000
2 1/2	Arrobas de café	21$000	52$500
5	S/ vasios	$900	4$500
26	Pacotes assucar branco	7$500	195$000
			12:472$824
8	S/ vasios	$700	5$600
100	Litros milho	$160	16$000
100	" feijão	$130	13$000
1	S/ arroz	38$000	38$000
100	Litros batatas	$090	9$000
30	Kilos fumo	3$700	111$000
1/2	S/ feijão novo	8$000	8$000
16	Kilos fumo Araçá	3$000	48$000
1	S/ quirera	14$000	14$000
40	Kilos café em grão	1$100	44$000
2	C/ p/ farrafas	3$000	6$000
1/2	S/ feijão vaqueiro	3$000	3$000
1/2	S/ farinha "Sol"	24$598	24$598
12	C/ vinho do Porto	36$000	432$000
1	S/ feijão	13$000	13$000
41	kilos salamargo	$800	32$000
1	Arroba café União	24$000	24$000
11	C/ macarrão	11$3000	124$300
1 1/2	Tamancos p/ homens	18$000	27$000
1	C/ macarrão	10$8000	13$8000
1/2	Dz. tamancos P/ creanças	5$000	5$000
1	" " " senhoras	13$000	13$000
1	C/ palitos	80$000	80$000
16 1/2	S/ farinha "Sol"	4$9000	808$500
1/2	S/ feijão mulatinho	6$5000	6$000
14	" farinha "Santista"	45$085	631$200

26	" vasios	$900	23$400
6	" Arroz especial	223$998	224$000
1	Arroba e 3/4 de café	26$300	26$300
-	Saccos de papel	-	80$000
81	" de feijão	13$000	1:053$000
			16:427$822
7	Saccos de arroz agulha	33$500	234$500
16	" " "	31$000	496$000
54	" feijão vaqueiro	6$000	324$000
1	" quirera	14$000	14$000
1/2	" feijão vaqueiro	3$000	3$000
10	" milho	15$000	150$000
20	" kilos corda	1$500	30$000
8	Saccos milho	13$300	106$400
12	" fubá	12$583	151$000
11	" café	66$00	726$000
102	" farello	6$565	669$630
700	cabeças d'alho	$030	21$000
5	Ballas de papel	6$440	32$200
33	Pacotes de assucar "Victoria"	7$125	235$125
29	Bars. bacalhau	65$000	1:885$500
13	S/ de assucar	28$420	369$460
2	Engradados de farinha de milho	16$000	32$000
24, 1/2	Kilos de fumo	3$000	73$500
2	C/ oleo "Bretoli"	22$000	450$000
28	" " Camelia	7$000	196$000
50	Latas bolacha	10$000	500$000
17	" oleo Bertoli	5$194	88$400
4	C/ " Camelia	7$000	28$000
1	" " Quinado	54$000	54$000
5	C/ sabão Perola	6$000	30$000
17	" macarão n° 2	10$800	183$600
4	" " " 1	11$300	45$200
14	Enxadões	7$000	98$000
6	Podões	1$800	10$800
5	Cavadeiras	2$000	10$000
1	Podão	2$500	2$500
			23:677$137
36	Enxada m/ Mão 2"	6$500	234$000
2	" " " 2 1/2	7$000	14$000
40	Kilos grampos	1$300	52$000
51	Garrafas d'espirito 30°	$843	43$000
7	Peneiras de arame	2$876	20$132
13	" " " fino	2$914	37$890
5	Latas confeito	10$000	50$000
9 1/2	Garrfs. soda	1$800	17$100
13	Baldes zinco	3$500	45$500
9 1/2	Grfs. cerveja pretinha	$063	6$000
2	Capoteiras	$670	1$340
1	Dz. garfs. vasias	$200	2$400
2	Garrafões vasios	1$400	2$800
45	Grfs. d'espirito	$866	39$000

1	Dz. garfs. vasias	$200	2$400
27	Caldeirões de folha	1$665	44$980
4	Grarrafões vasios	1$400	5$600
12	Chocolateiras	$666	8$000
3	Grf s. vinho Virgem	$950	2$850
1	Barril vsio	8$000	8$000
1/2	" vinho de fuctas	6$000	8$000
3	Frigideiras n° 20	2$500	7$500
1/2	Arroba sassucar redondo	5$725	5$725
1/2	" " braco	7$500	7$500
1	C/ sabão Perola	6$000	6$000
1	Lata de confeitos	5$000	5$000
3	Frigideiras n° 28	4$500	13$500
1	" " 22	3$500	3$500
1	C/ de sardinhas	75$000	75$000
1	Dz. de marmita de folha	11$000	11$000
1	Enxadas m/ "Mão"	6$500	6$500
			24:448$059
1	Enxada "Jacaré"	5$800	5$800
1	" "Bugre"	4$500	4$500
30	Caldeirões	1$166	35$000
3	kilos de cebola	$340	1$020
1/2	Arroba de café	10$500	10$500
16	Libras de chocolate	1$000	16$000
1 1/2	Dz torneiras	8$000	12$000
2	Kilos de ballas	2$500	5$000
100	" sulphato de soda	$600	60$000
3	Facas charqueadeiras	5$000	15$000
1	Garf. de caninha	$600	$600
3	kilos de manteiga	4$000	12$000
8	Latas de azeitonas	2$000	16$000
124	" de marmellada	$975	120$900
46	kilos de goiabada	2$100	96$600
2	Latas de doces em caldas	$800	1$600
5	kilos de extr. de tomate	3$000	15$000
15	Latas de fermento inglez	$900	13$500
5	" chá Lipton	2$000	10$000
14	" leite condensado	1$187	16$618
26	" biscoutos Duchen	1$950	50$700
17	kilos de manteiga 1/2 kilos	4$000	68$000
5	Vidros de magnesia	$500	2$500
48	garrafas de tamarindo	1$133	54$400
14	cassarolas esmaltadas	4$250	59$500
-	Diversas garrafas c/ bebidas diver.	-	20$000
-	" copos p/ chops.	-	5$000
23	Caldeirões esmaltadas	7$613	175$100
7	Gz. de linha em carriteis	36$828	275$810
2	Chaleiras	8$640	17$280
1	Dz. Linha nº 10	8$500	8$500
			25:634$487
150	Cadernos escolares	$080	12$000
10	Bules esmaltados	5$556	55$560

32	Pacotes de maisena	$450	14$400
18	c/ anil	2$300	41$400
1	Dz. Facas p/ cozinha	12$000	12$000
4	" pomadas p/ calçados	1$000	4$000
12	Maços phosph. m/ Olho	$600	7$200
3	canivetes	1$500	4$500
1	c/ pimenta	3$000	3$000
1	Maço de vellas	3$250	3$250
3	Emplastos porosos	$800	2$400
2000	Espoletas	$002	9$000
1	Dz, cachimbo	4$500	4$500
3	Latas de aliche	3$533	9$600
32	kilos de canella em rama	3$200	102$400
50	sapolios	$160	8$000
21	c/ palitos	$270	5$670
1	Pacote c/ vella de sebo	2$500	2$500
6 1/2	kilos caçarola de ferro	$320	20$800
11	maços de phosp. Pinheiro	$658	7$238
2	Dz. Pomada p/ calçado	1$000	2$000
1	Milheiro de cigarros	$019	19$600
100	Charutos	$035	3$500
6	c/ papel "Economia"	6$000	36$000
500	Cigarros Herculanos	$008	4$000
1500	" Victoriosos	$008	12$000
500	" Yolanda	$012	6$300
500	" Olga	$015	7$700
1000	" Nina Pancha	$012	12$000
2000	" Tenis	$010	20$000
5000	" Famosos	$006	6$000
			26:093$005

500	Cigarros Sudan	$012	6$300
500	" " extra	$014	7$300
15	kilos de banha	1$600	24$000
3	vidros p/ doces	2$000	6$000
20	Dz. pacotes de taxas	2$200	44$000
2	" carriteis de linha	3$000	6$000
1000	Espoletas	$005	5$000
1/2	kilo nosmoscada	13$500	13$500
2	Latas de manã	13$000	26$000
3	canivetes	1$500	4$500
390	Garfs. de licôres diversos	1$083	422$000
2000	Espoletas	$005	10$000
1	Dz. de Bromil	11$000	11$000
1	kilo de, sine	6$000	6$000
45	Garfs. de capilé tamarindo	1$088	49$000
400	Grams. de camphora	$050	20$000
1000	Espoletas	$005	5$800
50	Balas nº 380	$100	5$000
5	Dz. garfs. oleo de ricino	1$600	5$000
100	cadernetas	$120	8$000
1	c/ pimenta do reino	3$000	12$000
1	Dz. Pomadas p/ calçado	1$000	3$000

26	Litros de phernet	2$084	1$000
10	Grfs. de espirito	$850	54$200
5 1/2	Pacotes de anil	1$300	8$500
20	Garfs. de licôres	1$100	7$150
1	c/ balas nº 320	2$500	22$000
1	Dz. Creolina "Pearson" - vidros	4$900	4$900
200	Cartuchos de polvora	$220	44$000
65	Garfs. de caninha do Ó	$761	49$500
3	Dz. de cachimbos	4$500	13$00
			29:995$155

1	Dz. caximbos	10$000	10$000
16	Garfs. vinho Tosto	1$600	25$600
11	Litros de fernet Antartica	3$500	38$500
3	Frascos Ferro-quina	6$916	20$750
2 1/2	Grozas de lapis	11$000	27$500
2	c/ pimenta	3$000	6$000
11	Garfs. Congnac	6$204	68$750
1	" Chambertin	4$500	4$500
10	" Vinho do Porto	3$000	30$000
7	Novellos barbante	1$500	10$500
2	Dz. c/ c/ lamparinas	2$800	5$600
10	Garfs. de Marsalla	5$300	53$000
1	Litro de Vermouth	4$000	4$000
5	" " Cinzano	4$500	20$500
2	Dz. de sabonetes	3$600	7$200
25	Livretes de papel farman	$112	2$800
3	Dz. de canetas	$500	1$500
2	" " colheres	3$000	6$000
1	kilo de pedra hume	2$500	2$500
9	Litros de sambuca	2$300	20$700
5	" " genebra	2$300	11$500
-	Cigarros e charutos	15$000	15$000
5	Garfs, de cognac	2$000	10$000
3	Frascos de Bitter	2$000	6$000
3	Litros de genebra	2$300	6$900
900	Rolhas	$010	9$000
100	Kilos de gram.	$250	25$000
11	Litros de Vermouth Antartica	2$331	25$650
3	" " Quinado	3$000	9$000
57	" " aguardente	1$252	71$400
10	Garafs. ortelã	1$300	13$000
			27:565$505

1	Dz. de escovas	18$000	18$000
10	Litros de cognac Antartica	3$833	38$333
880	Grammas de barbante	$051	4$080
18	Maços de pregos 17 x 21	3$570	64$260
36	Pratos inglezes	1$200	43$500
216	Tijellas pequenas	$183	39$600
20	Latas de banha	3$822	79$440
67	kilos de ervadoce	$242	16$250
23	Panellas de ferro 100 kls.	6$304	145$000
16	Maços de pregos 21 x 42	3$132	50$112

58	" " "	3$150	182$700
27	" " "	3$624	97$860
24	Pás quadradas	3$666	88$000
24	" vanga	3$500	84$000
20	Panellas de ferro 54 ks	1$600	32$000
10	Machados collins	7$500	75$000
1	c/ pregos 16 x 18	109$200	109$200
26	Fouces	2$500	65$000
132	kilos for. de ferro	2$800	369$600
23	c/ de graxa	$900	20$700
41	Lampiões Brindelas	1$000	41$000
10	Chaminés p/ lampião	$500	5$000
200	Torcidas	$100	20$000
10	Maços de isca	$100	1$000
33	Canecas esmaltadas	1$610	53$152
13	copos p/ chops	$207	2$700
21	Chaminés Tulipa phantasia	$500	12$000
6	Ferros de engommar	5$000	30$000
1 1/2	Kilo de cravo	$280	4$200
1700	Gram/ tinta verde	$035	5$950
13	Saccos de chumbo	15$000	195$000
			29:555$142

5	fechaduras	2$166	10$830
3	Fouces	$500	1$500
13	Folhas de lixa	$100	1$300
4 1/2	Litros de goma	$800	3$600
3	Maços de pregos 12 x 12	4$200	12$600
5	Latas de formecida	3$500	17$500
2	" " " 4 litros	9$500	19$000
5 1/2	Dz. de colheres	3$000	16$500
5	c/ de lamparinas	$300	1$500
1	Dz. de fechaduras	2$166	26$000
8	c/ de parafusos	1$300	10$400
14	Dz. dobradiças	7$500	105$500
11	" " polidas	9$500	104$500
15	kilos de cera	2$500	37$500
57	" arame liso	2$000	114$000
132	Pratos nacionaes	$625	82$500
21	" " esmaltados	1$123	23$600
3	esmaltadas Tijellas	2$000	6$000
12	Formões	4$133	49$600
10	c/ de caneçça	3$000	30$000
40	Tijellas nº 8	$450	18$000
65	" " 13	$270	17$550
9	c/ de canellas	3$000	27$000
1	" " anil	9$000	9$000
13	Latas de magnesia	1$500	19$500
2	Tijellas	1$500	3$000
7	Latas de creolina	1$100	7$700
1	Prato travessa	2$160	2$160
2	Bacias	1$900	3$800
2	"	4$400	8$880

21	Maços de pregos 20 x 30	3$150	66$150
			30:411$312
1	Forno de ferro	39$000	39$000
4	kilos de pregos sortidos	2$500	10$000
300	Pedras de tirar fogo	$019	5$7000
30	Dz. de licôres	10$000	300$000
2	Quartolas de aguardnete	100$000	200$000
4	Quintos " "	50$000	200$000
1/fev	c/ de pisselle	80$000	80$000
2 1/2	" " latas de manteiga	100$000	250$000
5	c/ sardinhas	35$000	175$000
5	Latas de cogumelos	10$000	50$000
1/fev	c/ de palitos	35$000	35$000
1	" " magnesia	40$000	40$000
3	" " goma	58$333	175$000
2	Latas de fumo	23$750	47$000
5	c/ de anil	9$000	54$000
45	kilos de manteiga	4$444	200$000
13	c/ de caninha	9$038	117$5000
5	" " sapolio	10$000	50$000
5	Latas de collorau	9$000	45$000
1	Quinto de aguardente	50$000	50$000
80	Letras	$055	4$400
50	Notas de consignação	$050	2$500
3/abr	Resma de papel pautado	10$500	10$500
5	c/ de pennas	3$000	15$00
8	Limas	$687	5$500
100	c/ de sabão Perola	5$500	550$000
500	s/ de carvão vegetal	3$700	1:850$000
17	c/ p/ garrafas	7$941	135$000
-	Diversas caixas e garrafas	106$200	106$200
8	porcos na cevada	16$875	135$100
40	s/ de assucar	27$500	1:100$000
			36:440$112
1	c/ de Fernet	114$000	114$000
1	Dz. de carreteis de verdegaia	$423	5$088
	Importancia das mercadorias existentes na Casa filial nesta data		5:545$149
	Importancia da lista dos pequenos devedores...		5:716$500
			47:820$849

Como era de se esperar, o Armazém comercializava, majoritariamente, gêneros alimentícios, associados a outras mercadorias. Destaco a grande quantidade de bebidas, além de alguns itens básicos como vassouras, sabão, carvão, sardinhas, escovas, papel, pregos, etc. A aguardente e o vinho predominavam na casa, fossem importados, nacionais, em garrafas ou garrafões: “Garrafões c/ vinho”, “Barricas de vinho de fructas”, “Grfs. vinho Virgem”,

“Garfs. Congnac”, “Chambertin”, “Vinho do Porto”, “Garfs. de Marsalla”, “Litro de Vermouth”, Cinzano, “Vermouth Antartica”, “Litros de aguardente”, “Quinado”, etc.

Eram também comercializadas na casa as “Pedras de tirar fogo”, inventariadas em quantidade de 300 unidades, a $019 (preço bastante baixo), que deve estar se referindo às pederneiras ou binguelas. As pederneiras eram sílex lascados com objetivo de produzir faísca, muito usadas em armas, mas também para produzir fogo para cigarrilhas e fogões. Analisando inventários do século XVII, Zanettini ressaltou a presença de algumas armas com pederneiras referenciadas em expressões como “espingarda de fecho de pederneira” (2005: 202). Em geral, no entanto, a bibliografia arqueológica ressalta a presença das pederneiras durante o período colonial e imperial, mas sabe-se que foram usadas até o século XX, quiçá mais como isqueiro do que como parte de armamento. Referindo-se a uma caçada, em 1850, em Carapanatuba, Amazonas, o naturalista Henry Bates narra que "[...] depois de jantar [...] e fumar nossos cigarros (pois tínhamos sempre conosco fumo, palha, isqueiro e pederneira), tomamos outra direção da mata, em busca de melhor ponto." Em *O Vaqueano*, de 1872, Apolinário Porto-Alegre, narra uma cena de fumo com uso das “pedras de tirar fogo” quando diz: “O argumento calou no ânimo do vaqueano, que sobresteve pensativo, tirou uma palha do bolso, cortou-a, picou um pedaço da torcida de fumo, fez o cigarro, feriu a pederneira sobre a isca de pita, e fumou; e durante que passeava, soltando imensas baforadas...”. Assim, as pederneiras, “pedras de fogo” ou “pedras de tirar fogo”, eram vendidas não necessariamente para as armas de fogo (destarte a presença no armazém de pólvora e outros objetos associados ao uso bélico), mas também para o fumo (inclusive, o armazém comercializava vários cachimbos).

Gostaria de ressaltar, por fim, com base na listagem do armazém de secos e molhados de D. Soledade, o que se tem, para a época, de louças e cerâmicas e com quem elas estão competindo, em termos de funcionalidade. Neste inventário, a designação “de barro” não existe, o que me levou a crer que os recipientes designados no inventário se referissem a louças brancas (não por eliminação, mas justamente pelo fato de que já era consagrado o nome “louça de barro” quando se referia a cerâmicas mais grosseiras, que não a louça). É possível perceber alguns dos materiais com quem estavam concorrendo na época. Um tipo de material, em especial, disputava mercado, competindo ora com cerâmicas ora com as louças: o metal. Em muitos contextos, a adoção de produtos industrializados, sobretudo aqueles de maior durabilidade e utilizados até a sua exaustão (devido ao seu valor como produto adquirido), no âmbito das atividades domésticas de produção e consumo de alimentos

(panelas e chaleiras de ferro, bacias de ágate, flandres, canecas de alumínio), provocaram um colapso no consumo de bens de produção local e regional.

Segundo o inventário, tem-se, por um lado, o ferro, representado pela "caçarola de ferro", "Panellas de ferro 100 kls." e "Panellas de ferro 54 ks" que concorreriam, em termos de forma, com as panelas cerâmicas, coexistindo com as mesmas, no entanto, durante décadas – artefatos que, por sua natureza, não aparecem ou tem baixa freqüência no registro arqueológico.

Por outro lado, a presença do ágate, representado pelas "cassarolas esmaltadas", Caldeirões esmaltadas", "Bules esmaltados", "Canecas esmaltadas", pratos nacionais esmaltados e tigelas esmaltadas. Ainda inexistem pesquisas sobre artefatos em ágate no Brasil. Sabe-se que são recipientes de metal, em ferro, esmaltados. Os esmaltes geralmente são grossos em espessura, comparados à porcelana e à faiança fina, e coloridos, mais comumente variando entre as cores branca, vermelha, verde e azul. Formas bastante comuns em ágate são as do universo sanitário e de higiene pessoal, como penicos e bacias, além das canecas, bules, pratos e algumas panelas, dentro do universo da alimentação. O ágate tem alto poder de conservação do calor, mantendo os alimentos quentes por mais tempo e o ferro, quando esmaltado, assume a qualidade do vidro tornando-se mais resistente à corrosão e imune ao odor (CERSA 2004; SOUZA no prelo).

Para a literatura americana, há a terminologia *agate ware*, que ora se refere à cerâmica com decoração semelhante a ágata (mineral) como um dos tipos das *marble ware*, ora aos recipientes de ferro esmaltado (*enameled iron*). Há registro de seu uso, pelo menos, desde o começo do século XIX (1819), quando Saint-Hilaire (1975: 75), referindo-se à uma casa de fazenda de criação de um capitão-mor, nos arredores de Formiga, em Minas Gerais, diz: "*Da varanda, bastante ampla [...] passava-se para uma grande peça coberta de telha-vã e de paredes sem caiação, cuja única mobília consistia em alguns bancos de madeira, tamboretes forrados de couro e uma enorme talha com um caneco de* ***ferro esmaltado*** *para retirar a água*". Há também confirmação de sua produção nacional e popularização no início do século XX (podendo, claro, talvez ter havido produção nacional nos séculos anteriores), a exemplo da Fábrica de Ferro Esmaltado Sílex, da Sociedade Anônima Comércio e Indústria "Souza Noschese", fundada na década de 1920 (MARSON & BELANGA 2006), e da Cerâmica Paulista de Louça Esmaltada, todas em São Paulo. Por ser um metal, com maior durabilidade, o ágate é um material de baixa recorrência no registro arqueológico, com probabilidade de ser

mais antigo do que o restante dos artefatos presentes num mesmo conjunto (SOUZA *no prelo*).

O ágate passa a concorrer, em termos de função, com os materiais em louça, por ser fabricado também na forma canecas, pratos, penicos, etc. Em *Um Fazendeiro Paulista no Século XIX*, Carlota Pereira de Queiroz autobiografa o tenente-coronel Manuel Elpídio Pereira de Queiroz que, no inventário, de 1899, da fazenda que possuía nos arredores de Jundiaí, constam "6 xícaras de ágata 43 xícaras de louça" e "26 pires de louça 5 pares de ágata" (1965: 200), o que sugere uma equivalência, quanto à forma (e função) dos recipientes em ágate e em faiança fina, apesar desta última ser mais freqüente dentre os bens do coronel.

Existe ainda uma menção ao flandres, como em "caldeirões de folha". A folha-de-flandres é um material laminado composto por aço de baixo teor de carbono revestido com estanho, com alta resistência à corrosão. Existe referência a uma fábrica próxima a Fábrica Santa Catharina, na Lapa, de materiais de "folha"[30]. Referindo-se a mascates que atendiam aos moradores de um cortiço, no Rio de Janeiro, em 1890, Aluísio de Azevedo em *O Cortiço* (1974: 46) narra: "Vieram os ruidosos mascates com as suas latas de quinquilharia, com as suas caixas de candeeiros e objetos de vidro e com o seu fornecimento de caçarolas e chocolateiras de folhas-de-flandres". Artefatos em "folha-de-flandres" ou simplesmente "flandres" ou "folha" aparecem em variados inventários desde o século XVI (BRUNO 2009). Apenas a partir da segunda metade do século XX, com o avanço dos plásticos, a folha de flandres passou a ser substituída em muito produtos, em especial devido ao custo mais baixo e a algumas características na performance final dos objetos (como o peso).

Acredito serem louças o que está representado, no inventário, pelos nomes "Pratos inglezes", "Pratos nacionaes", "Prato travessa", "Tijellas pequenas", "Tijella nº 8" e "nº 13". O que chama atenção, primeiramente, é a ausência de referências a xícaras (diferentemente do que ocorre na publicidade, portanto); os recipientes em louça comercializados eram apenas tigelas e pratos. Isto apontaria para hábitos culturais e de consumo dos habitantes que compravam? A xícara, a meu ver, fazia parte, e percebe-se isto mais claramente pelas publicidades, de um discurso maior de modernização, pensada por parte das elites, dentro do que, se a tigela passou a estar associada ao "sorver dos caldos" colonial, a xícara talvez estivesse associada, nesta visão, a um comportamento supostamente mais "europeu" ou, pelo menos, encarado como mais "moderno" e não tradicional. A presença das tigelas no armazém

[30] Entrevista a Dona Ignez.

de D. Soledade, no entanto, indica que, destarte discursos como estes, a realidade da prática era bem diversa. As tigelas persistiriram pelo século XX, corroborando a alta freqüência desta forma no sítio Petybon. Os diferentes números de tigela indicam, assim como na Fábrica Santa Catharina, as variantes volumétrica de uma forma cujo *design* possibilita milhares de usos.

A riqueza de informações deste inventário vai além. Como existem outros produtos na listagem, é possível estabelecer relações de valor entre eles. Deste modo, conceitos como "caro" ou "barato" deixam de ser meras abstrações, como em geral ocorre, em frases como "louça mais cara". "Caro" e "barato" só denotam relações de valor quando existem comparações: mais caro, ou barato, em relação a o quê? Há que se pressupor que o preço de um bem é uma expressão do valor de troca desse bem e só tem sentido na dinâmica de troca, que, envolve, no mínimo, duas coisas – "se uma maçã vale $ 500,00 e uma banana $ 50,00, uma maçã pode ser trocada por 10 bananas" (VASCONCELLOS 2002: 293). Igualmente, de nada adianta, por exemplo, dizer que uma louça custa *x* réis, porque não existem, hoje, parâmetros de custos em réis. A moeda serve para comparar e agregar valor de mercadorias diferentes (VASCONCELLOS 2002: 293), daí que, dizer que uma faiança fina com *n* características custa tantos réis é quase o mesmo que não dizer nada, uma vez que isto deve ser comparado, para fazer algum sentido, a outros produtos e, quando for possível, a algum salário ou poder aquisitivo (o que, mesmo assim, não impede o consumo de um bem). Por isso, a comparação das louças com demais gêneros inventariados é bastante promissora.

Realizar este exercício, por exemplo, mostrou que estas, já na década de 1920, eram muito baratas: um prato inglês custava quase duas vezes mais que um prato nacional e quase o mesmo que um prato nacional esmaltado (ágate). Quanto às tigelas, a mais barata delas, de $183, custava 2,46 vezes menos que a "Tijella nº 8", 8,2 vezes menos que a "Tijella" e 10,93 vezes menos que a tigela esmaltada. Um copo de chopp, de vidro, custava $207, isto é, 1,13 vezes mais que a tigela mais barata, por sua vez ainda mais barata que 1 kg de erva doce; mesmo o prato inglês, era quase o preço de um quilo de toucinho e o equivalente, aproximadamente, a 3 kg de cebola. Um quilo de goiabada equivalia a dois pratos ingleses e quatro pratos nacionais! Sabendo que a goiabada nunca foi algo caro, fora do poder aquisitivo da maioria das pessoas, fica mais fácil compreender porque as louças não eram algo absurdamente custoso, muito pelo contrário.

Com base nestes dados, acredito que preço (custo) de uma louça não se refira, somada a outras justificativas que apresentei em capítulos anteriores, necessariamente a uma posição

sócio-econômica de seu usuário. Estes diferenciais “econômicos” estariam muito mais relacionados a formas de uso e práticas do que ao preço em si; diferenças entre grupos com diversos poderes aquisitivos estariam muito mais relacionadas às preferências e escolhas de consumo, a identidades e manifestações culturais, do que meramente a um valor monetário ou ao dinheiro gasto na aquisição de um objeto.

CAPÍTULO 5

CONSIDERAÇÕES FINAIS A UM NOVO PARADIGMA DE MODERNIDADE PARA SÃO PAULO: EPISTEME DAS LOUÇAS BRANCAS BRASILEIRAS

> *...simplesmente esquecemos que noções como modernidade, iluminismo e democracia não são, de modo algum, conceitos simples e consensuais que se encontram ou não, como ovos de Páscoa, na sala de casa...*
> (Edward Said, **Orientalismo**, 2007: 15).

> *... o que há de mais característico da modernidade latinoamericana e caribenha. Uma modernidade entre barroca e mágica, indoamericana e afroamericana, ibérica e ocidental, original e esquizofrênica.*
> (Otávio Ianni, **Enigmas do pensamento latinamericano**, 2005: 7)

Quando Lévi-Strauss escreve suas memórias, em *Saudades de São Paulo*, em 1935, define a cidade como um emaranhado de temporalidades diversas, como se houvessem duas: a Chicago do hemisfério sul (LÉVI-STRAUSS 1996: 23), a Paulicéia moderna com seus automóveis, prédios, periódicos, cafés, teatros, etc., e aquela mais tradicional, formada pelos caipiras e italianos do Brás, pelas lavadeiras da várzea do Carmo, pela clássica fotografia dos bondes ao lado de uma boiada em pleno centro.

Passagem da São Paulo rural para a urbana *registrada por Lévi-Strauss em 1935.*

Segundo o antropólogo:

O encanto da cidade, o interesse que ela suscita vinham primeiro de sua diversidade. Ruas provincianas onde sucediam sem transição às ricas residências, perspectivas imprevistas sobre vastas paisagens urbanas: o relevo acidentado da cidade e as defasagens no tempo, que tornavam perceptíveis os estilos arquitetônicos, cumulavam seus efeitos para criar dia após dia espetáculos novos (LÉVI-STRAUSS 1996: 69).

De uma forma ou de outra, esta concepção de modernidade na cidade de São Paulo, seja em memorialistas e jornalistas da época, seja em historiadores, antropólogos e arqueólogos até os dias atuais, perdurou com muita força: a de que a modernidade paulistana é uma modernidade defasada, incipiente, assincrônica e alocrônica, algo que se quis adaptar aos "trópicos", um discurso que deixa escapar um quê de difusionismo (FERREIRA 2007) ao pressupor a expansão de um modelo (modernidade) a partir de um centro (Europa), que, destarte tentativas, não saiu como o original, constituindo uma "cópia mal feita", para usar a expressão de Roberto Schwarz. Segundo Schwarz (1989), a experiência do caráter postiço, inautêntico, imitado, atemporal ou de múltiplas temporalidades, na vida cultural que se leva na América Latina, e no Brasil, é constantemente relembrado, ressaltado e tido como verdade pelos veículos de comunicação, e acaba sendo vivido. Berman, para São Petersburgo, por exemplo, caracterizou a modernidade russa como bizarra, desequilibrada (2007: 333).

Desde o século XIX até os anos 1960, a intelectualidade, pautada em noções de cópia, buscou diagnosticar no Brasil a existência de culturas alienadas, importadas de países "centrais" (ORTIZ 2006: 7). Um exercício de bricolagem torna-se, segundo estes discursos, uma cópia, tendo em vista o conceito ingênuo de "cópia fiel" (GUINZBURG 2001: 102). Diversos exemplos são dados pelas fontes escritas dos supostos "paradoxos" da modernidade paulistana, como o da boiada e do bonde. Muitos destes exemplos, para Schwarz, são "desencontrados, muito diferentes no calibre, pressupondo modos de ver incompatíveis uns com os outros, mas escolhidos com propósito de indicar a generalidade social de uma certa experiência. Todos comportam o sentimento da contradição entre a realidade nacional e o prestígio ideológico dos países que nos servem de modelo" (SCHWARZ 1989: 30).

Parto do pressuposto de que existe, portanto, um discurso pautado em alguns ideais de modernidade, que não só não condizem com o que se encontra num sítio arqueológico, mas que procuram opor sempre uma suposta "essência da modernidade" à um "tradicional" ou ao que não se configura como "moderno", dentro de um *corpus* de

comportamentos e hábitos pré-determinados. Excluindo o tradicional, exclui pessoas, porém não deixa claro o que, materialmente, seriam artefatos "modernos", estigmatizando os ingredientes negativos tanto da tradição como do comportamento que se queria tradicional (PALACIOS 1999: 76). É claro que, gerado no âmago de uma parte das elites paulistanas, esse discurso é controlado e selecionado de forma que conjura poderes e domina acontecimentos aleatórios (FOUCAULT 2007: 9). Uma vez que estes discursos de modernidade compartilham "vontades de verdade", dispõem de um poder de coerção sobre os demais discursos criando sistemas de exclusão (FOUCAULT 2007: 21).

Busquei perceber nesta dissertação, através de uma reflexão sobre os "limites epistemológicos de idéias etnocêntricas", o que Homi Bhabha chamou de "fronteiras enunciativas de uma gama de outras vozes e histórias dissonantes, até dissidentes" (BHABHA 2007: 24), onde, por exemplo, o uso de louças em formas tidas como tradicionais, como as tigelas, ou seus modos de usar, variados, na prática, apontam justamente para características normativas do discurso da modernidade na Paulicéia. Mergulhar neste universo é perceber como a dominação cultural tem operado (SAID 2007: 60) e que existe uma "massa de formação discursiva" (SAID 2007) que age de determinada maneira, segundo concepções específicas de modernidade e aspectos a ela relacionados, que corroboram a idéia de discurso também como representação, cuja efetividade política está no fato de manter sempre a América Latina num tempo anacrônico (o tempo colonial) ou num lugar distante ("a sala de espera"), pautado na noção linear de progresso iluminista, em relação a uma Europa que ganha *status* de modelo. É possível, portanto, a construção de discursos alternativos pautados na análise da cultura material, num ambiente capitalista não inexorável, com reflexões sobre a faiança fina nacional. Minhas primeiras indagações ao sítio Petybon e depois às problemáticas surgidas durante a análise da louça brasileira fizeram perceber que a partir delas, e com elas, poderia tentar produzir uma história multivocal ou uma nova narrativa na tentativa de superar aquilo que Gnecco (2009: 16) chamou de "violência epistêmica" que caracterizou a modernidade, dialógica ao discurso arqueológico latinoamericano. Se, como pontuou Orser (1996: 87), uma arqueologia do mundo moderno é aquela que estuda os efeitos do colonialismo, eurocentrismo, capitalismo e modernidade, juntos, no mundo, é preciso, portanto, entender a historicidade de cada um destes termos.

Apesar de uma abordagem crítica, sabendo que modernidade e colonialismo co-produziram-se (GNECCO 2009), ainda sim utilizei, durante o trabalho, o termo "modernidade", no intuito de explorar as capacidades e limitações de categoriais sociais e políticas européias em contextos não-europeus (SAID 2004), sem banir esta que é uma categoria das ciências sociais hoje (CHAKRABARTY 2000: 20), ainda cerne de muitas discussões e debates sobre "teorias da modernização" no chamado "3º mundo" (WILK 1994: 98).

Os projetos e discursos de modernidade que conjunturaram interpretações sobre a cultura material de sítios históricos, colaboraram para que um conjunto de idéias ganhasse o *status* de "verdade natural" (SAID 2007: 433) e que se criasse um regime de verdade como aquele baseado num suposto "centro-periferia". Características de um arcabouço freqüentemente adotado de forma acrítica pela *intelligentsia* latino-americana e que, pautado numa supervalorização do estrangeiro, dirimem o nacional, aspecto que afeta não só a interpretação da cultura material, mas os próprios atributos de análise elencados para o trabalho arqueológico. Esta dissertação procurou mostrar, pautando-se nestas críticas, o que particularizaria a louça em faiança fina brasileira, justamente para não cair em noções simplistas como a de que ela, ou quem pensou sua produção, ou demandou por estes produtos, "copiou" a louça inglesa ou européia.

Zarankin (1995: 40) lembra que nas análises arqueológicas a escolha de categoria para efetuar classificações é funcional em relação a um problema particular, e que sua escolha depende dos fatores que se consideram relevantes em uma investigação em função de seus objetivos. Toda classificação é arbitrária e a discriminação dos atributos (morfológicos e decorativos) (DUNNELL 2007) que utilizei para analisar as louças foi condicionada pelas problemáticas da pesquisa. Percebendo que o discurso de superioridade ocidental pressuporia uma diferença colonial (MIGNOLO 2007), notei que a "arma" em prol de outras interpretações da louça branca seria a própria ficha de análise do material arqueológico que refletiria as abordagens que quis focar, questionando o processo de transformação das diferenças em valores (MIGNOLO 2007: 43), presentes não apenas na relação louça brasileira - louça inglesa, mas também na relação Brasil - Europa.

Reconhecer que imbricada nas redes da análise da cultura material estão retóricas e representações que auxiliam um processo histórico de dominação, é reconhecer que a Arqueologia e a cultura material têm papel ativo na construção de identidades culturais e no desafiar de percepções colonizadas de identidade (FUNARI

2008: 184). Assim, mudar os atributos de análise das louças era também identificar fatores subjetivos que faziam variar as interpretações dos registros arqueológicos (TRIGGER 1992: 16), mostrando que condições sociais cambiantes modificam não apenas as perguntas que o arqueólogo formula como também as respostas que está disposto a considerar aceitáveis (TRIGGER 1992: 23). Esta dissertação procurou, assim, apontar que política e Arqueologia são fenômenos inter-relacionados e que se a Arqueologia foi potencialmente perigosa na política européia (com o nacionalismo), na América Latina a política pode ser questionada pela Arqueologia, em especial quando pensamos contextos recentes como o desta pesquisa (KOHL 1998: 242). Concepções de modernidade influenciaram na leitura e interpretação das louças brancas.

Pauto-me nos trabalhos de Said para o qual textos, sejam de um acadêmico ou um viajante, podem "*criar* não só conhecimento, mas também a própria realidade que parecem descrever" (SAID 2007: 142), até gerarem uma tradição ou discurso que, para São Paulo, remeteria não só à imagem que se formou da cidade pobre, abandonada e isolada no planalto durante a Colônia, ou ao mito da ideologia bandeirante, mas também aquela modernidade à européia que se quis para a cidade. São "demandas de poder inerentes aos discursos que suportam práticas sociais" (DE DECCA 2004: 40).

É importante ressaltar que, para Raymond Williams (2007: 282), a maioria dos sentidos da palavra "moderno", anteriores ao século XIX, era desfavorável quando num contexto comparativo; apenas ao longo do XIX, e principalmente no século XX, "moderno" fez um movimento na direção contrária, tornando-se quase equivalente a "melhorado" ou "satisfatório", implicando alguma alteração no que seria um sistema ou instituição antiga.

Para Habermas, o conceito de modernização "refere-se a um conjunto de processos cumulativos e de reforço mútuo: à formação de capital e mobilização de recursos; ao desenvolvimento das forças de trabalho e ao aumento da produtividade do trabalho; ao estabelecimento do poder político centralizado e à formação de identidades nacionais; à expansão dos direitos de participação política, das formas urbanas de vida e da formação escolar formal; à secularização de valores e normas" (HABERMAS 2000: 5). A teoria da modernização, no entanto, teria acarretado uma abstração plena, tornando a modernidade um padrão atemporal e a-espacial e um estado final a se atingir, criando-se um conceito acabado, um pacote a ser replicado. Habermas chama ainda atenção para o sentido cronológico que o termo obtém com Hegel, no qual modernidade ganha o sentido de uma época nova e sua necessidade de auto-afirmação impinge que

não tome modelos de outras épocas, mas "extraia de si mesmo sua normatividade" (HABERMAS 2000: 12) em prol de uma desvalorização do passado.

Em São Paulo, o discurso de modernidade esteve, além disso, associado à idéia de destruição; Benjamin (2000: 20) nos lembra que as grandes cidades cresceram com os meios que as puderam destruir. O começo do século XX assistiu a intensas obras estéticas e sanitaristas, no centro paulistano, levadas a cabo por Antonio da Silva Prado (KAHTOUNI 2004: 76). As políticas de urbanização, da abertura das grandes avenidas, destruíram bairros inteiros, mesmo em períodos mais recentes como os anos 1950, quando as favelas que ocupavam a área reservada ao parque do Ibirapuera foram banidas (KAHTOUNI 2004: 140). A "demolição permanente" seria uma das características definidoras da modernidade (BERMAN 2007: 338). Os processos de aterramento, re-aterramento, preenchimento das crateras de retiradas de argila das várzeas do Tietê com lixo urbano e a urbanização de bairros e várzeas, proliferaram os aterros na cidade, contexto do qual o sítio Petybon é também fruto. Derrubando e aterrando, a cidade se renova, tendo em vista uma paisagem urbana indesejável segundo esta ou aquela ideologia. Abundavam os "aterros de terra ocre" pela urbe paulistana como percebeu Lévi-Strauss nos anos 1930 (1996: 94). Como construções culturais, procurei propor no Capítulo 1, que os lugares nunca são neutros, e através de mudanças constantes na materialidade (ZARANKIN 2002: 35) das paisagens urbanas da cidade de São Paulo, as elites e seus projetos de modernidade, como os planos de urbanização, criaram mecanismos e tecnologias (como os aterros) que engendraram discursos de poder que viam nos aterros uma camada divisória entre o passado, sepultado, e o presente.

Para Le Goff (2003: 173), o par antigo/moderno sempre esteve associado à história do Ocidente e teve sua oposicionalidade acentuada com o aparecimento do conceito de modernidade. Este jogo dialético foi gerado a partir do momento em que a consciência da modernidade nasceu do sentido de ruptura com o passado; mais do que uma ruptura, a modernidade como "novo" passou a promover um esquecimento ou uma ausência de passado (LE GOFF 2003: 179). Quando este discurso entrou em contato com locais como a América Latina, gerou associações entre modernidade e ocidentalização, paralelamente ao problema da identidade nacional. Daí as constantes associações entre São Paulo e Chicago, Liverpool, Milão ou Manchester (MOTA 2003: 241).

Marshall Berman ressalta que endêmico à modernidade, é o movimento de criar ambientes homogêneos, desaparecendo com as marcas e a aparência de um velho mundo sem deixar vestígios (BERMAN 2007: 86). Aterrar ou derrubar a antiga fábrica de louças para a construção de uma fábrica de biscoitos, ou tentar impor novos hábitos pela produção de faianças finas no país, para Berman (2007: 95), seriam sinais de atos de destruição destinada a não gerar uma utilidade material, "mas assinalar o significado simbólico de que a nova sociedade deve destruir todas as pontes, a fim de que não haja mais volta atrás". Nesse sentido Levi-Strauss (1996: 91), em *Tristes Trópicos*, diz que as cidades do Novo Mundo, seja Nova York, Chicago ou São Paulo, "são construídas para se renovarem com a mesma rapidez com que foram erguidas".

Na América Latina, a associação da modernidade com uma "ocidentalidade" ou "europeização" criou comparações com um suposto "modelo original", constante em muitos projetos de modernidade em São Paulo e na literatura sobre a história da cidade. Na Arqueologia, por exemplo, fica evidente a afirmação de que alguns hábitos culturais são cópias, especialmente, de "padrões europeus burgueses" de comportamento. É preciso, no entanto, ter cuidado não apenas com termos generalizantes e pouco claros como "burguês", mas igualmente com a noção de "cópia", que pressupõe um modelo original perfeito e uma cópia, que nunca é o original e, portanto, mal feita. A "cópia é secundária em relação ao original, depende dele, vale menos etc. Esta perspectiva coloca um sinal de menos diante do conjunto dos esforços culturais do continente" (SCHWARZ 1989: 35). "Burguês" como um fim a se alcançar, e "aburguesamento" como processo, denota a pouca clareza de uma terminologia que se generalizou "na ótica dos agentes políticos de inúmeros processos históricos" (DE DECCA 2004: 51) e que hoje demonstra falências em suas interpretações, como mostrou Edgar De Decca para o termo "revolução". "Aburguesar", deste modo, aproxima-se de "aculturar" e implica em idéias de perda de cultura ou assimilação, pressupondo a existência de fronteiras culturais nítidas ao invés de um *continuum* cultural (BURKE 2009: 2), como se a fórmula **A + B = A** fosse válida em algum sentido prático (DE CERTEAU 1982; HARTOG 1999). "Burguesia", na Europa (um continente) e no Brasil (um país), tem implicações e significados diversos, dada sua historicidade, que podem ser percebidas mesmo em trabalhos mais clássicos como os de Florestan Fernandes (1975). A Arqueologia Histórica brasileira talvez tenha que se afastar um pouco de um crivo mais marxista e do uso de terminologias de classe muito abstratas aplicadas

indiscriminadamente a contextos diversos (HEINZ 2006: 8). O que, afinal, seria uma cultura material "burguesa"?

Em sua crítica a estas noções, Schwarz aproxima-se das teorias pós-coloniais e se pergunta por que no Brasil existe uma primazia do "anterior" sobre o "posterior", do "modelo" sobre a "imitação" e do "central" sobre o "periférico", propondo, desta forma, mudanças de paradigma. Desde o século XIX, existiria entre as pessoas educadas – enquanto categoria social – um sentimento de viverem entre instituições e idéias que são copiadas do estrangeiro e não refletem a realidade local (SCHWARZ 1989). O problema foi que a Arqueologia incorporou esta idéia sem uma crítica maior, sem perceber que isto é uma ilusão, um imaginário criado num determinado espaço-tempo e, portanto, um "regime de verdade" segundo a concepção foucaultiana. A noção de "cópia" enquanto uma verdade não existiria porque é impossível que se "copie" alguma coisa exatamente como ela é, já que existem variantes não apenas no conceito de verdade desta mesma coisa, mas também na conjuntura cultural do indivíduo que "copia" – a questão teórica ficou clara a partir do *O 18 de Brumário de Luis Bonaparte*. Sempre existe uma ressignificação, re-estruturação, re-leitura e invenções do cotidiano (DE CERTEAU 2007).

Deste modo, desde o século XIX, "privados de seu contexto oitocentista europeu e acoplados ao mundo da sociabilidade colonial, os melhoramentos da civilização que importávamos passavam a operar segundo outra regra, diversa da consagrada nos países hegemônicos" (SCHWARZ 1989: 44). É o que muitos dos estudos sobre a materialização das forças capitalistas segundo esquemas culturais locais vêm mostrando (SAHLINS 2004: 448; ZARANKIN & SANATORE 199, 2005, 2007). A questão da "cópia", no entanto, não é falsa, desde que tratada pragmaticamente, de um ponto estético e político, e liberta da mitológica existência da criação "a partir do nada", já que a vida cultural tem dinamismos próprios do qual são elementos uma eventual originalidade (SCHWARZ 1989: 48). Falar em modernidade "copiada", por fim, acaba opondo nacional a estrangeiro, como se fossem facilmente dicotomizados, assim como parece pressupor que os indivíduos não têm uma cultura própria particular e identitária, sendo sempre, portanto, cópia ou emulação.

É claro que, como comentei em outros capítulos, a faiança fina brasileira sofreu influências da produção forânea, mas procurei mostrar, pautando-me em Argan (2005: 21), que uma relação de dependência, se existiu, não foi sempre negativa, dado não resultar em nulidade ou perda de valor e que um processo visto como cópia, seja da

fabricação de um trigal, seja de um comportamento ou hábito, deve, ao contrário, ser encarado como um processo de aprofundamento ou de desenvolvimento da experiência. Além disso, pedestalizar a louça inglesa ou a modernidade européia como modelos, é enxergá-las sob o crivo do mito de origem, como se fosse possível descobrir, abaixo deles, "um estágio pré-cultural de uma peculiaridade original" (ARGAN 2005: 22).

Busquei, deste modo, na interpretação das faianças finas desmistificar esses imaginários tão marcados por idéias colonialistas. Como mostra Chakrabarty (2000), o ex-mundo colonial deve criar novos paradigmas epistemológicos e categorias de análise que não sejam totalmente tributárias do imaginário europeu, ou seja, nos entendermos com nossos próprios olhos. Segundo o mesmo, é necessário repensar conceitos não adequados a nossa realidade social, tal como o de modernidade. A maioria dos projetos de modernidade, e suas interpretações no Brasil e em São Paulo, separa aspectos arcaicos e tradicionais de aspectos ditos modernos, como totalmente opostos, mas para Chakrabarty (2000) o tradicional, isto é, aquilo que existia antes das colonizações, se alia às práticas da modernidade, sem que isto signifique um atraso ou arcaísmo. Por que ser moderno precisa ser viver de paradoxo e contradição (BERMAN 2007: 21)?

Na presente pesquisa tentei, assim, encarar a modernidade em São Paulo através de um novo paradigma, o seu próprio, algo característico seu, não como se constituído de diferentes temporalidades ou como uma cópia malfeita. O bonde e a boiada são a modernidade paulistana, é isto que ela é, sem compará-la a algum suposto modelo original a ser seguido. Se existem traços que um discurso classifica como tradicional ou que devem ser costumes combatidos pela modernidade, na produção da Fábrica Santa Catharina, é porque mesmo com o fim de uma tradição, por exemplo a de produzir para si mesmo cerâmicas como cuias ou utilizar os pratos, tigelas e xícaras de um certo modo, não implica que "conceitos tradicionais tenham perdido seu poder sobre a mente dos homens" como disse Hannah Arendt (1954: 53). Além disso, o processo torna-se mais complexo ao pressupormos que na dinâmica da tradição, as pessoas estão invertendo-a em seus próprios quadros de referência (ARENDT 1954: 68), junto daquilo que vem "de fora", ou inventando-as segundo interesses específicos (HOBSBAWM & RANGER 2002). Isto ressalta o dinamismo inerente à tradição (THERRIEN 2004) e a crítica que vem sendo feita pela Arqueologia colombiana ao trinômio "inovação", "práticas européias" e "dominação" (THERRIEN, JARARILLO PACHECO & SALAMANCA 2003: 157).

Maria Paes de Barros, em 1905, chamou atenção para uma São Paulo que ia "perdendo sua aparência de pequena cidade para assumir ares de grande capital" (1998: 136), mas num contraste que ressaltava o paradoxo, segundo ela, entre o lavrador e o "nosso caipira", por um lado, sem "a menor noção de higiene" (1998: 93) e o alargamento de ruas e calçadas, a indústria, etc., por outro. A modernidade paulistana, neste sentido, era vista como "o resultado do esforço e dedicação de todos os setores sociais e as elites ainda conservavam um certo compromisso para com o conjunto da sociedade" (DE DECCA 1999: 303-304). Daí a utilização das louças brancas, no lugar de formas antes fabricadas em cerâmica torneada ou acordelada, e a fundação da fábrica também como parte de um plano de modernização.

Tecendo este pano de fundo para a pesquisa, tentei trabalhar não apenas com as louças do sítio Petybon, como com a Fábrica, enquanto artefato (PFAFFENBERGER 2002) ou super-artefato, cujo sítio é parte. Lembro que o autor de Mogli, o menino lobo, Rudyard Kipling, quando em visita ao Brasil em 1927, descreve São Paulo como "uma cidadezinha a trezentos quilômetros da costa, com novecentas mil pessoas" (2006: 41), ressaltando como símbolos da modernidade a energia elétrica e sua rápida adoção, "como muitas cidades inglesas, pularam direto do óleo e das velas para a eletricidade", e uma fábrica, "uma fábrica poderosa e eficiente relatada como 'vale muito a pena ver'". Se a fábrica, ou o que Miceli (1996) chamou de "sistema de fábrica", era traço de uma modernidade, cosmopolita, além de um sustentáculo do sistema capitalista (THIESEN 2005: 16) que se estabelecia na cidade, a Fábrica Santa Catharina pode realmente ser vista como um posto avançado de um projeto de modernidade que intencionava introduzir uma nova ordem e mudar tradições herdeiras do antigo regime colonial do país, símbolo de nova era do progresso e bem estar social (THIESEN 2005: 16).

Aproximo-me do que Therrien e Mejía (2001/2002: 202) notaram para a Fábrica de Loza Bogotana, e estendo isto para a Santa Catharina, onde sua instalação, segundo os projetos elitistas, pretendeu inserir a população local nos adventos da modernidade e sustentar a economia de um estado em formação baseada na produção e na circulação de mercadorias. Para Monika Therrien (2004: 110), "la fundación de una fábrica de loza se considera como un vehículo de transformación de una buena parte de la sociedade, representada ésta como carente de virtudes morales y sujeto potencial de ser controlado y regulado". Fábrica e louça faziam parte, na Paulicéia das elites, dos "ingredientes da modernização", lembrando a expressão de Warren Dean (1996: 282). Antoine Renard faz questão de ressaltar que, na Europa, São Paulo já era reconhecido como o maior

centro industrial da América do Sul e que suas indústrias "alcançaram um assignalado desenvolvimento, em qualidade, com os similares estrangeiros" (1933: 56) e "já os fabrica em grande quantidade e enorme perfeição. A mesma cousa se tem verificado também quanto aos productos de louça, de cerâmica, de vidro" (1933: 57)

A Fábrica, nos limiares da fronteira entre o rural e o urbano, do ponto de vista de sua localização geográfica, dialoga com a *urbs* moderna dentro de uma paisagem industrial. Assim como a fábrica bogotana, a Santa Catharina criou uma barreira e demarcou uma fronteira domesticada, em um entorno caracterizado como, se não "criminal e selvagem", como sua comparsa colombiana (THERRIEN 2004: 115), ao menos rural, tradicional, atrasado, arcaico... Deste modo, a fundação de uma fábrica de louças neste momento da cidade, com resquícios vistos como coloniais, no bairro da Lapa, um bairro-entroncamento entre o interior e a capital, entre a zona rural e a mancha urbana em expansão, serviria não apenas como disciplinadora dos operários que nela trabalhavam, mas como produtora de um artefato, a louça branca, até então importado, que supriria as demandas da capital e do interior através da teia ferroviária que se ia implantando. Avessa aos velhos hábitos, a São Paulo moderna recusava símbolos não-modernos, e neste diálogo louça e cerâmica fizeram parte de um cosmopolitismo conflituoso (KOGURUMA 1999: 83). A modernidade estaria sendo bloqueada por certos comportamentos do homem brasileiro (BOSI 2008: 368) e a louça foi encarada, neste projeto de modernidade, como vetor de comportamento segundo uma ideologia que controlasse o espontâneo (LEONE 1984: 34), na prática da ação.

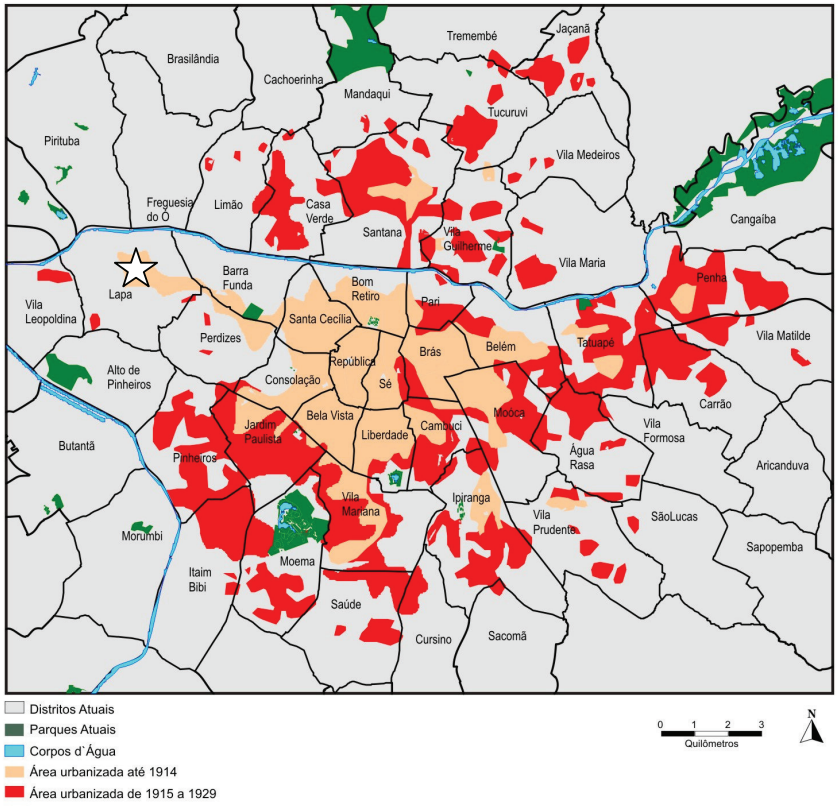
Como afirmou Thiesen (2005), existe uma forte relação entre a construção do espaço e o estabelecimento de uma unidade fabril, entre concepções de modernidade e construções de identidades A Fábrica Santa Catharina localizava-se exatamente no ponto que funcionava como "porta do sertão", entre a cidade, a "cultura urbana", e a "cultural rural", tradicional, folclórica, de um campo ora visto como estático e atrasado ora visto como estático, mas detentor da "verdadeira" identidade nacional não contaminada por movimentos migratórios excessivos (RAFFAINI 1991: 87).

A instalação da Fábrica num bairro considerado rural, no caminho da histórica estrada para Jundiaí, e depois para o sertão e o interior bravio, não civilizado e "caipira", parece ir além dos aspectos de barateamento dos terrenos de várzea com a especulação imobiliária e o loteamento das chácaras circundantes à cidade. A Fábrica aqui, como ícone ou ingrediente de uma modernidade que se queria para São Paulo, foi considerada veículo de transformação de uma boa parte da sociedade representada como

carente de virtudes morais, intervindo nas práticas cotidianas de setores da população, a fim de submetê-los a um novo regime político e social (THERRIEN 2004: 111).

O intuito, portanto, seria o de não apenas disciplinar os operários e incutir-lhes novos hábitos ao conviverem com a louça branca, mas também produzir este produto para um mercado consumidor que deveria consumi-lo segundo os usos pensados para ele, inserindo na população brasileira uma modernidade e uma nova ordem que não aquela dos costumes arraigados no antigo sistema colonial (MEJÌA & THERRIEN, 2001/2002: 199). A própria Fábrica Santa Catharina aparece na fotografia da Exposição Universal de 1918 (no capítulo 1), sediada no Palácio das Indústrias, como um gigante da modernidade dominando a selva. No mapa abaixo, a estrela branca representa a Fábrica, no limiar entre a zona considerada urbana e o mundo rural.

Área Urbanizada
1915/1929



Fonte: Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano – Emplasa. Mapa de Expansão da Área Urbanizada da Região Metropolitana de São Paulo, 2002/2003.
Adaptação: Secretaria Municipal de Planejamento – Sempla/Dipro

Por outro lado, é nas formas e nas decorações que vemos a agência da Fábrica na contramão de seu papel como "sustentáculo do capitalismo", uma vez que produziu formas variadas, com inúmeras capacidades volumétricas, algumas já de forte aceitação,

amplamente consumidas, cuja tradição de consumo dialogava com hábitos tidos, por discursos de modernidade, como rurais. A agência da Fábrica, nesse sentido, atendendo a uma resposta da demanda, negociando com consumidores e produtores, caracteriza o sistema de fábrica não apenas como "camaleão", como o chamou Paulo Miceli, no sentido de que adquiriu diversas roupagens em diferentes cenários mantendo-se "monoliticamente em todas as latitudes" (1996: 63). Para além dos cromatóforos, o sistema de fábrica, ao menos o da Santa Catharina, possuiu uma essência mais plasmática, transmórfica, no sentido de se adaptar ou se modelar segundo um meio, sem deixar de ser fábrica. Devido a este movimento, chamei, na dissertação, a Fábrica também de performativa, um modelo de produção simbólica que criou relações a partir da prática (SAHLINS 2003: 47).

Apesar dos mecanismos do poder disciplinar no cotidiano dos operários da Fábrica, formas de ação e resistência cultural burlavam o sistema. Se o sistema de fábrica prega um discurso hierarquizante e normativo, se alienava o trabalhador, a realidade da prática era bem diferente. Se considerarmos a modernidade como inexorável, uma espécie de promotora de "aculturação", condensando e não dando espaço ao tradicional ou a hábitos culturais locais pré-existentes a ela, perderemos importantes detalhes do dia a dia operário que permite perceber um cotidiano re-inventado. É o exemplo das digitais que marcam a presença humana numa cadeia, como a taylorista, que pretende apagar o trabalhador, reduzindo seus gestos e impingindo um ritmo maquinal, ou as inscrições a lápis como lazer no cotidiano fabril. A cultura material do sítio Petybon possibilitou antever alguns traços do que seria o mundo do trabalho na concepção do próprio trabalhador, como fez Randall McGuire (1999) para os mineiros do Colorado, a partir do estudo das particularidades da vida cotidiana na fábrica (MARTINS 1994: 2).

Contratando oleiros lapeanos e operários imigrantes, muitas vezes ex-camponeses, à Fábrica foram vinculadas também técnicas tradicionais de produção e a presença de um tradicionalismo personalista de mestres e ceramistas à racionalidade impessoal e técnica dos engenheiros (MARTINS 1994: 13). É provável que tenha ocorrido na Santa Catharina e IRFM o mesmo que mostrou para a Cerâmica São Caetano, dos anos 1950, José de Souza Martins (1994), apontando a ocorrência de fenômenos e aspectos tidos como tradicionais e campesinos num ambiente fora do mundo tradicional e rural, que é a Fábrica. Quando um demônio apareceu, até os defeitos foram explicados por sua presença.

Como comentei, os projetos de modernidade vigentes no período das primeiras décadas do século XX na cidade, em geral, tiveram um caráter europeizante, disciplinador e normativo, com poucas vozes dissonantes (como Sylvio Floreal e Guilherme de Almeida). Assim, ora seguem a vertente que sugere que a modernidade e a emulação europeizante em São Paulo foram totalmente "completas", abarcando todos os aspectos da vida, ignorando qualquer existência de outros modos de vida e manifestações culturais, ora ressaltando a existência da modernidade na cidade, e sua necessidade, reconhecendo traços tradicionais, coloniais e arcaicos que devem ser extirpados, destacando sempre este paradoxo.

A maior parte dos chamados memorialistas, por exemplo, tem um discurso muito pautado na idéia de progresso linear, ressaltando São Paulo como o grande ícone da nação ("a locomotiva" da nação), especialmente em seus aspectos "modernos". Segundo Brefe (1996), é por meio da delimitação dos contornos da cidade que o memorialista compõe o cenário urbano das memórias e – como resultado – constrói sua identidade. A cidade de São Paulo aparece nas memórias transfigurando-se em ritmo febril, de modo que suas características seculares e traços comuns desaparecem. Antoine Renard visitando a cidade na década de 1920 relata:

Quando, em 1926, chegamos, pela primeira vez, a São Paulo, vindos da França, nosso paiz natal, maravilhamo-nos deante da magestade e do tamanho da sua capital. Realmente, esta cidade, marulhente de vida e semeada de arranha-céos; verdadeiro escrínio de bellezas architectonicas e esculpturaes, encanta e deslumbra, pelo seu conjuncto artistico e sumptuoso, a todos que a contemplam (RENARD 1933: 14).

Já o francês, Paul Walle, em 1910, escreve:

São Paulo étant le siège du Governement et lê centre de la vie intellectualle, sociale et commerciale de l'État, on y trouve tous lês éstablissements dignes d'une cite avancée dont la culture ne reste pás en arrière du développement matériel (WALLE 1912: 11).

Nestas memórias fica evidente a imagem do novo sobrepondo-se ao velho. São discursos que inventaram uma cidade de São Paulo (BREFE 1993), gerados com base em relações desiguais de opressão e segundo um olhar estrangeiro – do tipo que o mundo ocidental efetuou sobre espaços coloniais, estando na origem das mais

tendenciosas e reducionistas leituras da história (HERING 2004: 8) –, ao mostrarem a modernidade paulistana sempre em déficit, o que serviu de justificativa ao domínio sobre as nações mais pobres na ordem econômica nascida do liberalismo e do progresso tecnológico (CARVALHO 1994: 15).

Outros exemplos são vários, a citar os memorialistas e viajantes como Nuto Sant'Anna, Oakenful, Jorge Americano e Jacob Penteado. Nestes dois últimos, no entanto, encontra-se também um "outra" São Paulo, a São Paulo "profunda", se quisermos adotar o termo cunhado por Bonfil Batalla (1987). Fazem diversos apontamentos sobre o cotidiano operário, sobre as fábricas, sobre as lavadeiras da Várzea do Carmo, etc., não obstante sempre com a perspectiva de progresso linear e do tom pejorativo destas presenças quase que "estranhas" à grande metrópole:

O que predominou para a moradia da gente pobre foi sempre, em São Paulo, o cortiço (...) Ou então, os porões habitados (...) homens, carroceiros e operários, e um ou outro vagabundo ou mendigo, cuja renda dava bem para pagar o aluguel... (AMERICANO 1962: 27).

Viajantes e memorialistas liam a cidade à luz de um discurso de modernidade e marcaram impressões positivas em relação a um cosmopolitismo semelhante ao das grandes cidades européias, mas também negativas em relação a todo o resto, que, usualmente, nem mesmo é referenciado: os bairros mais pobres, operários, a população média, etc. Os discursos destes autores é, em geral, de caráter normativo, tentado ligar São Paulo a uma cultura homogênea, supostamente européia e burguesa, com hábitos "finos" e disciplinados, apagando qualquer outra manifestação cultural ou indivíduos que não se colocassem dentro deste quadro, isto é, a maior parte da população (se não todos!).

Para Maria Inês Pinto (2002), os projetos modernizadores na cidade espraiaram-se para campos além do literário, e a autora investiga como estes discursos estiveram presentes nos meios de comunicação em massa ligados às novas tecnologias de comunicação social como a publicidade, o cinema e as novas linguagens visuais e jornalísticas. Essas novas linguagens teriam re-inventado uma ideologia cosmopolita através da propagação de imagens apologéticas da metrópole e influenciado na formação de novas formas de convívio social e urbano via disseminação de ícones de modernidade, através da literatura modernista, imprensa ilustrada, cinematógrafos e

cartazes publicitários (PINTO 2002: 297). As publicidades de louças analisadas nesta dissertação mostraram, também desta maneira, que se divulgava modelos de comportamentos, enfatizando a xícara como este vetor, mas ainda com a presença das tigelas, presença esta que encontra respaldo nos registros arqueológicos do período.

Conforme Pinto, os projetos de modernidade intrínsecos ao começo do século XX estavam muito pautados nas novas tecnologias de comunicação, em um momento de transformações de padrões de comportamento, com papel importante na afirmação e definição de status e valores de referência ao divulgar e consolidar novos comportamentos e hábitos de consumo. Entretanto, tais hábitos de consumo só tiveram essa função porque correspondiam "ao mesmo tempo, às necessidades do discurso de legitimação do projeto civilizador das elites paulistanas e às necessidades da população, ou seja, todos aqueles 'personagens desse mundo em ebulição careciam, com urgência, de um eixo de solidez que lhes desse base, energias e um repertório capaz de impor sentidos a um meio intoleravelmente inconsciente" (PINTO 2002: 298).

Por fim, para Pinto, o projeto modernizante contido em linguagens como a cinematográficas apresentava visões otimistas e apologéticas de uma cidade totalmente moderna e sem contradições; por outro lado, a autora procurou também descobrir, através dos silêncios e aspectos contingenciais destas linguagens, os conflitos, o lado excludente e inacabado dessa modernidade, o choque entre o ritmo dos maquinismos e o ritmo do ser humano, suas permanências, rupturas e readaptações, um mundo que procura acabar com antigas tradições ao mesmo tempo em que produz novas mitologias, "fabricando um imaginário da modernidade, ligado ao esforço de traduzir vivências tecnológicas novas em linguagens que favoreciam o diálogo e as tensões da *intelligentsia* modernista paulista com a gestão cultural" (PINTO 2002: 299).

Caminho semelhante é traçado por Nicolau Sevcenko (1992: 18) que, ao investigar as concepções de modernidade contidas na literatura e nas obras de arte, afere que os projetos modernizadores contidos nos discursos fizeram com que o cosmopolitismo da população assinalasse um nítido recorte de discriminação social, como um estigma a mais a se acrescentar ao da população negra e mestiças, reforçando a disposição de estranhamento intrínseca ao processo de metropolização. A cidade se tornaria um "enigma para seus próprios habitantes" devido à diversidade cultural, e muitos projetos modernizadores pautaram-se em transformar a cidade diversa em um todo homogêneo, normatizando hábitos. A louça, através da propaganda e de sua produção, foi também encarada como vetor de comportamento, ignorando o papel da

prática neste esquema. A imprensa repercutia, a todo o tempo, a imagem de uma São Paulo exemplo de grande metrópole do mundo, com um ritmo prodigioso de crescimento e potencialidades incalculáveis de progressão futura (SEVCENKO 1992: 36).

Tal qual Maria Inês, para Sevcenko, este é o período de tomada de consciência para a construção de um sentido de identidade e de uma preocupação com o destino da cidade: "cortada do passado pelo seu modo de desenvolvimento abrupto, São Paulo, tal como figurada pelos seus cronistas, aparecia insistentemente refletida num improvável espelho do futuro" (SEVCENKO 1992: 37). Finalmente, para Sevcenko, por trás dos discursos que louvavam a modernidade paulistana, a cidade "se compôs de um modo inverossímil, a partir da soma de circunstâncias imponderáveis que foram confluindo numa seqüência contínua de impossibilidades" (SEVCENKO 1992: 106), onde o panorama era muito mais composto por problemas que se multiplicavam descontroladamente do que por soluções originais (SEVCENKO 1992: 127). O autor aponta como os jornais e os cronistas, e outras linguagens contidas em fontes documentais, apresentavam os paroxismos de São Paulo, cidade da Avenida Paulista e do Brás, das doenças, dos cortiços, do cinema e das revoluções. Aproximam-se, portanto, dos discursos de modernidade que ressaltam a incongruência da cidade, comparando-a com um modelo original europeu, tornando-se, mais uma vez, a "cópia mal feita". Pressupõem os desdobramentos da modernidade (DOMINGUES 1999: 89), ao invés de autêntico, como desvios.

A idéia de um modelo reverbera, deste modo, nas interpretações que giram em torno das manufaturas e das produções nacionais, como a da louça em faiança fina. Tendo como modelo a faiança fina européia, a louça brasileira passa a ser vista como uma cópia, também de hábitos, mas mal feita porque não alcança a original, e os atributos de análise ressaltados a partir desta visão de mundo serão aqueles que mostram esta *des*-semelhança, este querer e nunca ser. Isto é incorporar na Arqueologia aquilo que para a *belle époque*, Oliveira chamou de "vício da imitação" de parte da elite brasileira, que se via sob um signo de exílio, que "gostaria de ser européia, mas a infelicidade do destino a fez nascer nos trópicos" (OLIVEIRA 1997: 189), e o discurso, êmico, de parte das elites paulistanas que bolaram com esta pauta seus projetos de modernidade. A continuidade de comparação do Brasil com Europa, uma Europa teórica (CHAKABARTY 2000: 29), e dos artefatos históricos somente em termos de nacional e estrangeiro torna, novamente, e ainda, a origem como uma única fonte de

identificação (HALL 2003: 26) que, ao invés de ressaltar a dialógica da alteridade das experiências diaspóricas culturais, segundo a experiência de Stuart Hall (2003), expressas e expressadas pelos artefatos históricos, como a louça brasileira, congela os dinamismos que a circundam e a compõem, em relações maniqueístas. Schávelzon (2005: 204), por exemplo, mostrou que as louças importadas ganharam outro significado no contexto do movimento de Independência da Argentina, e frente à invasão britânica no começo do século XIX, descartadas num gesto de desprezo. Buscar sempre por categorias de classificação como "nativo" ou "estrangeiro", como rótulos pré-definidos, admite uma irreconciliabilidade nas práticas materiais de expressões culturais diversas (SILLIMAN 2005: 68), como acredito ter sido o caso da busca pela origem da antiga cerâmica neobrasileira, a cerâmica de produção local/regional (ZANETTINI 2005). Afinal, mesmo a louça estrangeira tornou-se local quando apropriada pela cultura do lugar, aproximando-se, talvez, daquilo que Sérgio Miceli (2003) cunhou como "nacional estrangeiro".

Margareth Rago, investigando os relatos de viajantes e memorialistas, periódicos, e documentos associados ao mundo operário e aos discursos higienistas, afirma que a modernidade que se construiu em São Paulo foi uma "modernidade conservadora", que, desde então, "impôs progressivamente a homogeneização de um modo de viver em nome do progresso, da técnica e da razão" (RAGO 2004: 381-388). Para a autora, o projeto modernizante das elites pautava-se na exportação, para toda a cidade, dos padrões considerados civilizados de comportamento e de convívio social, progressivamente adotados no universo patriarcal da elite cafeicultora e dos industriais, produzindo tensões, conflitos, tumultos e resistências (RAGO 2004: 389). O processo de urbanização e modernização pautado na racionalidade "burguesa" acabou por marginalizar e violentamente excluir vários grupos sociais, e as elites dominantes, procurando impor autoritariamente seu novo modo de vida, percebido como "moderno", tentaram eliminar diferenças culturais e erradicar hábitos populares, vistos como atrasados ou perigosos, "seja expulsando os negros e outros 'indesejáveis', seja protegendo seus bairros com muralhas invisíveis" (RAGO 2004: 389). Ironicamente, ou não, era em bairros operários que se fabricavam os tais ícones materiais de modernidade, como as louças brancas.

Poderia continuar e discorrer longamente sobre os discursos e projetos de modernidade existentes na cidade de São Paulo com razoável bibliografia sobre o assunto. Mas quero chamar atenção para o fato de que a maior parte deles possui em

comum estarem pautados numa noção de modernidade "deslocada" que tenta ser, mas não é o modelo original europeu, reincidindo na noção de cópia aqui vista criticamente, que ignora particularidades locais ao montar paradigmas comparativos. Esses discursos são muito pautados na idéia de normatividade, higienização e disciplinarização, numa época, realmente, em que a sociedade da disciplina começa a penetrar por várias áreas da vida cotidiana das pessoas. No entanto, a esses micro-poderes se opõem micro-resistências, que permitem inúmeros diálogos entre a norma de comportamento imposta pelas elites através de seus discursos e projetos modernizantes e o restante da população e, porque não, a ela mesma.

Poucas vozes dissonantes podem ser ouvidas no mar de projetos de modernidade do começo do século XX. Sylvio Floreal, codinome do jornalista Domingos Alexandre, retrata e dá voz aos habitantes da noite paulista, as prostitutas, os boêmios e freqüentadores de cabarés, assim como criminosos e outros personagens, que ousaram transgredir as regras da utópica cidade disciplinar, como disse Rago (1997). Como em geral a modernidade tem sido apresentada em seus aspectos positivos, com o crescimento urbano e econômico, as inovações tecnológicas e o transporte, novas normas de lazer e sociabilidade com a modernização de costumes (RAGO 2003: 3), *Ronda da meia-noite* inova ao trazer à tona não apenas os excluídos por sua pobreza, mas também por se situarem do outro lado do mundo do trabalho e da razão, vivendo às margens dos benefícios trazidos pelo progresso e pela modernização.

Para Rago (2003: 5), "Floreal desmistifica a visão edulcorada da cidade, construída pelos memorialistas interessados em produzir um discurso laudatório da modernidade paulistana". Em definição sobre o Brás, que poderia ser generalizada para toda a cidade, Sylvio Floreal escreve:

... é um verdadeiro tabuleiro de xadrez, de raças e povos, os mais estranhos pelos sentimentos e os mais diferentes pelas procedências, onde todos, imersos em relativa harmonia, de maravilhosos apetites, jogam e disputam entre si, agressivos e astutos, maneirosos e calculistas, a partida fatal para vencer o rei dinheiro e a torre milhões... (FLOREAL 2003: 20) (...) *O Brás... é uma pincelada berrante de zarcão, onde as trompas insolentes das chaminés das suas fábricas expelem, numa ejaculação insistente para o alto, mascarando de negro a fisionomia do céu, atropelados rolos de fumaça! Tem o aspecto de um anfiteatro em combustão, fervilhando, gerando em seu seio um monstro apocalíptico!* (FLOREAL 2003: 23)

Em sua crítica ao processo de modernização e "civilização" da cidade, aponta:

... Os vícios crescem e avolumam-se; dilatam o seu império, na razão direta da civilização.

E São Paulo, tripudiando sobre o cadáver da barbaria – não querendo dar uma rata vergonhosa, pois que virão vê-la sempre turistas ultrarefinados – trabalha e sua no firme propósito de civilizar-se de afogadilho, aniquilando e soterrando todos os rançosos costumes jecatatuescos, para fazer a sua figurinha e não passar nenhum vexame... (FLOREAL 2003: 29)

Guilherme de Almeida se refere aos discursos sobre a cidade que procura sempre apagar costumes que não aqueles escolhidos pelas elites para compor o corpo da modernidade. Apesar de também encarar a modernidade paulistana como algo "mal encaixado", sempre ressaltando o choque de costumes quase antagônicos presentes na mesma e como esta quer ser, mas não é, o poeta, através de sua coluna de queixas e reclamações no *Diário Nacional*, publica crônicas sobre a cidade explicitando suas críticas ao processo de modernidade que se estabelece, associado a um exagero e uma quase paranóia das elites quanto a apagar o tido como tradicional e popular, e às exageradas práticas ligadas a ideologia higienista, da qual a louça foi alvo.

... A cousa complicadíssima que é uma grande cidade moderna! (...) uma cidade é uma perfeita máquina com engrenagens, êmbolos, pistões, paralelogramos de Watt, apitos e tudo. Por isso, com a maior facilidade se desconcerta, deixando a gente envergonhadíssima, a procurar uma caixa de socorro, um telefone serviçal, um botão de alarme. (14/07/1927. ALMEIDA 2004: 5).

– *Sim senhores! Como S. Paulo está adiantado. Até parece Europa....*

Parece. Parece, porque não é. E não é, porque esse mesmo paulista, ingênuo e viajado, não tem a noção requintada de conforto. Ele é o pobre homem que, no automóvel aberto, no seu living-room gelado, no seu club glacial, nos seus teatros frigidíssimos, é obrigado a se conservar embrulhado nas suas chaviotes, no seu cache-col, nos seus guantes, nas suas polainas, engolindo aspirinas perigosas ou Cognacs suspeitos... (15/07/1927. ALMEIDA 2004: 7)

Não obstante estas visões, a maior parte dos projetos modernizantes ou concepções de modernidade vigentes na cidade provieram de uma elite que ou se enxergava enquanto moderna Europa nos trópicos, ignorando qualquer outra manifestação cultural que não a sua, ou ressaltando o fato de serem essa Europa, mas conviverem com os atrasos de uma cultura tradicional que fazia com que a cidade fosse uma cópia mal feita do original europeu, tal o caso do boi e dos bondes. Ambas as visões têm em comum, todavia, o fato de procurarem eliminar, ou pelo menos não fazerem aparecer nos meios de comunicação, o caldo cultural que era a cidade de São Paulo, com suas várias práticas, construindo uma cultura urbana moderna devedora de um projeto de modernidade homogeneizante e disciplinador. Esta concepção foi repetida e incorporada por diversas ciências sociais que de forma acrítica realizaram interpretações sobre a cultura material.

A questão, portanto, é pensar se existe uma modernidade paulistana, brasileira, sul-americana ou latino-americana, e, se existe, caracterizá-la como tal; por que, ao lermos em Levi-Strauss que,

Pastos de vacas estendem-se ao pé de imóveis em concreto, um bairro surge como uma miragem, avenidas ladeadas de luxuosas residências são interrompidas de um lado e outro por ribanceiras; ali, uma torrente barrenta circula entre as bananeiras, servindo ao mesmo tempo de nascente e esgoto para casebres de taipa sobre estrutura de bambu, onde se encontra a mesma população negra que, no Rio, se instala no alto dos morros. As cabras correm pelas encostas (1996: 95)

não encaramos estas informações como discursos, pautadas numa visão também eurocêntrica de modernidade, que ao ressaltar certos aspectos como contrastantes, pressupõe um modelo que, ao ser comparado, transplantado, fica defasado? Em São Paulo, a modernidade deveria, assim, ser caracterizada pelas diversidades de experiência (MILLER 1994: 68), e procuro propor que seja vista a partir de um foco local, onde "uma massa de elementos compostos – antigos e não antigos – convergiu para uma construção nova", como disse Guinzburg (2006: 107).

Se, como propõe Daniel Miller (1994: 72), deve-se pressupor a modernidade como experiência, então se deve olhar para a arqueologia da modernidade, ou do mundo moderno, em São Paulo, sobre o ponto de vista das práticas; afinal, como se pergunta o autor (MILLER 1994: 75), como decidir quando um traço, aspecto, objeto, é

modernidade se o termo é fruto de um discurso criado por nós mesmos? Pressupondo um modelo original de modernidade, parte-se do axioma de que uma modernidade é mais autêntica do que a outra, sem muitos atributos consistentes para a afirmativa (MILLER 1994: 76). Parto, assim, da idéia de que a modernidade é heterogênea no mundo e que as condições de modernidade são variadas segundo os contextos locais, por isso sendo autêntica em cada contexto, mas nem por isto pressupondo uma homogeneidade de expressões no âmbito regional. Não mais uma "modernidade periférica" (SARLO 1988), já que não existe um centro que emana a modernidade em ondas concêntricas das quais teríamos recebido apenas marolas.

Criticando concepções monolíticas de discursos arqueológicos como o da modernidade (SMITH & WOBST 2005: 11) é possível formular narrativas alternativas (KOJAN & ANGELO 2005) para a história da cidade de São Paulo e para a América Latina, tirando da "sala de espera da modernidade" (CHAKRABARTY 2000: 8) não só a cidade, como a louça brasileira, mestiça, cópia, inautêntica enquanto expressão cultural. A teoria da "sala de espera" implica na crítica às diversas categorias temporais criadas pelos discursos de modernidade e, como propõe Chaterjee (2004: 74), as ditas "defasagens" ou "desvios" da modernidade no mundo colonial deveriam, ao invés de olhadas apenas como a sobrevivência de um passado pré-moderno, encaradas também como novos produtos do encontro com a própria modernidade. Por isso propus a abordagem levi-straussiana de *stimulus difusion* ao relacionar o encontro entre os hábitos de utilizar tigelas e a fabricação de tigelas pela Fábrica Santa Catharina.

Gilberto Freyre, Raimundo Faoro, Sérgio Buarque e Roberto da Matta, super-enfatizando a presença luso-ibérica no Brasil, criaram as idéias de peculiaridade brasileira sobre a qual a sombra da inautenticidade se projeta sempre em débito com a cultura e padrão europeus de sociabilidade, não sendo plena e autenticamente modernos (TAVOLARO 2005: 6). Estaríamos assim num "limbo *semi*moderno" (TAVOLARO 2005: 10), numa modernidade de periferia que caracterizaria um desvio em relação às sociedades tidas como "centrais" da modernidade. O "first in Europe, then elsewhere" da crítica de Chakrabarty (2000: 7).

Tomando como referência o "centro", a Europa ou a louça inglesa, confirma-se a "margem", o Brasil ou a faiança fina brasileira, como um desvio do primeiro (TAVOLARO 2005: 13). Já que, para o escopo desta dissertação, a Europa não é sempre propagadora e a América Latina sempre receptora, a louça não é fluida de significados apenas num contexto de implantação e desvio de padrões "europeizantes"

(como se "ser moderno" fosse "ser europeu" [CHAKRABARTY 2000: 33]) ou num devir que nunca se realiza (IANNI 2005: 9). Neste âmbito, "europeizar" ganha o status de "mimese colonial defeituosa" (BHABHA 2007: 132). Se a proliferação de fábricas de louça na Inglaterra marcou a "expressão pioneira e prematura da produção e consumo em massa" (LIMA 2002: 122), não foi apenas porque a Inglaterra, então herdeira da tocha da civilização (BERNAL 1993: 6), estabelecia sua dominação no mundo por meio de uma ideologia dominante, mas porque a América, ativa no processo de consumo, demandou por determinados produtos que a Europa teve que produzir. Na louça, um exemplo bastante claro é o consumo do trigal, mais na América Latina do que na Inglaterra, influência do mercado na produção (MILLER 1984: 2). Inúmeros são os exemplos de como a América manipulou e modelou a Europa. São os estudos históricos de circularidade cultural que lembro aqui (GUINZBURG 2006: 19). As pesquisas de Sahlins (2004: 65) apontam para os processos de "indigenização da modernidade" e Alfredo Bosi (2008: 49) para as possibilidades de "acaipirar" a mesma.

Deste modo, ao invés de pensar a modernidade pautando-a em adoção de modelos imaginários europeus e norteamericanos (IANNI 2005: 13), que geram a idéia de anomalias, pensemos em como a América Latina, existindo por si mesma, tem uma modernidade que lhe é própria, na qual tem papel ativo, e que expressa originalidade, autenticidade e particularidade (CHATERJEE 2004: 51) nos "modos de ser, sentir, agir, compreender, explicar" (IANNI 2005: 50). Proponho, pautando em Partha Chaterjee, uma leitura da faiança fina brasileira tendo em vista uma narrativa alternativa da modernidade latino-americana que, ao invés de ser aquela adaptação imperfeita do original, não terminada, distorcida e mesmo falsificada, vê nestas formas supostamente distorcidas, possibilidades inteiramente novas de organização, nunca imaginadas pelas velhas formas da modernidade ocidental (CHATERJEE 2004: 42).

Esta dissertação afirma o lugar da faiança fina brasileira como ferramenta para uma linha alternativa de estudos da cidade de São Paulo e das concepções de modernidade, fazendo perceber o peso da subjetividade do autor ou a partir de onde estamos construindo e interpretando nossa sociedade moderna (SENATORE & ZARANKIN 2002: 10). Quis mostrar, também, que é possível ultrapassar a dicotomia do modelo centro-periferia, muito utilizado na Arqueologia Histórica, ao considerar as expressões culturais locais analisando a cultura material como um dos aspectos particulares de uma cultura, para além de reproduzir sobre os objetos os discursos pautados nas leituras de viajantes e memorialistas. O modelo do centro difusor e das

periferias receptoras, gerado no fulcro da relação metrópole-colônia, colonizador-colonizado, é ainda mais questionável no caso brasileiro, no âmbito das relações e heranças coloniais que aqui se formaram, e das quais somos hoje devedores, uma vez que o Brasil foi o único país da América Latina que, durante o século XIX, passou de colônia à metrópole, com a vinda da família real (SLEMIAN & PIMENTA 2008). Como exatamente pensar projetos de modernidade ou uma suposta recepção de ondas concêntricas de um centro, sendo que a sede do Império era a/na colônia? Este processo gerou configurações, práticas e hábitos que com certeza particularizaram as próprias concepções de modernidade e da vida na modernidade nos séculos XIX e XX no país, permitindo a congruência entre o boi e o bonde. Um caráter *sui generis* de nossa formação que busquei considerar ao pensar uma epistemologia da louça branca e sua relação com ideologias e práticas na São Paulo do século XX.

Percebi, lidando com o sítio Petybon e com suas faianças finas, que se este se enquadra nos estudos de arqueologia do mundo moderno (ORSER 1999), é preciso perceber o quanto os projetos de modernidade modelaram as concepções do que é o moderno como um modelo normativo e homogeneizante que às vezes é transplantado para a cultura material (FUNARI 2002: 109). Produzir tigelas/malgas numa fábrica, tendo em vista as implicações destes artefatos, como chamei atenção na dissertação, em especial no capítulo 4, podem parecer decisões contraditórias, mas que não se anulam (GRUZINKI 2001: 27), e que existe um significado numa aparente incoerência. A louça brasileira não é uma "amálgama de aparência desconcertante" (GRUZINSKI 28) se deixarmos de pressupor um modelo original de louça.

A análise do material arqueológico do sítio Petybon girou, deste modo, em torno destas questões de produção, demanda e consumo, já que o sítio é uma fábrica. Por isso difere dos demais sítios arqueológicos que são, em geral, unidades domésticas ou refugos a elas associados, cujas interpretações estão mais pautados no consumo. No Petybon, o pensamento partiu da produção (daí o capítulo 3 antes do 4), já que as louças não foram propriamente consumidas. No entanto, isto não quer dizer que não foi possível pensar alguns pontos da esfera do consumo a partir da produção. Consumo, demanda e produção são categorias intrinsecamente ligadas e não podem, e nem devem, ser pensadas separadamente. A produção está conectada a demanda, que, por sua vez, é gerada por um mercado consumidor, ao mesmo tempo em que o consumo só é possível quando há uma produção.

Posto isto, é preciso lembrar que a Fábrica aqui estudada foi a primeira a produzir a louça branca em faiança fina por moldes industriais e em larga escala. Guardou características bastante artesanais em seu processo, as quais foram dando lugar, gradativamente, a técnicas mais estandardizadas a partir do controle dos Matarazzo. Com a produção nacional, a louça, mais barata, passou a ser consumida por novas parcelas da população que antes não tinham acesso a ela, como os grupos médios e baixos da cidade. Além disso, a entrada da louça branca dialoga diretamente com a presença da cerâmica mais "grosseira", aos poucos substituída.

A análise da louça da Fábrica indicou uma enorme quantidade de malgas, ou seja, tigelas, objetos cujo *design* acomodaria diferentes demandas de uso (RICE 1987: 209). Mais ainda porque dentre as tigelas foram encontrados 13 tipos variando em volume. Estas variações no tamanho de um mesmo tipo de artefato estão relacionadas a diferentes usos e particularidades de comportamentos que fugiriam da "norma". Segundo Worthy (1982: 338), a distinção entre os diferentes tamanhos e formatos de malgas e pratos poderia ser um apontador de comportamentos específicos que passariam despercebidos se apenas formas gerais fossem consideradas. Formas e funções diferenciadas são frutos de costumes, culturas, hábitos e identidades associadas à resolução de problemas do dia-a-dia (SCHIFFER & SKIBO 1997: 45).

Logo entendi que, apesar de existir um discurso normativo em torno da modernidade, tentando impor e apagar hábitos que não aqueles ditos "padrões burgueses de comportamento", o que se encontra são pessoas re-inventando estas normas, resistindo ou recriando segundo seu próprio repertório cultural. As tigelas têm muito a ver com identidades culturais de diversos grupos que eram parte da cidade, como mamelucos, caboclos, ex-escravos, caipiras, assim como dos novos migrantes, vindos, em sua maioria, de zonas rurais. Nas primeiras décadas do século XX, um significativo êxodo rural é iniciado em função da constituição das indústrias, além da chegada de milhares de imigrantes, que se envolveram no ambiente urbano, trazendo novos hábitos e adquirindo outros (FRANCISO 2004: 40).

Será possível, tendo em vista estas evidências, pensar apenas num processo de urbanização do campo ou também no campo influenciando os hábitos da cidade, já que é o campo que entra no urbano, e não o inverso? Será que é a cidade quem sempre "dita" os costumes? Segundo Francisco (2004: 43), São Paulo constituiu-se enquanto uma "metrópole caipira", pois mantém, até a atualidade, hábitos tradicionais. O período de estudo desta dissertação seria, segundo o autor, o período da gênese da negação dos

hábitos caipiras, com a construção de um discurso de ser moderno pautado na edificação de casas suntuosas e assobradadas, dentro das quais, todavia, não se modificaram tanto os hábitos (FRANCISCO 2004: 39). Lessa (2003: 90) ressalta um processo de *ruralização* da população brasileira no começo do século XX, quando a população rural que em 1900 era 64% do total, passou para 70% em 1920.

Apesar do discurso dominante sobre uma grande parcela da população, esta mesma parece ter, claro, mantido seus costumes. E mesmo que a elite industrial, que pensava a produção das louças pautadas em formas e tamanhos determinados (é o que se pode perceber não apenas pela padronização das louças brancas do sítio Petybon, mas também do documento redigido, com o aval de Roberto Simonsen, entre 1935-1936, que determina qual o tamanho e forma exata de cada peça de louça a ser fabricada), tenha tentado impor "padrões de comportamentos" e acabar com outros, os consumidores sempre conseguiram manter suas identidades. Sempre haverá o filtro do lado dos consumidores, mesmo com malgas em louças com formas fixas. Tentei chamar atenção para estes dinamismos discorrendo sucintamente sobre o hábito de tomar café. Se existia um ritual do chá ou do café na Europa, é preciso ter em mente, como disse Marshall Sahlins (2004: 13), que duas performances rituais jamais poderiam ser a mesma, resguardando similaridades e diferenças na construção das identidades, mas nem por isso "menores". Quando o McDonald chegou à China, nem por isso os chineses tornaram-se menos chineses ou americanizaram-se (SAHLINS 2004).

Este diálogo entre produtores, a elite industrial, e consumidores, a população de diversos grupos sociais de São Paulo, só foi possível porque a Fábrica agiu como elemento mediador. Como representante dos produtores e proprietários, teve que se ajustar à ideologias e mecanismos de disciplinarização contidos em suas concepções de modernidade, que objetivavam homogeneizar os costumes de acordo com um padrão imaginado mais "europeu" e "burguês" de comportamento. Por outro lado, regulada pela demanda, que vinha da população consumidora, não poderia deixar de produzir formas de louças que possuíam um enorme mercado (WILK 2001: 108). Deste modo, produziu tigelas dos mais variados tamanhos que atenderiam demandas de usos e demandas do pensamento das elites dominantes.

Existe, deste modo, uma grande diferença entre os "usos pretendidos" dos objetos e os "usos reais", ou seja, entre aquilo para o qual se pensou aquele objeto, pela parte das elites – o fato de modernizar os costumes através da louça branca fina – e o que aconteceu quando estes mesmos objetos começaram a fazer parte da dinâmica

cotidiana de cada um, pressupondo a existência do *habitus* (BOURDIEU 2008) e das práticas na ação (BOURDIEU 1994). Os usos das louças produzidas pela Fábrica vão variar da interpretação e do conhecimento prévio fornecido pela prática, pela familiaridade com os costumes, hábitos e tradições de determinada cultura ou grupo social: intenções de produção e condições de consumo são fundamentais, segundo Pinto (2002: 12), para as construções de sentidos.

Foi desta maneira que a presente pesquisa teve como objetivo mostrar como a louça encontrada no sítio arqueológico Petybon dialoga com as concepções de modernidade vigentes na cidade de São Paulo no início do século XX. A fábrica de louça era intermediária entre a intenção de produção das elites, os usos pretendidos dos objetos, e as condições de consumo, os usos reais dos mesmos. A permanência das tigelas durante o período parece apontar para a manutenção de identidades culturais de uma população com costumes campesinos na cidade, apontando para a fragilidade da dicotomia campo-cidade. Além disto, procurei mostrar como os discursos normativos e disciplinares de modernidade dialogam com o que a arqueologia está encontrando na cultura material. Busquei, por fim, apontar para a necessidade de se compreender a modernidade na cidade de São Paulo não em comparação a outros contextos históricos, mas a partir dela mesma, entendendo suas complexidades e originalidade para a construção de um novo paradigma para a compreensão da modernidade na América Latina. Atento a isto, escolhi os atributos para a análise das faianças finas brasileiras. E atentos a estas práticas discursivas e relações de poder temos, enquanto arqueólogos, que pensar nossas fichas e planilhas de análise cerâmica.

CAPÍTULO 6

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AB'SÁBER, A. N. **Geomorfologia do sítio urbano de São Paulo**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007

ABRAHÃO, E. M. **Mobiliário e utensílios domésticos dos lares campineiros: (1850-1900).** Dissertação (mestrado), IFCH/UNICAMP, Campinas, 2008

ACTA de Installação do Sindicato Patronal dos Trabalhadores da Louça Pó de Pedra, Porcellana e Louça de Barro do Estado de São Paulo. Dat., 1934

AHEARN, L. M. Language and agency. **Annual Review of Anthropology**, 30, 2001, pp. 109-137

ALARCÃO, J. A arqueologia como semiologia da cultura material. **Revista Guimarães**, n. 105, pp. 21-44, 1995

ALENCAR, J. **Lucíola**. São Paulo: Ática, 1988

ALENCAR, J. **Til.** São Paulo: Melhoramentos, 1965

ALMANAK Administrativo, Mercantil e Industrial do Rio de Janeiro. 1931-1920

ALMANAK LAEMMERT, Anno 84, São Paulo, 1928

ALMEIDA, G. **Pela cidade: seguido de Meu roteiro sentimental da cidade de S. Paulo**. São Paulo: Martins Fontes, 2004

ALMEIDA, M. C. **República dos invisíveis: Emílio Ribas, microbiologia e saúde pública em São Paulo (1898-1917)**. Bragança, São Paulo: EDUSF, 2003

AMERICANO, J. **São Paulo naquele tempo (1895-1915)**. São Paulo: Carrenho, 2004

AMERICANO, J. **São Paulo nesse tempo (1915-1935)**. São Paulo: Melhoramentos, 1962

ANDRADE, M. Atrás da Catedral de Ruão. In: ANDRADE, M. **Contos novos**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1993, pp. 47-60.

ANDRADE, M. O Ladrão. In: ANDRADE, M. **Contos novos**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1993

ANDRADE, O. **Os condenados**. São Paulo: Civilização Brasileira, 1970

ANDRADE, V. & ZEQUINI, A. **Papel de Salto: 110 anos de evolução e tecnologia. 110 years of evolution and technology (1889-1999)**. Salto (SP): Papel de Salto, 1999

ANDREATTA, M. D. Arqueologia Histórica – cidade de São Paulo. **Arqueologia**, v. 5, Curitiba, 1986, pp. 113-115

ANDREWS, G. R. **Negros e Brancos em São Paulo (1888 a 1988)**. Florianópolis: Edusc, 1991

ANJOS, A.; MACIEL, D. L. C. & ARAÚJO, L. F. R. Trabalho feminino na Fábrica de Louças Santo Eugênio (1921-1939/1960-1973). In: **XI Encontro Latino Americano de Iniciação Científica, VII Encontro Latino Americano de Pós-Graduação e I Encontro Latino Americano de Iniciação Científica do Ensino Médio** - UNIVAP, São José dos Campos, 2007

APPADURAI, A. Introdução: mercadorias e a política de valor. In: APPADURAI, A. (org.) **A vida material das coisas**. Niterói: EDUFF, 2008, pp. 15-88

ARAÚJO, A. G. M. & CARVALHO, M. R. R. A louça inglesa do século XIX: considerações sobre a terminologia e metodologia utilizadas no sítio Florêncio de Abreu, São Paulo. **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, São Paulo, 3, 1993, pp. 81-95

ARAÚJO, A. G. M. As geociências e suas implicações em teoria e métodos arqueológicos. **Revista de Arqueologia e Etnologia**, Suplemento 3, pp. 35-45, 1999

ARAÚJO, A. G. M. Peças que descem, peças que sobem e o fim de Pompéia: algumas observações sobre a natureza flexível do registro arqueológico. **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, 5, 1995, pp. 3-25

ARAÚJO, A. G. M. **Teoria e Método em Arqueologia Regional: Um Estudo de Caso no Alto Paranapanema**. Tese (doutorado), MAE/USP, São Paulo, 2001

ARAÚJO, M. E. C. & PASQUALI, L. **Histórico dos Processos de Identificação**. Brasília: UNB

ARENDT, H. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2005

ARENDT, H. **Origens do totalitarismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989

ARGAN, G. C. **Arte moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992

ARGAN, G. C. **História da Arte como História da Cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2005

ARNOLD, B. The limits of *agency* in the analysis of elite Iron Age Celtic Burials. **Journal of Social Archaeology**, v. 1, nº. 2, pp. 210-224, 2001

ASHMORE, W. & KNAPP, A. B. Archaeological landscapes: constructed, conceptualized, ideational. In: ASHMORE, W. & KNAPP, A. B. (Ed.) **Archaeologies of landscape: contemporary perspectives**. Malden, Mass.: Blackwell, pp.1-32, 1999

AUN, C. R. **Proposta de metodologia de projeto para louça utilitária de uso doméstico**. Dissertação (mestrado), FAU/USP, 2000

AUTOS da Devassa da Inconfidência Mineira (1789-1791). v. I, Rio de Janeiro, Ministério da Educação/ Biblioteca Nacional, 1936.

AZEVEDO, A. **O Cortiço**. São Paulo: Ática, 1992

BAER, W. **Industrialização e o dsenvolvimento economico no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 1985

BAGDADE, S.; BAGDADE, A. & BAGDADE, A. D. **Warman's English & Continental** Pottery & Porcelain. Krause Publication, 1998

BALÉE, W. & ERICKSON, C. L. Time, complexity, and historical ecology. In: BALÉE, W. & ERICKSON, C. L. (Org.) **Time and Complexity in Historical Ecology**, 2006, pp. 1-17

BARBER, D. M. & HAMELL, G. R. The Redware Pottery Factory of Alvin Wilcox – At Mid-19th Century. **Historical Archaeology**, v. 5, p. 18-37, 1971

BARBOSA, L. & CAMPBELL, C. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, L. & CAMPBELL, C. (org.) **Cultural, consumo e identidade**. São Paulo: FGV, 2006, pp. 21-44

BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. São Paulo: Zahar, 2004

BARBUY, H. **A cidade-exposição. Comércio e cosmopolitismo em São Paulo, 1860-1914**. São Paulo: Edusp, 2006

BARKER, D. & COLE, S. **Digging for Early Porcelain: The Archaeology of Six 18th-century British Porcelain Factories.** Art Books International, 1998

BARKER, D. & HORTON, W. The development of the Coalport Chinaworks: analysis of ceramic finds. **Post-medieval archgaeology**, v. 33, 1999

BASTIDE, R. Técnicas de repouso e de relaxamento (Estudo Transcultural). In: QUEIROZ, M. I. P. **Sociologia**. São Paulo: Ática, pp. 89-112, 1983

BASTOS, G. **Dicionário gastronômico – Café com suas receitas**. São Paulo: Gaia, 2009

BATALHA, C. H. M.; SILVA, F. T. & FORTES, A. (Orgs.) **Culturas de classe**. Campinas: UNICAMP, 2004

BATALHA, C. **O movimento operário na primeira República**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000

BATES, H. W. **O Naturalista no Rio Amazonas (1848-1859)**. vol. I, São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1944

BAUDELAIRE, C. Salão de 1859. In: LICHTENSTEIN, J. (org.) **A pintura**. V. 5: Da imitação à expressão. São Paulo: Ed. 34, 2004, pp. 1118-123

BAVA DE CAMARGO, P. A Arqueologia urbana de São Paulo. ZANETTINI ARQUEOLOGIA. **Programa de prospecção e resgate arqueológico Quadra 090, setor 008 (Perímetro Nova Luz)**, Município de São Paulo, São Paulo, 2009, pp. 14-20

BAVA DE CAMARGO, P. **Arqueologia das Fortificações oitocentistas da Planície Costeira de Cananéia/Iguape, São Paulo**. Dissertação (mestrado), MAE/USP, São Paulo, 2002

BAVA DE CAMARGO, P. **Arqueologia de uma cidade portuária: Cananéia, século XIX-XX**. Tese (doutorado), MAE/USP, São Paulo, 2009

BAVIN, L. Behind the Facade: the expression of status and class in material culture. **Australian Historical Archaeology**, 7, 1989, pp. 16-22

BEAUDRY, M. C.; COOK, L. J. & MROZOWSKI, S. A. Artifacts and active voices: material culture as social discourse. In: ORSER, C. (org.) **Images of the recent past: readings in Historical Archaeology**. EUA: Sage, 1996, pp. 272-310

BELLINGIERI, J. C. **A indústria cerâmica em São Paulo e a 'invenção' do filtro de água: um estudo sobre a cerâmica Lamparelli - Jaboticabal (1920-1947)**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual de São Paulo, Franca, 2004

BELLINGIERI, J. C. Água de beber: a filtração doméstica e a difusão do filtro de água em São Paulo. **Anais do Museu Paulista**, São Paulo, v. 12, 2004, pp. 161-191.

BELLINGIERI, J. C. As Origens da Indústria Cerâmica em São Paulo. **Cerâmica Industrial**, São Paulo, v. 10, n. 3, p. 19-23, 2005

BELLINGIERI, J. C. Jaboticabal: Evolução Econômica e os impactos da crise do café. **De Littera et Scientia**, Jaboticabal-SP, v. 6, p. 01-07, 2003

BENCHIMOL, J. Reforma urbana e Revolta da Vacina na cidade do Rio de Janeiro. In: FERREIRA, J. & DELGADO, L. A. N. (org.) **O Brasil republicano. O tempo do liberalismo excludente – da proclamação da república à Revolução de 1930**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003, pp. 233-278

BENJAMIN, W. **A modernidade e os modernos**. Rio de janeiro: Tempo Brasileiro, 2000

BENVENISTE, É. **Problemas de lingüística geral**. Campinas: UNICAMP, 1991

BERMAN, M. **Tudo que é sólido desmancha no ar**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007

BERNAL, M. **Black Athena: The Afroasiatic Roots of Classical Civilization**, v. 1. Londres: FAB, 1988

BERTONHA, J. F. Conde Francesco Matarazzo e o ser italiano no Brasil: o enfoque biográfico na pesquisa sobre a colonização italiana em São Paulo. **Revista Eletrônica de História do Brasil**, Juiz de Fora, v. 4, n. 1, 2000, pp. 15-27

BERTONHA, J. F. **Os italianos**. São Paulo: Contexto, 2005

BERTUCCI-MARTINS, L. M. "Conselhos ao povo": educação contra a influenza de 1918. **Caderno Cedes**, Campinas, v. 23, nº 59, 2003, pp. 103-117

BESSE, S. K. **Modernizando a Desigualdade: Reestruturação da Ideologia de Gênero no Brasil, 1914-1940.** São Paulo: Edusp, 1999

BHABHA, H. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte/São Paulo: Humanitas/UFMG, 2003

BILAC, O. & NETO, C. **Contos Pátrios**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1931

BINFORD, L. Dimensional analysis of behavior and site structure: learning from an Eskimo hunting stand. **American Antiquity**, v. 43, nº 3, 1978, pp. 330-361

BLAJ, I. **A trama das tensões: O Processo de Mercantilização de São Paulo Colonial (1681- 1721)**. São Paulo: Humanitas, 2001

BLAJ, I. Agricultores e comerciantes em São Paulo nos inícios do século XVIII: o processo de sedimentação da elite paulistana. **Revista Brasileira de História,** v.18, n. 36, 1998

BLAJ. I. Mentalidade e sociedade: revistando a historiografia sobre São Paulo colonial. **Revista de História**, n° 142-143, 2000, pp. 239-259

BLAY, E. A. **Eu não tenho onde morar: vilas operárias na cidade de São Paulo**. São Paulo: Nobel, 1985.

BOCKOL, L. **Willow ware. Ceramics in the Chinese tradition**. Atglen, PA: Schiffer Publishing, 1995

BOMBONATI, J. **Curso de papiloscopia**. Datilog., 1992

BONFIL BATALLA, G. **México Profundo**. México: SEP, 1987

BONNEMASOU, V. R. V. **A poética da aquarela**. IA/UNICAMP, 1995

BORGES, V. P. & COHEN, I. S. A cidade como palco: os movimentos armados de 1924, 1930 e 1932. In: PRATO, P. (org.) **Histórias da cidade de São Paulo**, v. 3. A cidade na primeira metade do século XX (1890-1954). São Paulo: Paz e Terra, 2004, pp.291-339

BORNAL, W. G. & QUEIRÓS, C. M. **Salvamento Arqueológico do Sítio Engenho do Poço**. Relatório Técnico. Ilha Bela: Impresso, 2006

BOSI, A. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992

BOSI, E. **Memória e sociedade: lembrança de velhos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007

BOURDIEU, P. Esboço de uma teoria da prática. In: ORTIZ, R. (org.) **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983

BOURDIEU, P. **Razões práticas: Sobre a teoria da ação**. Campinas: Papirus, 2008

BRANCANTE, E. F. A cerâmica na Vila de São Paulo. Seu interesse histórico e sociológico. **São Paulo em quatro séculos**. São Paulo: IHGS, 1953, pp. 195-202

BRANCANTE, E. F. Achegas sobre a cerâmica do século XIX no Brasil – a louça mineira. **Revista Paulistana**, nº 79, 1975, pp. 63-83

BRANCANTE, E. F. **Litoral norte: Buraco do Bicho – novas abordagens**. Datilog., São Paulo, 1993

BRANCANTE, E. F. **O Brasil e a cerâmica antiga**. São Paulo: s/e, 1981

BREFE, A. C. F. A cidade das memórias: São Paulo dos relatos memorialistas. **História**, UNESP, São Paulo, v. 15, 1996, pp. 161-174

BRESCIANI, M. S. Imagens de São Paulo: estética e cidadania. FERREIRA, A. C.; LUCA, T. R. & IOKOI, Z. G. (org.) **Encontros com a História. Percursos históricos e historiográficos de São Paulo**. São Paulo: UNESP, 1999, PP. 11-45

BRICKER, V. R. Advances in Maya Epigraphy. **Annual Review of Anthropology**, v. 24, p. 215-235, 1995

BRIDGES, E. M. Waste materials in urban soils. BULLOCK, P. & GREGORY, P. I. (ed.) **Soils in the urban environment**. Cambridge: British society for soil science and nature conservative council/Cambridge University Press, 1991, pp. 28-46

BRUNEAU, P. De l'Image. **Revue d'Archéologie Moderne et d'Archéologie Générale**, nº 4, 1986, pp. 249-295

BÜCHLER, D. M. **Louça de mesa da indústria brasileira: produto e produtor**. Tese (doutorado), FAU/USP, 2004

BUCKLEY, C. "The Noblesse of the Banks": craft hierarchies, gender divisions, and the roles of women paintresses and designers in the British Pottery Industry, 1890-1939. **Journal of Design History**, v. 2, nº 4, 1989, pp. 257-273

BUCKLEY, C. Women Designers in the English Pottery Industry, 1919-1939. **Woman's Art Journal**, v. 5, nº 2, 1985, pp. 11-15

BUENO, L. M. As Indústrias Líticas da região do Lajeado e sua inserção no contexto do Brasil Central. **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, v. 15/16, 2005-2006, pp. 37-58

BUENO, L. M. R. **Variabilidade tecnológica nos sítios líticos da região do Lajeado, médio rio Tocantins**. Tese (doutorado), MAE/USP, São Paulo, 2005

BUGALHÃO, J.; SOUSA, M. J. & GOMES, A. S. Vestígios de produção oleira islâmica no Mandarim Chinês, Lisboa. **Revista Portuguesa de Arqueologia**, v.7, nº 1, 2004, pp.575-643

BURCKHARDT, J. **A Cultura do Renascimento na Itália**. Brasília: UNB, 1991.

BURKE, P. **A Escola dos *Annales*: a revolução francesa da historiografia, 1929-1989**. São Paulo: Ática, 1986

BURKE, P. **Cultural hybridity**. Cambridge: Polity Press, 2009

BURSEY, J. A. Aggrandizers vs. Egalitarianism in Agency Theory: understanding the iroquoian economic system, part 2. **North American Archaeologist**, v. 27, n. 2, 2006, pp. 119-148

CADENA, N. **100 anos de propaganda no Brasil**. São Paulo: Referência, 2001

CALDARELLI, S. (org.) **Arqueologia do vale do Paraíba Paulista. SP-070, Rodovia Carvalho Pinto.** São Paulo: Dersa, 2003

CAMARGO, D. Cachaça *versus* café: a guerra das substâncias nos corpos e nas cidades (final do século XIX e começo do XX). **Patrimônio e Memória**, UNESP – FCLAs – CEDAP, v. 5, n.1, 2009, pp. 1-17

CAMPBELL, G. **The Grove encyclopedia of decorative arts**, v. 1. USA: Oxford University Press, 2006

CANOTILHO, M. H. P. C. **Processos de cozedura em cerâmica**. Bragança, Portugal: Instituto Politécnico de Bragança - Escola Superior de Educação, 2003

CAPELATO, M. H. R. Modernismo latino-americano e construção de identidades através da pintura. **Revista de História**, 153, 2º, 2005, pp. 251-282

CAPELATO, M. H. R. **Os arautos do liberalismo: imprensa paulista, 1920-1945**. São Paulo: Brasiliense, 1989

CAPRI, R. **O Estado de S. Paulo na Commemoração do Centenário. MDCCCXXII – MCMXXII**. São Paulo, 1922

CARANDINI, A. **Historia de la tierra. Manual de excavación arqueológica**. Barcelona: Crítica, 1991

CARNEIRO, N. **A Fábrica Colombo e a cerâmica artística no Brasil**. Curitiba: Banco de Desenvolvimento do Paraná, s/d

CARONE, E. **Evolução industrial de São Paulo (1889-1930)**. São Paulo: Senac, 2001

CARROLL, L. Communities and other social actors: rethinking commodities and consumption in Global Historical Archaeology. **International Journal of Historical Archaeology**, v. 3, nº 3, 1999, pp. 131-136

CARROLL, L. Consumer choice. In: ORSER, C. (ed.) **Encyclopedia of Historical Archaeology**. Londres/Nova York: Routledge, 2002, pp. 126-129

CARVALHO, F. **Porcelana Brasil - Guia de Marcas.** Rio de Janeiro: All Print, 2008

CARVALHO, M. R. R. **Pratos, xícaras e tigelas: um estudo de Arqueologia Histórica em São Paulo, séculos XVIII e XIX**. Mestrado (dissertação), MAE/USP, 1999

CARVALHO, M. R. R. Pratos, xícaras e tigelas; um estudo de arqueologia histórica em São Paulo, séculos XVIII e XIX: os sítios solar da Marquesa, Beco do Pinto e Casa Nº 1. **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, São Paulo, 13, 2003, pp. 75-99

CARVALHO, V. C. **Gênero e artefato**. São Paulo: Edusp, 2008

CASCUDO, L. C. **História da Alimentação no Brasil**, v. 2. São Paulo: Brasiliana, 1968

CASTILLO, J. J. **Arqueología Industrial: Arqueología del Trabajo en Madrid**. Programa do curso de doutorado, Facultat de Ciencias Politicas y Sociologia, Departamento de Sociologia III, Universidad Complutense de Madrid.

CERÂMICA TAVARES – Parelhas-RN. Vídeo realizado pela NEP Comunicações. Disponível em www.youtube.com, acessado em 18/04/2009.

CHAKRABARTY, D. **Provincializing Europe: postcolonial thought and historical difference**. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2000

CHAKRABARTY, D. **Rethinking working-class history: Bengal, 1890-1940**. Princeton: Princeton University Press, 2000

CHALHOUB, S. **Cidade febril: cortiços e epidemias na corte imperial**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006

CHALHOUB, S. **Trabalho, Lar e Botequim**. Campinas: UNICAMP, 2001

CHARTIER, R. O mundo como representação. **Estudos Avançados**, 11(5), 1991

CHATTERJEE, P. **Colonialismo, modernidade e política**. Salvador: UFBA, 2004

CHAVES, A. P. Técnicas metalúrgicas de elaboração de ligas e fundição. R**evista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, Suplemento 2. Análises físicas e químicas no estudo de material arqueológico: atas do Simpósio Internacional Análises Físicas e Químicas no Estudo de Material Arqueológico, São Paulo, 1997

CHEEK, C. D. & FRIEDLANDER, A. Pottery and Pig's Feet: Space, Ethnicity and Neighborhood in Washington, D. C., 1880-1940. **Historical Archaeology**, 24(1), pp. 34-60,1990

CHEMELLO, E. Ciência Forense: impressões digitais. **Química Virtual**, dezembro de 2006, 11p.

CHIERA, E. **They Wrote on Clay: The Babylonian Tablets Speak Today**. Chicago: University of Chicago Press, 1938

CHMYZ, I. Terminologia arqueológica para cerâmica. **Cadernos de Arqueologia**. Museu de Arqueologia e Artes Populares, Paranaguá - PR, v. 1, 1976, pp. 119-148

CISCATI, M. R. **Malandros da terra do trabalho: malandragem e boemia na cidade de São Paulo (1930-1950)**. São Paulo: Annablume, 2000

COLEÇÃO Ranzini. Museu Paulista, São Paulo.

CONSENS, M. Esto no es un artículo sobre teoría arqueológica. In: POLITIS, G. G. & PERETTI, R. (ed.) **Teoría arqueológica en America del Sur**, nº 3. Incuapa, 2004, pp. 141-159

CORASSIN, M. L. O uso da escrita na epigrafia latina. **Clássica**, São Paulo, v. 11/12, p. 205-212, 1998/1999

CORIAT, B. **El taller y el cronómetro**. Mexico/Madrid: Siglo Veintiuno, 1994

CORREA, D. A. Estilo e escrita: modos de manifestação do conhecimento. **Estudos Lingüísticos XXXIII**, p. 707-713, 2004

COSTA, D. M. Modos de Viver no Brasil Central da Primeira República. **XII Congresso da Sociedade de Arqueologia Brasileira**, São Paulo, 2003

COSTA, E. V. **Da monarquia à República: momentos decisivos**. São Paulo: Grijalbo, 1977

COUNTIER, A. D.; NISHITANI, E. Y. & DIAS, T. H. O "Tropical" de Anita Malfatti e o modernismo brasileiro.

COUTO, R. C. **Matarazzo: a travessia**, v.1. São Paulo: Planeta do Brasil, 2004

CUNHA, M. C. P. *et alli*. **Santana e Bexiga: cotidiano de trabalhadores urbanos em São Paulo e Rio de Janeiro, entre 1870 e 1930**. Projeto Temático, CECULT, IFCH/UNICAMP, Campinas, 2001

DALRYMPLE, B. & MACKILLICAN, J. Automated Methods, including Criminal Record. Administration, Fingerprints (Dactyloscopy). **Encyclopedia of Forensic Science**, 2000

DARNTON, R. O **grande massacre de gatos e outros episódios da história cultural francesa**. Rio de Janeiro: Graal, 2006

DAVID, N. & KRAMER, C. **Ethnoarchaeology in action**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001

DE CERTEAU, M. **A escrita da História**. Tradução Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982

DE CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 2007

DE CERTEAU, M. As revoluções do "crível". In: DE CERTEAU, M. **A cultura no plural**. São Paulo: Papirus, 2005, pp. 23-40

DE DECCA, E. **1930: O silêncio dos vencidos. Memória, história e revolução**. São Paulo: Brasiliense, 2004

DE DECCA, E. Industrialização e mudanças na esfera pública. In: NODARI, E.; PEDRO, J. M. & IOKOI, Z. M. G. (org.) **História: Fronteiras**, v. II. XX Simpósio Nacional da ANPUH, Florianópolis. Sâo Paulo: Humanitas, pp. 295-307, 1999

DE DECCA, E. M. A. G. **A vida fora das fábricas: cotidiano operário em São Paulo, 1920-1934**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987

DE DECCA, E. **O nascimento das fábricas**. São Paulo: Brasiliense, 1988

DE LUCA, T. **Revista do Brasil - um Diagnóstico para a (n)ação**. São Paulo: Cia das letras, 1999

DEAGAN, K. Avenues of Inquiry in Historical Archaeology. In: ORSER, C. (org.) **Images of recent past: readings in historical archaeology**. Sege, 1996, pp. 16-41

DEAN, W. **A Ferro e fogo. A história e a devastação da mata atlântica brasileira**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996

DEAN, W. **A industrialização em São Paulo, 1880-1945**. São Paulo: Edusp, 1971

DEBRET, J.-B. **Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil (1816-1831)**, t. I, vol. I e II, São Paulo: Martins Editora, 1940. p. 138

DEETZ, J. **In small thing forgotten: the archaeology of early American life**. Garden City, N.Y., Anchor Press/Doubleday, 1996

DELEUZE, G. Empirismo e Subjetividade. DELEUZE, G. **Empirismo e Subjetividade**. São Paulo: Editora 34, 2001, pp. 93-118

DELEUZE, G. *Post-scriptum*: sobre as sociedades de controle. DELEUZE, G. **Conversações.** Rio de Janeiro: Ed. 34, p. 219-226, 1992

DEMARTINI, C. M. C.; BRAGA, G. B. *Arqueologia do Objeto*. **XIII Congresso da SAB** (Sociedade de *Arqueologia* Brasileira), 2005, Campo Grande

DIAS, J. F. **Avaliação de resíduos da fabricação de telhas cerâmicas para seu emprego em camadas de pavimento de baixo custo**. Tese (doutorado), POLI/USP, São Paulo, 2004

DICIONÁRIO Houaiss de língua portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001

DIETLER, M. & HERBICH, I. *Tich Matek*: the technology of Luo pottery production and the definition of ceramic style. **World Archaeology**, v. 21, n º 1, 1989, pp. 148-161

DOCUMENTO ARQUEOLOGIA E ANTROPOLOGIA. Diagnósticos Arqueológicos das Linhas 4 (amarela) e 2 (verde) do metrô da Cidade de São Paulo, 2007

DODD, A. & MURFIN, D. (ed.) **Dictionary of Ceramics**. Cambridge: Institute of Materials / Woodhead Publishing Limited, 1994

DOIN, J. E. M.; PERINELLI NETO, H.; PAZIANI, R. R. & PACANO, F. A. A *Belle Époque* Caipira: problematizações e oportunidades interpretativas da modernidade e urbanização no Mundo do Café (1852-1930) - a proposta do Cemumc. **Revista Brasileira de História**, v. 27, p. 25-54, 2007

DOUGLAS, M. & ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006

DUKE, H. **Official price guide to pottery and porcelain**. Nova York: House of Collectibles, 1995

DUNNEL, R. **Classificação em arqueologia**. São Paulo: Edusp, 2007

EARP, F. S. S. Um século de inflação: a evidência empírica. **Análise Econômica**, Porto Alegre, nº 25, pp. 3-16, 1996

ELIAS, N. **O processo civilizador, v. 1. Uma história dos costumes**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994

EMÍDIO, T. & PASSOS, M. L. P. **Desenhando São Paulo: mapas e literatura, 1877-1954**. São Paulo: IMESP, 2009

ÉRNICA, M. Uma metrópole multicultural na terra paulista. In: SETÚBAL, M. A. (org.) **Terra Paulista: história, arte, costumes. A formação do Estado de São Paulo, seus habitantes e os usos da terra**, v. 2. São Paulo: Cenpec, pp. 157-195, 2004

FAUSTO, B. Imigração: cortes e descontinuidades. In: SCHWARCZ, L. M. (org.) **História da Vida privada no Brasil**, v. 4. São Paulo: Cia das Letras, 1998, pp. 14-61

FAUSTO, B. **Trabalho Urbano e Conflito Social**. São Paulo, 1986

FELDMANN, D. A. **Um sopro de luta: os trabalhadores vidreiros paulistanos (1900-1935)**. Dissertação (mestrado), FFLCH/USP, São Paulo, 2004

FERNANDES, F. **Folclore e mudança social na cidade de São Paulo**. São Paulo: Saraiva, 1961

FERNANDES, I. M. **Cerâmica Açoriana: Catálogo**. Barcelos, 1993

FÉRNANDEZ, T. H. **Estudo das técnicas de decoração de peças cerâmicas tridimensionais**. Dissertação (mestrado) – UFSC, Florianópolis, 1997

FERREIRA, L. M. **Território Primitivo: A Institucionalização da Arqueologia Brasileira (1870-1917)**. Tese (doutorado), IFCH/UNICAMP, 2007

FISHER, T. Plásticos: a cultura através das atitudes em relação aos materiais artificiais. In: BARBOSA, L. & CAMPBELL, C. (org.) **Cultural, consumo e identidade**. São Paulo: FGV, pp. 91-106, 2006

FLOREAL, S. **Ronda da meia-noite. Vícios, misérias e esplendores da cidade de São Paulo**. São Paulo: Paz e Terra, 2003

FOGAÇA, E. O estudo arqueológico da Tecnologia Humana. **Habitus**, v. 1, nº 1, pp. 147-179, 2003

FONSECA, M. T.; TSAI, J.; ISHIHARA, K. A. & HONNA, P. E. Vamos Tomar um Café? Estudo Exploratório sobre as Motivações do Consumo em Cafés. **Impulso** (Piracicaba), Piracicaba, v. 39, p. 23-35, 2005

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1999

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. São Paulo: Paz e Terra, 1993

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 2007

FRANCISCO, G. S. **Grafismos Gregos: Escrita e Figuração na cerâmica Ática do Período Arcaico (do século VII – VI a. C.)**. Dissertação (mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007

FRANCISO, L. R. A gente paulista e a vida caipira. In: SETUBAL, M. A. (org.) **Terra Paulista: histórias/arte/costumes. Modos de vida dos paulistas: identidades, famílias e espaços domésticos.** São Paulo: Cenpeo, 2004, pp.23-49

FREYRE, G. **Sobrados e mucambos**, v. 1. Rio de Janeiro: José Olympio, 1968

FRIEDMAN, J. Introduction. In: FRIEDMAN, J. **Consumption and Identity**. Harwood Academic Publishers, 1994, pp. 1-22

FUNARI, P. P. A. & CARRERAS, C. **Britannia y el Mediterraneo: estudios sobre el abastecimiento bético y africano a Britannia**. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1998

FUNARI, P. P. A. A Arqueologia Histórica em uma perspectiva mundial. In: ZARANKIN, A. & SENATORE, M. X. (org.) **Arqueologia da Sociedade Moderna na América do Sul: cultura material, discursos e práticas**. Buenos Aires: Del Tiradente, pp. 107-115, 2002

FUNARI, P. P. A. **Arqueologia**. São Paulo: Contexto, 2001

FUNARI, P. P. A. **As inscrições Dressel 20 provenientes da Bretanha e o consumo de azeite espanhol, com um catálogo de selos.** Tomo I. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995

FUNARI, P. P. A. **Cultura popular na Antiguidade Clássica**. São Paulo: Contexto, 1996

FUNARI, P. P. A. *Doxa* e *Episteme*: a construção discursiva na narrativa histórica (ou Salústio e a Historiografia). LPA: Revista de História, (3): 1, 1992, 22-35

FUNARI, P. P. A. Lingüística e Arqueologia. **DELTA**, v. 15, n. 1, 1999

FUNARI, P. P. A. Os historiadores e a cultura material. In: PINSKY, C. B. **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2005, p. 81-110

FUNARI, P. P. A.; HALL, M. & JONES, S. Introduction: archaeology in history. In: FUNARI, P. P. A.; HALL, M. & JONES, S. **Historical Archaeology: back from de edge**. Londres: Routledge, 1999, p. 1-20

FURTADO, C. **Formação econômica do Brasil**. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1986

GALLAY, A. **A Arqueologia do Amanhã**. Tradução: E. Fogaça, 2002. Disponível em www.ucg.br/site_docente/igpa/fogaca

GAMA, L. H. **Nos bares da vida: a produção cultural e sociabilidade em São Paulo, 1940-1950**. São Paulo: SENAC, 1998

GARBIN, L. A revolução que tomou conta da Lapa. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 17/10/2003

GIARD, L. Cozinhar. In: DE CERTEAU, M. (org.) **A invenção do cotidiano: morar, cozinhar**, v. 2. Petrópolis: Vozes, 1994, pp. 210-332

GIBB, J.G.; BERNSTEIN, D.J. & CASSEDY, D. F. Making Cheese: Archaeology of a Nineteenth Century Industry. **Historical Archaeology**, 24(1), 1999, pp. 18-33

GNECCO, C. Caminos de la Arqueología: de la violencia epistémica a la racionalidad. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi**, Belém, v. 4, nº 1, pp. 15-26, 2009

GODOY, J. R. P.; BARROS, J. F.; MOREIRA, D. & SILVA JÚNIOR, W. Força de aperto da preensão palmar com o uso do dinamômetro Jamar: revisão de literatura. **Revista Digital** - Buenos Aires, ano 10, n° 79, dezembro 2004. Disponível em www.efedeportes.com. Acessado em 05/04/2008

GOMES, D. M. C. **Análise dos padrões de organização comunitária no baixo tapajós: o desenvolvimento do formativo na área de Santarém, PA**. Tese (doutorado), MAE/USP, São Paulo, 2005

GOSDEN, C. What do object want? **Journal of Archaeological Method and Theory**, v. 12, nº 3, pp. 193-211, 2005

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere**, v. 2. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2000

GREENHALGH, P. The cult of nature. In: GREENHALGH, P. **Art Nouveau 1890-1914**. NY: Abrams, 2000, pp. 55-71

GRIFFITHS, D. M. Use-Marks on Historic Ceramics: a preliminary study. **Historical Archaeology**, v. 12, p. 68-81, 1978

GRUPPI, L. **O conceito de hegemonia em Gramsci**. São Paulo: Graal, 1980

GRUZINSKI, S. **O pensamento mestiço**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001

GUIMARÃES, L. **A cor como informação - a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume, 2004

GUINZBURG, C. **O queijo e os vermes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006

GWILYM, T. **Step by step guide to pottery**. Middlesex: Hamlyn Publishing Group, 1973

HABERMAS, J. **O discurso filosófico da modernidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2000

HAGGARTY, G. & McINTERY, A. Excavation and watching brief at Newbegging Pottery Musselburgh, East Lothian. **Proc Society of Antiquaries of Scotland**, 126, pp. 943-962, 1996

HALL, M. & SILLIMAN, S. (org.) **Historical Archaeology**. Malden, MA; Oxford: Blackwell Pub., 2006

HALL, M. Subaltern voices? Finding the spaces between things and words. In: FUNARI, P. P. A.; HALL, M. & JONES, S. (org.) **Historical Archaeology: back from the edge**. Londres: Routledge, 1999, pp. 193-203

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003

HALLAWEL, P. **Visagismo: harmonia e estética**. São Paulo: Senac, 2007

HARRIS, E. C. **Principles of Archaeological Stratigraphy**. London/Orlando: Academic Press, 1979

HARRIS, E. C. The laws of archaeological stratigraphy. **World Archaeology**, v. 11, nº 1, 1979a, pp. 111-117

HARRIS, E. C. The stratigraphic sequence: a question of time. **World Archaeology**, v. 7, nº 1, pp. 109-121, 1975

HARTOG, F. **O espelho de Heródoto. Ensaio sobre a representação do outro**. Belo Horizonte: UFMG, 1999

HEGEL, G. **Philosophy of right**. Ontario: Batoche Books, 2001

HEGMON, M. & KULOW, S. Painting as agency, style as structure: innovations in Mimbres Pottery design from Southwest New Mexico. **Journal of Archaeological Method and Theory**, v. 12, nº 4, 2005, pp. 313-334

HENDERSON, J. D. **Bohemian Decorated Porcelain**. Schiffer Publishing, 1999

HENRY, S. L. Factors influencing consumer behavior in turn-of-the-century Phoenix, Arizona. In: ORSER, C. (org.) **Images of recent past: readings in historical archaeology**. Sege, 1996, pp. 235-259

HERING, F. A. O Texto de Heródoto e seus Desdobramentos Modernos: uma questão imperialista (o caso britânico). **Mneme** (Caicó), v. 5, n. 10, 2004

HOBSBAWM, E. & RANGER, T. (org.). **A invenção das tradições.** São Paulo: Paz e Terra, 2002

HOBSBAWM, E. **A era dos extremos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008

HOBSBAWM, E. **A Era dos Impérios, 1875-1914**. São Paulo: Paz e Terra, 2007

HODDER, I. Communicating present pasts. In: PREUCEL, R. & HODDER, I. (org.) **Contemporary Archaeology in Theory**. Malden: Blackwell, 1999, pp. 3-20

HODDER, I. **Interpretación en Arqueología**. Corrientes Actuales**.** Barcelona: Critica, 1994

HOLANDA, S. B. **Caminhos e Fronteiras**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001

HORTA, A. I. **Lapa, parede, painel: distribuição geográfica das unidades estilísticas de grafismos rupestres do vale do rio Peruaçu e suas relações diacrônicas (Alto-Médio São Francisco, Norte de Minas Gerais***)*. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001

HUDDLESTON, C. M. & POPLIN, C. J. Comparing pearlware teacups to shell edge plates: examining foodways based on ceramic assemblages. **36th Annual Conference on Historical and Underwater Archaeology Providence,** Rhode Island, 2003

HUME, I. N. Material culture with the dirt on it: a Virginia perspective. In: QUIMBY, I. M. G. (org.) **Material culture and the study of American Life**. Nova York: Winterthur, 1978, pp. 26-37

IANNI, O. **Enigmas do pensamento latino americano**. Campinas: Unicamp, 2005

INVENTÁRIOS e testamentos. Vol. IX (1625-1636), São Paulo, Publicação Oficial do Arquivo do Estado de São Paulo, 1920.

INVENTÁRIOS e testamentos. Vol. XLIV (1620-1655), São Paulo, Publicação Oficial do Arquivo do Estado de São Paulo, 1977

JANOVITCH, P. A mecanização da imprensa através dos seminários paulistanos de narrativa irreverente (1900-1911). **Revista de História**, 149, 2º, 2003, pp. 211-233

JARDIM, E. C.; MUSA, J. L. & MENDES, R. **São Paulo anos 20: andar, vagar, perder-se**. São Paulo: Melhoramentos, 2003

JOHNSON, M. H. Historical, Archaeology, Capitalism. In: LEONE, M. & POTTER JR., P. B. **Historical Archaeologies of Capitalism**. Nova York: Plenum, 1999, p. 219-232

JOHNSON, M. H. Rethinking historical archaeology. In: FUNARI, P. P. A.; HALL, M. & JONES, S. (org.) **Historical archaeology: back from the edge**. Londres: Routledge, 1999, pp. 23-36

JONES, S. Categorias históricas e a práxis da identidade: a interpretação da etnicidade na Arqueologia Histórica. In: FUNARI, P. P. A.; ORSER, C. & SCHIAVETTO, S. N. O. (org.) **Identidade, discurso e poder: estudos de arqueologia contemporânea**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2005, pp. 27-43

JORGE, J. **Tietê, o rio que a cidade perdeu: o Tietê em São Paulo (1880-1940)**. São Paulo: Alameda, 2006

JØRGENSEN, K. F. Kant and the natural numbers. In: ANDERSEN, H.B.; CHISTIANSEN, F. V.; JØRGENSEN, K. F. & HENDRICKS, V. F. **The Way through Science and Philosophy: Essays in Honour of Stig Andur Pedersen**. London: College Publications, 2006, p. 65-86

JOYCE, R. & LOPIPARO, J. PostScript: doing agency in Archaeology. **Journal of Archaeological Method and Theory**, v. 12, nº 4, 2005, pp. 365-374

JULIANI, L. H. C. O. O zoneamento arqueológico como instrumento de gestão do patrimônio cultural do município de São Paulo. **Revista de Arqueologia**, São Paulo, 8 (2), 1994-1995, pp. 351-361

JULIANI, L. J. C. O. A Arqueologia na metrópole. In: **Expedição São Paulo 450 anos: uma viagem por dentro da metrópole**. São Paulo: Museu da Cidade, 2004, pp. 180-184

JULIANI**,** L. J. C. O. **Gestão arqueológica em metrópoles: uma proposta para São Paulo**. Dissertação (mestrado) - Universidade de São Paulo, 1996

JULIANI, L. J. C. O. **O potencial arqueológico da Fábrica de Louças Santa Catharina. Documento do sítio Petybon**. Datilog, fls. 25 a 29

KAMP, K. A. Where have all children gone? The Archaeology of Childhood. **Journal of Archaeological Method and Theory**, v. 8, nº 1, 2001, pp. 1-34

KAMP, K. A.; TIMMERMAN, N.; LIND, G.; GRAYBILL, J.; NATOWSKY, I. Discovering childhood: using fingerprints to find children in the Archaeological record. **Amercian Antiquity**, v. 64, n. 2, 1999, pp. 309-315

KEHDY, C. **Manual para classificação e subclassificação de impressões digitais**. Brasília: Serviço Gráfico da SSP, 1965

KHOURY, Y. A. **As Greves de 1917 em São Paulo**. São Paulo: Cortez, 1981

KHOUTANI, S. **Cidade das águas**. São Carlos: RiMa, 2004

KINGERY, W. D. Technological systems and some implications with regard to continuity and change. In: LUBAR, S. & KINGERY, W. D. (org.) **History from things: essays on material culture**. Washington e Londres: Smithsonian Institution, 1993, pp. 160-181

KINGERY, W. D.; VANDIVER, P. **Ceramic masterpieces: art, structure, technology**. New York, London: Free Press, Collier Macmillan, 1986

KIPLING, R. **As crônicas do Brasil**. Edição Bilíngüe. São Paulo: Landmark, 2006

KOGURUMA, P. A saracura: ritmos sociais e temporalidades da metrópole do café (1890-1920). **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 19, nº 38, pp. 81-99, 1999

KOJAN, D. & ANGELO, D. Dominant narratives, social violence and the practice of Bolivian archaeology. **Journal of Social Archaeology**, v. 5, nº 3, pp. 383-408

KOPYTOFF, I. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. In: APPADURAI, A. (org.) **A vida material das coisas**. Niterói: Eduff, 2008, pp. 89-121

KOSERITZ, C. **Imagens do Brasil (1883)**. São Paulo, Martins Editora, 1972.

LANDSMANN, L. **Aprendizagem da Linguagem Escrita**. São Paulo: Ática, 1995

LAYTON, J. **Como funcionam as investigações da cena do crime**. In: http://ciencia.hsw.uol.com.br/investigacoes-da-cena-do-crime4.htm, acessado em 15/07/2007

LAZAGNA, A. **Lênin, as forças produtivas e o Taylorismo**. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2002

LE GOFF, J. **História e Memória**. Campinas: UNICAMP, 2006

LEAL, M. L. M. S. **A história da gastronomia**. Rio de Janeiro: Senac, 2005

LEHMANN, A. & STAHR, K. Nature and significance of anthropogenic urban soils. **Journal of Soils Sediments**, 7 (4), 2007, pp. 247-260

LEMONNIER, P. (Ed) **Technological choices: transformation in material cultures since the neolithic**. London: Routledge, 1993.

LEONE, M. & DALGLISH, C. Archaeology and democracy: an interview with Mark. P. Leone. **Archaeological Dialogues**, v. 14, n. 1, p. 39-59, 2007

LEONE, M. & HURRY, S. D. Seeing: The power of Town Planning in the Chesapeake. **Historical Archaeology**, v. 32, n. 4, p. 34-62, 1998

LEONE, M. & LITTLE, B. J. Artifacts as expression of society and culture: subversive genealogy and the value of History. In: LUBAR, S. & KINGERY, W. D. **History from Things: Essays on Material Culture**. Washington e London: Smithsonian Institution, 1993, p. 160-181

LEONE, M. A Historical Archaeology of Capitalism. **American Anthropologist**, v. 97, n. 2, p. 251-268, 1995

LEONE, M. Interpreting ideology in historical archaeology: using the rules of perspective in William Paca Garden in Annapolis, Maryland. MILLER, D. & TILLEY, C. (eds.) **Ideology, Power and Prehistory**. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 25-35, 1984

LEONE, M. Setting some terms for historical archaeologies of capitalism. In: LEONE, M. & POTTER Jr., P. B. (org.) **Historical Archaeologies of Capitalism**. Nova York: Plenum, 1999, pp. 4-20

LEONE, M. The New Mormon Temple in Washington, D. C. In: FERGUSON, L. **Historical Archaeology and the Importance of Material Things.** Special Publication Series, n. 2, 1971, p. 43-61

LEROI-GOURHAN, A. **O gesto e a palavra. 2 – memória e ritmos**. Lisboa: Edições 70, 1983

LESSA, R. As cidades e as oligarquias do antiurbanismo da elite política da Primeira República brasileira. **Revista USP**, São Paulo, nº 59, 2003, pp. 86-95

LÉVI-STRAUSS, C. **O suplício do Papai Noel**. São Paulo: Cosac Naif, 2008

LEVI-STRAUSS, C. **Saudades de São Paulo**. São Paulo: Instituto Moreira Salles, Companhia Das Letras, 1996

LÉVI-STRAUSS, C. **Tristes Trópicos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996

LICHTENSTEIN, J. (org.) **A pintura**. V. 5: Da imitação à expressão. São Paulo: Ed. 34, 2004

LIMA, T. A. Chá e simpatia: uma estratégia de gênero no Rio de Janeiro oitocentista. **Anais do museu paulista, história e cultura material (Nova Série)**. São Paulo, v. 5, pp. 93-129, 1997.

LIMA, T. A. El huevo de la serpiente: una Arqueología del Capitalismo embrionario en el Rio de Janeiro del siglo XIX. In: ZARANKIN, A. & ACUTO, F. **Sed Non Satiata: Teoría Social en la Arqueología Latinoamericana Contemporánea.** Buenos Aires: Tiradente, 1999, pp.189-238

LIMA, T. A. Humores e odores: ordem corporal e ordem social no Rio de Janeiro, século XIX. **Manguinhos – Histórica, Ciência, Saúde**, v. II, nº 3, 1995/1996, pp. 44-94

LIMA, T. A. O papel da Arqueologia Histórica no mundo globalizado. In: ZARANKIN, A. & SENATORE, M. X. (org.) **Arqueologia da Sociedade Moderna na América do Sul: cultura material, discursos e práticas**. Buenos Aires: Del Tiradente, pp. 117-127, 2002

LIMA, T. A. Pratos e mais pratos: louças domésticas, divisões culturais e limites sociais no Rio de Janeiro, século XIX. **Anais do museu paulista, história e cultura material (Nova Série)**, São Paulo, v. 3, p. 129-191, 1997.

LINHARES, M. Y. L. Pecuária, Alimentos e Sistemas Agrários no Brasil séculos XVIII e XIX**. Revista Tempo**, UFF/Relume Dumará, v. 1, n. 2, pp. 132-150, 1996

LINS, D. S. **O dedo no olho: micropolíticas do cotidiano**. São Paulo: Annablume, 1999

LITTLE, B. People with History: an update on Historical Archaeology in the United States. In: ORSER, C. (org.) **Images of recent past: readings in historical archaeology**. Sege, 1996, pp. 43-68

LOVE, J. **A locomotiva: São Paulo na federação brasileira (1889-1937).** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982

LUCAS, M. T. & SHACKEL, P. A. Changing Social and Material Routine in Nineteenth-Century Harper's Ferry. **Historical Archaeology**, 28 (4), 1994, pp. 27–36

LUCENA, V. Estratigrafia arqueológica: processo de constituição e interpretação. **Clio Arqueológica**, Recife, v. 1, nº 8, 1992, PP. 68-88

LUZ, N. V. As tentativas de industrialização no Brasil. In: HOLANDA, S. B. & CAMPOS, P. M. (org.) **História da civilização brasileira**, t. 2, v. 4. São Paulo: Difel, 1974, pp. 28-41

MACHADO, J. O potencial interpretativo das análises tecnológicas: um exemplo amazônico. **Rev. do Museu de Arqueologia e Etnologia**, São Paulo, 15-16, 2005/2006, pp. 87-111,

MACHADO, N. T. G. **Entre guardas e casarões: um pouco da história do interior do RS – uma perspectiva arqueológica**. Doutorado (tese), MAE/USP, São Paulo, 2004

MAESIMA, H. H. **Tijolos do sítio Bairro da Fundação, São Caetano do Sul/São Paulo. Análise e identificação**. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1997

MAGNANI, S. I. L. **O movimento anarquista em São Paulo (1906-1917)**. São Paulo: Brasiliense, 1982

MAJEWSKI, T. & O'BRIEN, M. The use and misuse of nineteenth-century English and American ceramics in archaeological analysis. **Advances in Archaeological Method and Theory,** 11, 1987, pp. 97-209

MARANHÃO, R. (coord.) **Um retrato no jornal – a história de São Paulo na Imprensa Oficial (1891-1994)**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1994

MARSON, M. D. & BELANGA, T. P. C. **Indústria mineira e paulista na década de 1930: concentração com integração**. 2006. Disponível em www.cedeplar.ufmg.br, acessado em 18/09/2007

MARTÍNEZ, J. M. A. B.; RODRIGUEZ, J. R. & ALMEIDA, E. R. **Excavaciones arqueológicas en el Monte Testaccio (Roma)**. Memória campaña 1989. Madrid: Ministério de Cultura (Dirección General de Bellas Artes y Archivos), 1994

MARTÍNEZ, N. F. **A tipografia como imagem**. Dissertação (mestrado), UNB, Brasília, 2005

MARTINS, A. L. **História do café**. São Paulo: Contexto, 2008

MARTINS, J. S. A aparição do demônio na fábrica, no meio da produção. **Tempo Social** – Revista de Sociologia da USP, São Paulo, 5 (1-2), pp. 1-29, 1994

MARTINS, P. C. G. A vida cotidiana dos paulistas: moradias, alimentação, indumentária. **Terra Paulista: história, arte, costumes. A formação do Estado de São Paulo, seus habitantes e os usos da terra**, v. 2. São Paulo: Cenpec, pp.89-190

MARTINS, W. **A palavra escrita. História do livro, da imprensa e da biblioteca**. São Paulo: Ática, 1996

MARX, K. **A mercadoria**. São Paulo: Ática, 2000

MARX, K. **Para a crítica da economia política do Capital**. São Paulo: Abril Cultural, 1996

MATISSE, H. Escritos e conversas sobre a arte. In: LICHTENSTEIN, J. (org.) **A pintura**. V. 5: Da imitação à expressão. São Paulo: Ed. 34, 2004, pp. 131-137

MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Edusp, 1974

McCONNELL, K. **Spongeware and Spatterware**. Pennsylvania: Fisher Publishing, 1990

McGUIRE, R. A Arqueologia como ação política: o Projeto Guerra do Carvão do Colorado. **Revista de Arqueologia e Etnologia,** USP, Suplemento 3, 1999, pp. 387-397

MEJÍA, M. C. L. & THERRIEN, M. Loza fina para Bogotá: una fábrica de loza del siglo XIX. **Revista de Antropología y Arqueología**, v. 13, p. 199-228, 2001/2002

MEMÓRIA Urbana. A Grande São Paulo até 1940, v. 2. Arquivo do Estado/Emplasa /Imprensa Oficial, 2001

MEMORIAL do Sindicato da Indústria da Louça Pós de Pedra, da Porcelana e da Louça de Barro no Estado de São Paulo. Dat., 20/03/1948

MENDES, R. S. Os bairros da Zona Norte e os bairros orientais. In: PETRONE, P. **A cidade de São Paulo**, v. 3. São Paulo: Nacional, 1958

MENESES, R. R.; CAMPOS, L. F.; NEVES, G. A. & FERREIRA, H. C. Aspectos Fundamentais de Expansão por Umidade: uma Revisão Parte I: aspectos históricos, causa e correlações. **Cerâmica**, São Paulo, v. 52, n. 321, 2006, pp. 01-14

MENESES, U. B. Patrimônio Industrial e Política Cultural. **Anais do 1º Seminário Nacional de História e Energia**, v. 2. São Paulo: Eletropaulo/DPH, 1988, PP. 68-73

MEYERHOF, P. G. O desenvolvimento normal da preensão. **Revista Brasileira de crescimento e desenvolvimento humano**, 4 (2), 1994, pp. 25-29

MICELI, P. **Além da Fábrica: o projeto industrialista em São Paulo, 1928-1948**. São Paulo: FIESP, 1992

MICELI, P. **História, histórias. O jogo dos jogos**. Campinas: IFCH, 1996

MIGNOLO, W. **La Idea de America Latina**. Barcelona: Gedisa, 2007

MILLER, D. Coca-Cola: a black sweet drink from Trinidad. BUCHLI, V. (ed.) **The material culture reader**. Berg: Oxford, 2002, pp. 245-263

MILLER, D. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, ano 13, nº 28, 2007, pp. 33-63

MILLER, D. **Material culture and mass consumption**. Oxford, OX, UK; New York, NY, USA : B. Blackwell, 1987

MILLER, D. **Modernity, an Ethnographic approach.** Nova York/Oxford: Berg, 1994

MILLER, G. L. A revised set of CC Index values for classification and economic scaling of English ceramics from 1787 to 1880. **Historical Archaeology**, v. 25, 1991, pp. 1-25

MILLER, G. L. Classification and economic scaling of 19th century ceramics. **Historical Archaeology**, v. 14, pp. 1-14

MILLER, G. L. Marketing ceramics in North America: an introduction. **Wintherthur Portfolio**, v. 19, nº 1, pp.1-5, 1984

MIRANDA, A. M. **Desmundo**. São Paulo: Companhia das letras, 2001

MIZIARA, R. Por uma história do lixo. **Interfacetts** – Revista de Gestão Integrada em Saúde do trabalho e Meio Ambiente, v. 3, nº 1, 2008, 17p.

MOBERG, C. A. **Introdução à Arqueologia**. Lisboa: Edições 70, 1986

MONKS, G. G. On rejecting the concept of socio-economic status in historical archaeology. In: FUNARI, P. P. A.; HALL, M. & JONES, S. (org.) **Historical Archaeology: back from the edge**. Londres: Routledge, 1999, pp. 204-216

MORAES, C. A. **Arqueologia Tupi no nordeste de São Paulo: um estudo de variabilidade artefatual**. Dissertação (mestrado), MAE/USP, São Paulo, 2007

MORALES, M. H. L. B. Cultura material e discursos de identidade: contribuições teórico-metodológicas da Arqueologia para o estudo histórico da Fábrica de Louças Colombo. **Anais do IX Encontro Estadual de História**, ANPUH-RS, 2008a

MORALES, M. H. L. B. Proposta teórico-metodológica para o estudo de caso da fábrica de louças Colombo (1897-1926). **Historia e-Historia**, NEE/IFCH/UNICAMP, 2008b

MORALES, W. F. A cerâmica "neo-brasileira" nas terras paulistas: um estudo sobre as possibilidades de identificação cultural através dos vestígios materiais na vila de Jundiaí do século XVIII. **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, 11, 2001, pp. 165-187

MOREIRA, S. **São Paulo na Primeira República**. São Paulo: Brasiliense, 1986

MOTA, C. G. São Paulo: exercício de memória. **Estudos Avançados**, 17 (48), pp. 241-263

MOTTA, J. F. M.; TANNO, L. C. & CABRAL JÚNIOR, M. Argilas plásticas para a cerâmica branca no estado de São Paulo – potencialidade geológica. **Revista Brasileira de Geociências**, 23 (2), pp. 158-173, 1993

MOURA, D. S. **Sociedade movediça: economia, cultura e relações sociais em São Paulo (1808-1850)**. São Paulo: Unesp, 2005

NAGATAKE, T. **Classic Japanese Porcelain: Imari and Kakiemon**. Kondasha International, 2003

NAGEM, D. A. P.; MOREIRA, M. A. G.; PEREIRA, G. A. S.; TIERRA-CRIOLLO, C. J. & PINOTTI, M. B. Desenvolvimento das relações interfalangeanas e metacarpo-falangeanas para os dedos durante movimentos de pinças. **Matéria**, Rio de Janeiro, v. 12, nº 1, 2007

NASCIMENTO, C. B. **Múltiplos olhares sobre a presença negra na Lapa - Paraná: história e arqueologia (séculos XIX e XX)**. Dissertação (mestrado), PUC-RS, Porto Alegre, 2009

NAVES, R. **A forma difícil: ensaios sobre arte brasileira**. São Paulo: Ática, 1996

NEALE, G. **Blue and White pottery: a collector's guide**. Londres: Octopus, 2000

NEGRO, A. L. & GOMES, F. Além de senzalas e fábricas: uma história social do trabalho. **Tempo Social** - Revista de Sociologia da USP, v. 18, nº 1, pp. 217-240, 2006

NELSON, C. H. Transfer-printed creamware and pearlware for the American Market. **Winterthur Portfolio**, v. 15, nº 2, 1980, pp. 93-115

NETO, C. **A conquista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1985

NORTON, F. H. **Cerámica Fina. Tecnología y aplicaciones**. Barcelona: Omega, 1975

NOVAIS, F. **Portugal e Brasil na crise do antigo sistema colonial**. São Paulo: Huicitec, 1986

O'DONNELL**,** J. G. Os sentidos do moderno. In: **33ª reunião da ANPOCS**, 2009, Caxambu. 33a reunião da ANPOCS, 2009, pp. 244-244.

OLIVEIRA, A. T. D. **Um estudo em arqueologia urbana: a carta de potencial arqueológico do centro histórico de Porto Alegre**. Dissertação (mestrado) – PUC-RS, Porto Alegre, 2005

OLIVEIRA, L. L. Questão nacional na primeira República. LORENZO, H. C.; COSTA, W. P. (org.) **A década de 1920 e as origens do Brasil moderno**. São Paulo: UNESP, 1997, pp. 185-193

OLIVEIRA, M. L. F. **Entre a casa e o armazém: relações sociais e experiência da urbanização, São Paulo, 1850-1900**. São Paulo: Alameda, 2008

OOSTERBEEK, L. M. **Continuidade e descontinuidade na pré-história: estatuto epistemológico da Arqueologia e da Pré-História**. Instituto Politécnico Tomar, Datilog. 1999

ORSER, C. **A Historical Archaeology of the Modern World**. Nova York: Plenum Press, 1996

ORSER, C. **Introdução à Arqueologia Histórica**. Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1992

ORSER, C. O desafio da raça para a arqueologia histórica Americana. In: FUNARI, P. P. A.; ORSER, C. & SCHIAVETTO, S. N. O. (org.) **Identidade, discurso e poder: estudos de arqueologia contemporânea**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2005, pp. 59-76

ORTIZ, R. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 2006

OTTE, M. **La Préhistoire**. Paris: De Boeck Université, 1999

OWEN, J. V. & HILLIS, M. From London to Liverpool: evidence for a Limehouse-Reid porcelain connection based on the analysis of sherds from the Brownlow Hill (ca. 1775-1767) Factory site. **Geoarchaeology: An International Journal**, v. 18, nº 8, pp. 851-882, pp. 2003

PADILHA, M. **A cidade como espetáculo: publicidade e vida urbana na São Paulo dos anos 20**. São Paulo: Annablume, 2001

PAIVA, C. L. Raridade epigráfica: tijolo com símbolo maçônico. [artigo científico]. Disponível em: <www.geocities.com/lagopaiva/epigafi.htm>. Acesso em: 4 mar 2001

PAIXÃO, A. E. **A subjetividade no "novo" tempo do trabalho: um estudo sobre a flexibilidade.** Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2005

PALACIOS, G. **La pluma y el arado: los intelectuales pedagogos y la construcción sociocultural del "problema campesino" en México, 1932-1934**. México: El Colegio de México, 1999

PALLARES-BURKE, M. L. G. Gilberto Freyre e a Inglaterra: uma história de amor. Tempo **Social** – Revista de Sociologia da USP, São Paulo, 9 (2), pp. 13-38, 1997

PANOFSKY, E. **Significado nas artes visuais**. São Paulo: Perspectiva, 1991.

PASSOS, M. L. P. O poder dos mapas e os mapas do poder. In: EMÍDIO, T. & PASSOS, M. L. P. **Desenhando São Paulo: mapas e literatura, 1877-1954**. São Paulo: IMESP, 2009, pp. 19-21

PEDROSA, I. **O universo da cor**. São Paulo: SENAC, 2003

PÉLBART, P. P. **A vertigem por um fio**. São Paulo: Iluminuras, 2000

PENTEADO, J. **Belenzinho, 1910: retrato de uma época**. São Paulo: Carrenho, 2003

PEREIRA, J. H. M. **A implantação da indústria de louça em São Paulo, 1912-1937 (estudo de História na perspectiva da cultura material)**. Relatório final à FAPESP, MP/USP, São Paulo, 2002

PEREIRA, J. H. M. **As fábricas paulistas de louça: estudos de tipologias arquitetônicas na área de Patrimônio Industrial**. Dissertação (mestrado), FAU/USP, São Paulo, 2007

PETRATTI-TEIXEIRA, P. Empreendedores na cidade de São Paulo: dos primórdios aos grandes empresários. In: PORTA, P. (org.). **História da cidade de São Paulo**. 1 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004, v. 1, p. 271-331

PFAFFENBERGER, B. The factory as artefact. In: LEMONNIER, P. (Ed.). **Technological choices: transformation in material cultures since the Neolithic**. London: Routledge, 1993, pp. 338-371.

PICCAROLO, A. & FINOCCHI, L. **O desenvolvimento industrial de S. Paulo atravez da Primeira exposição municipal**. São Paulo: Pocai, 1918

PILEGGI, A. **A cerâmica no Brasil e no Mundo**. São Paulo: Martins Fontes, 1958

PINA-CABRAL, J. *Tamed Violence*: Genital Symbolism in Portuguese Popular Culture. **Man**, 28, pp. 101-120, 1993

PINTO, M. I. M. B. **Encantos e dissonâncias da modernidade: urbanização, cinema e literatura em São Paulo, 1920-1930**. Tese (livre-docência), FFLCH/USP, São Paulo, 2002

PINTO, M. I. M. B. Flashes do cotidiano: modernidade postiça e provincianismo na urbes da *belle époque*, São Paulo nos anos 20. In: NODARI, E.; PEDRO, J. M. & IOKOI, Z. M. G. (org.) **História: Fronteiras**, v. II. XX Simpósio Nacional da ANPUH, Florianópolis. Sâo Paulo: Humanitas, pp. 883-897, 1999

PINTO, M. I. M. B. Mitologias da civilização industrial, cosmopolitismo excludente e a improvisação da sobrevivência – São Paulo 1910-1930. **Revista de História**, 140, pp. 61-73, 1999

PINTO, M. I. M. B. Urbes industrializada: o modernismo e a paulicéia como ícone de brasilidade. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 21, nº 42, pp. 435-455, 2001

POLÍCIA CIVIL DE SÃO PAULO. **Manual prático de dactiloscopia**. São Paulo: Serviço Gráfico da SSP, 1979

POLLARD, C. **Masterpieces of Japanese Printing in the Chester Beatty Library**. Dublin: TownHouse, 2003

PRADO, C. **Formação do Brasil Contemporâneo**. São Paulo: Brasiliense, 1953

PRADO, E. S. Formação de preços como processo complexo. **Estudos Econômicos**, São Paulo, v. 37, nº 4, pp. 745-769, 2007

PURSER, M. Ex occident lux? An archaeology of later capitalism in the nineteenth-century west. In: LEONE, M. & POTTER Jr., P. B. (org.) **Historical Archaeologies of Capitalism**. Nova York: Plenum, 1999, pp. 115-141

PUTSCHART, W. **Negócios e negociantes paulistas: 1808-1822.** Tese (Doutorado), FFLCH/USP, São Paulo, 1998

PYE, A. J. **"Wanted – Blue Willow in any color". Blue and white, blue willow, flow blue and Asiastic pheasants china**. Disponível em www.blueandwhite.com

QUEIRÓS, C. P. **Um fazendeiro paulista no século XIX**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1965

QUEIRÓS, E. **A cidade e as Serras**. São Paulo: Ateliê, 2008

QUEIRÓS, E. **A relíquia**. São Paulo: Martin Claret, 2000

QUEIRÓS, E. O moinho. In: **Contos Realistas**. São Paulo: Pakatatu,

QUEIRÓS, E. **Primo Basílio**. São Paulo: Nobel, 2009

RAFFAINI, P. T. **Esculpindo a cultura na forma Brasil. O Departamento de Cultura de São Paulo (1935-1938).** São Paulo: Humanitas, 1991

RAGO, M. & MOREIRA, E. F. B. **O que é Taylorismo?** São Paulo: Brasiliense, 1984

RAGO, M. A invenção do cotidiano na metrópole: sociabilidade e lazer em São Paulo, 1900-1950. In: PRATO, P. (org.) **História da Cidade de São Paulo, v. 3. A Cidade na primeira metade do século XX, 1890-1954**. São Paulo: Paz e Terra, 2004, pp. 387-435

RAGO, M. **Do Cabaré ao Lar: a Utopia da Cidade Disciplinar, Brasil 1890-1930**. São Paulo: Paz e Terra, 1997

RAGO, M. **Foucault, História e Anarquismo**. Rio de Janeiro: Achiamé, 2004

RAGO, M. O historiador e o tempo. In: ROSSI, V. L. & ZAMBONI, E. **Quanto tempo o tempo tem!** Campinas: Alínea, 2003, p. 25-48

RAMOS, A. W. **Fragmentação do espaço da/na cidade de São Paulo: espacialidades diversas do bairro da Água Branca em questão**. Dissertação (mestrado) – FFLCH/USP, São Paulo, 2001

RATHJE, W. L. Once and future landfills. **National Geographic**, 1991, pp. 117-134

RATHJE, W.; HUGHES, W.M.; WILSON, D.C.; TANI, M. K.; ARHCER, G. H.; HUNT, R. G. & JONES, T. W. The archaeology of contemporary landfills. **American Antiquity**, v. 57, nº 3, 1992, pp. 437-447

RAVEN, P. H.; EVERT, R. F.; & EICHHORN, S. E. **Biologia Vegetal**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2001

RECONSTITUIÇÃO da memória estatística da Grande São Paulo, v. 3.Governo do Estado de São Paulo, Secretaria dos Negócios Metropolitanos, EMPLASA, Empresa Metropolitana de Planejamento da Grande São Paulo S.A. São Paulo: EMPLASA, 1983

REIS, J. J. **Não pensa muito que dói – um palimpsesto sobre teoria na arqueologia brasileira**. Tese (Doutorado), UNICAMP, Campinas, 2003

RENARD, A. **São Paulo é isto!** São Paulo: s/e, 1933

RENFREW, C. & BAHN, P. **Arqueología: teoría, métodos y prácticas**. Madrid: Akal, 1998

RESEGUE, R.; WECHSLER, R.; HARADA, J. Desenvolvimento da Criança. In: CARVALHO, E. S.; CARVALHO, W. B. (org.) **Terapêutica e Prática Pediátrica**. 2 ed. São Paulo, SP: Atheneu, 2003

Review: Brighter than Gold - A Japanese Ceramic Tradition Formed by Foreign Aesthetics http://blogcritics.org/culture/article/review-brighter-than-gold-a-japanese/

REZENDE, E. A. S. **Imagens da cidade: clichês em foco... São Paulo e Lisboa (1900-1928)**. Tese (doutorado), UNICAMP, Campinas, 2002

RIBEIRO, F. B. **Uma Fábrica no mato: políticas de produção e mudança técnica na indústria do caju em Moçambique**, 2006. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Disponível em http://www.adelinotorres.com/africa, acessado em 11/10/2006.

RIBEIRO, J. **A Carne**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996

RIBEIRO, M. A. R. Fábrica e Cidade. In: **Trabalhadores**, n. 4, 1989, pp. 2-22

RICE, P. M. **Pottery Analysis: A Sourcebook**. Chicago: University Chicago Press, 1987

RICE, P. M. The archaeology study of specialized pottery production: some aspects of method and theory. In: RICE, P. (org.) **Pots and potters. Current approaches in Ceramic Archaeology**. Los Angeles, pp. 45-54, 1988

ROBERTS, E. S. **Digging through discarded identity: archaeological investigations around the kitchen and the overseer's house at Whitney plantation, Louisiana**. Tese (doutorado), Louisiana State University, Louisiana, 2005

ROCKWELL, J. O. Fingerprints on Earthenware Sherds: Uses and Implications for the Historical Archaeologist. **Historical Archaeology**, 4, 1970, pp. 76-82

RODRIGUES, J. C. Imagens do tempo. **ALCEU**, v. 2, n. 4, p. 15-35, 2002

ROQUETE, J. I. & SCHWARCZ, L. M. **Código do bom-tom: ou regras da civilidade e de bem viver no século XIX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997

ROSSI, P. M. A. Barbotina. Disponível em www.portorossi.art.br, acessado em 10/02/2007

RYE, O. S. **Pottery function: principles and reconstruction**. Washington, 1981

SÁ, G. F. C. **Melhorias no reconhecimento de impressões digitais baseado no método FingerCode**. Dissertação (mestrado), FEEC/UNICAMP, Campinas, 2006

SACKETT, J. R. The Meaning of Style in Archaeology: A General Model. **American Antiquity**, 42, pp. 369-80, 1977

SAHLINS, M. Cosmologias do Capitalismo: O Setor Trans-Pacífico do Sistema Mundial. SAHLINS, M. **Cultura na Prática**. Rio de Janeiro, Editora da UFRJ, 2004, pp. 445-501

SAHLINS, M. **Cultura e Razão Prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003

SAHLINS, M. **Esperando Foucault, ainda**. São Paulo: Cosac Naify, 2004

SAHLINS, M. **Ilhas de História**. São Paulo: Zahar, 2003

SAID, E. **Freud e os não-europeus**. São Paulo: Boitempo, 2004

SAID, E. W. & BARSAMIAN, D. **Cultura e Resistência**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006

SAID, E. W. **Orientalismo**. São Paulo: Cia das Letras, 2001

SAID, E. W. **Representações do Intelectual. As Conferências Reith de 1993**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005

SALIBA, E. **As Raízes do Riso: a representação humorística na história brasileira da *Belle Époque* aos primeiros tempos do radio**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002

SALWEN, B. Archaeology in Megalopolis: Updated Assessment. **Journal of Field Archaeology**, 5, 1978, 453-459

SAMFORD, P. Response to a market: dating English underglaze transfer-printed wares. **Historical Archaeology**, 31 (2), pp. 1-30, 1997

SANT'ANNA, D. B. **Cidade das águas: usos de rios, córregos, bicas e chafarizes em São Paulo (1822-1901)**. São Paulo: Senac, 2007

SANTOS, C. J. F. **Nem tudo era italiano: São Paulo e Pobreza (1890-1915)**. São Paulo: Annablume, 1998

SANTOS, C. R. A. A concórdia e a discórdia: a guerra culinária

SANTOS, C. R. A. **História da alimentação no Paraná**. Curitiba: Juruá, 2007

SANTOS, F. M. **Louça e porcelana**. As artes plásticas no Brasil, v. 1. Rio de Janeiro: Ediouro, 1952

SANTOS, W. **Lapa**. História dos Bairros de São Paulo. São Paulo: DPH, 1980

SARLO, B. **Una modernidad periférica: Buenos Aires, 1920 y 1930**. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 1988

SASSAMAN, K. E. Poverty point as structure, event, process. **Journal of Archaeological Method and Theory**, v. 12, nº 4, 2005, pp. 335-361

SCARLETT, T. J. Consumption. In: ORSER, C. (ed.) **Encyclopedia of Historical Archaeology**. Londres/Nova York: Routledge, 2002, pp. 129-132

SCATAMACCHIA, M. C. O. Proposta de terminologia para descrição e classificação da cerâmica arqueológica dos grupos pertencentes à família lingüística Tupi-guarani. **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, v. 14, pp. 291-307, 2004

SCHÁVELZON, D. De Platos Rotos y Objetos Eróticos: cuantificando el descarte en Buenos Aires (Siglo XIX). [artigo científico]. Disponível em: < http://members.tripod.com/guamini/ponencias/5.html >. Acesso em: 12 mai 2004.

SCHÁVELZON, D. When the revolution reached the countryside: use and destruction of imported wares in Alta García, Cordoba, 1810. **International Journal of Historical Archaeology**, v. 9, nº 3, 2005, pp. 195-207

SCHAWRZ, R. **Que horas são? Ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006

SCHIFFER, M. B. & SKIBO, J. The explanation of artifact variability. **American Antiquity**, v. 62, nº 1, 1997, pp. 27-50

SCHIFFER, M. B. Archaeological context and systemic context. **American Antiquity**, v. 37, nº 2, 1972, pp. 156-165

SCHIFFER, M. B. **Behavioral Archaeology**. London: Academic Press, 1976

SCHIFFER, M. B. Toward the identification of formation processes. **American Antiquity**, v. 48, nº 4, 1983, pp. 675-706

SCHMIDT, A. **São Paulo de meus amores**. São Paulo: Cia das Letras, 2003

SCHMIDT, V. H. Múltiplas modernidades ou variedades da modernidade? **Revista de Sociologia Política**, Curitiba, 28, pp. 147-160, 2007

SCHWARZ, R. Nacional por subtração. In: SCHWARZ, R. **Que horas são?** Ensaios. São Paulo: Cia das Letras, 2005

SECRETARIA DA SEGURANÇA PÚBLICA. **Manual de classificação e subclassificação de impressões dactiloscópicas.** São Paulo: Serviço Gráfico da SSP, 1975

SEGATTO, J. A. (coord.) **Lapa – Evolução Histórica**. São Paulo: DPH, 1988

SENATORE, M. X. & ZARANKIN, A. Leituras da sociedade moderna: cultura material, discursos e práticas. In: ZARANKIN, A. & SENATORE, M. X. (org.) **Arqueologia da Sociedade Moderna na América do Sul: cultura material, discursos e práticas**. Buenos Aires: Del Tiradente, pp. 5-18, 2002

SEVCENKO, N. **Orfeu extático na Metrópole: São Paulo, sociedade e cultura nos frementes anos 20**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992

SEVCENKO, N. **Pindorama revisitada: cultura e sociedade em tempos de virada**. São Paulo: Editora Fundação Petrópolis, 2000

SHACKEL, P. **Culture Change and the New Technology: An Archaeology of the Early American Industrial Era**. Nova York: Plenum Publishing Corp, 1996

SHACKEL, P. **Personal Discipline and Material Culture: An Archaeology of Annapolis, Maryland, 1695-1870**. Knoxville, Tennessee: University of Tennessee Press, 1993

SHANKS, M.; PLATT, D. & RATHJE, W. L. The perfume of garbage: modernity and the archaeology. **Modernism/modernity**, v. 11, nº 1, 2004, pp. 61-83

SHEPARD, A. **Ceramics for the Archaeologist**. Washington DC: Carnegie Institution of Washington, 1985

SILLIMAN, S. W. Culture contact or colonialism? Challenges in the archaeology of native north America. **American Antiquity**, 70 (1), pp. 55-74, 2005

SILVA, F. A. As Tecnologias e seus Significados. **Canindé** - Revista do Museu de Arqueologia de Xingó, Sergipe, v. 2, 2002, pp. 119-138

SILVA, F. A. **As Tecnologias e seus significados: um estudo etnoarqueológico da cerâmica dos Asuriní do Xingu e da cestaria dos Kayapó-Xikrin do Catete**. Tese (Doutorado), FFLCH/USP, São Paulo, 2000

SILVA, H. C.; SOUZA, F. A. C.; SILVA, N. S. & HOTZA, D. Otimização de fórmulas de massas cerâmicas de faiança. **Cerâmica Industrial**, 14 (1), 2009, pp. 27-32

SILVA, V. M. A. **A regulação do mercado brasileiro de trigo**. São Paulo: Edusp, 1992

SILVA, W. R. **Estudo da impressão digital**. Curso Atualização p/ OPTEL. Datilog., 3 folhas, s/d

SINOPOLI, C. **Approaches to Archaeological Ceramics**. Kleuwe Academic / Plenum Publishing, 1992

SKIBO, J. **Pottery function. A use-alteration perspective**. Nova York: Plenum Press, 1992

SLEMIAN, A. & PIMENTA, J. P. G. **A corte e o mundo: uma história do ano em que a família real portuguesa chegou ao Brasil**. São Paulo: Alameda, 2008

SMITH, C. & WOBST, H. M. Decolonizing archaeology theory and practice. In: SMITH, C. & WOBST, H. M. (ed.) **Indigenous archaeologies. Decolonizing theory and practice**. Londres e Nova York: Routledge, pp. 3-16, 2005

SOUSA, A. C. **Fábrica de Pólvora e Vila Inhomirim: aspectos de dominação e resistência na paisagem e em espaços domésticos (século XIX)**. Dissertação (mestrado), FFLCH/USP, São Paulo, 1998

SOUTH, S. Historic site, content, structure, and function. **American Antiquity**, v. 44, nº 2, 1979, pp. 213-237

SOUTH, S. Method and theory in Historical Archaeology. **Historical Archaeology of Latin America**, 2, 1994, pp. 79-84

SOUZA, I. **O Missionário**. São Paulo: Ática, 1992

SOUZA, R. A. Da cerâmica ao plástico: arqueologia histórica das populações pescadoras do norte da Bahia. *No prelo.*

SOUZA, S. F. **A indústria cerâmica de Pedreira e seus impactos ambientais: subsídios para uma gestão ambiental pública**. Dissertação (mestrado) – IG/UNICAMP, Campinas, 2003

SPOONER, B. Tecelões e negociantes: a autenticidade de um tapete oriental. In: APPADURAI, A. (org.) **A vida material das coisas**. Niterói: Eduff, 2008, pp. 247-298

STANISLAWSKI, M. B. What good is a broken pot? An experiment in Hopi-Tewa Ethno-Archaeology. **Southwestern Lore**, Colorado Archaeological Society, v. 35, n° 1, 1969, pp. 11-18

STAROBINSKI, J. **1789: Os Emblemas da Razão**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989

STASKI, E. Living in cities: an introduction. **Historical Archaeology**, special publication, nº 5, 1999, pp. ix-xi

STELLE, L. J. **An archaeological guide to historic artifacts of the Upper Sangamon Basin, Central Illinois, USA**, 2001. Center for Social Research, Parkland College, Illinois, Chicago. Disponível em http://virtual.parkland.edu/lstelle1/len/archguide/documents/arcguide.htm, acessado em 05/08/2006

STRATTON, H. J. Technological development of the American Pottery Industry. **The Journal of Political Economy**, v. 40, nº 5, 1932, pp. 661-667

SULIVANN III, A. P. The Technology of Ceramic Reuse: Formation Processes and Archaeological Evidence. **World Archaeology**, v. 21, nº 1, Ceramic Technology, 1989, pp. 101-114

SUSSMAN, L. Changes in Pearlware Dinnerware, 1780-1830. **Historical Archaeology**, 11, 1977, pp. 105-111

SYMANSKI, L. C. **Espaço privado e vida material em Porto Alegre**. Porto Alegre: Edipucrs, 1998

SYMANSKI, L. C. P. Exposição e Isolamento: Práticas de Descarte de Refugo e Mudanças de Visão de Mundo em um Ambiente Rural - o Sítio Fazenda Camurugi (BA). **Revista de Divulgação Científica**, Goiânia, v. 4, p. 113-138, 2001

SYMANSKI, L. C. P. A Louça na Pesquisa Arqueológica: Possibilidades Analíticas e Interpretativas. In: TOCCHETTO, F. B.; SYMANSKI, L. C. P.; OZÓRIO, S. R.; OLIVEIRA, A. T. D.; CAPPELLETI, A. M. **A faiança fina em Porto Alegre: vestígios arqueológicos de uma cidade**. Porto Alegre: Secretaria Municipal de Cultura, 2001, pp. 135-160

SYMANSKI, L. C. P. Alocronismo y cultura material: Discursos de dominación y la utilización de los bienes materiales en la sociedad brasilera del siglo XIX. In: ZARANKIN, A. & ACUTO, F. (org.). **Sed Non Satiata II - acercamientos sociales en la arqueologia latinoamericana**. Córdoba: Encuentro Grupo Editor, 2009, pp. 255-275.

SYMANSKI, L. C. P. Grupos Domésticos, Comportamento de Consumo e Louças: o Caso do Solar Lopo Gonçalves. **Revista de História Regional**, Ponta Grossa, v. 2, n. 2, p. 81-120, 1997

SYMANSKI, L. C. P. Louças e Auto-Expressão em Regiões Centrais, Adjacentes e Periféricas do Brasil. In: ZARANKIN, A. & SENATORE, M. X. (Org.). **Arqueologia da Sociedade Moderna na América do Sul**. 1 ed. Buenos Aires: Ediciones del Tridente, 2002, v. 1, p. 31-62

SYMANSKI, L. C. P. Práticas econômicas e sociais no sertão cearense no século XIX: um olhar sobre a cultura material de grupos domésticos sertanejos. **Revista de Arqueologia**, 21, nº 2, pp. 73-96, 2008

TARLOW, S. Excavating Utopia: Why Archaeologists should study "ideal" communities of the nineteenth Century. **International Journal of Historical Archaeology**, v. 16, n. 4, p. 299-323, 2002

TAVOLARO, S. B. F. Existe uma modernidade brasileira? Reflexões em torno de um dilema sociológico brasileiro. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 20, nº 59, pp. 5-22

THERRIEN, M. Contextos de reflexión sobre las cerámicas arqueológicas de periodos históricos. **Arqueologia Histórica**, nº 4. Disponível em http://swadesh.iia.unam.mx, acessado em 18/06/2006

THERRIEN, M. Dandies en Bogotá: Industrias para la civilización y el Cambio, siglo XIX-XX. In: FUNARI, P. P. A & ZARANKIN, A. (org.) **Arqueología histórica en America del Sur: los desafíos del siglo XXI**. Bogotá: Uniandes, 2004, pp. 105-129

THERRIEN, M. **De fábrica a bairro. Urbanización y urbanidad en la Fábrica de Loza Bogotana**. Bogotá: Pontifícia Universidad Javeriana, 2007

THERRIEN, M. Introducción. In: THERRIEN, M. *et alli*. **Catálogo de cerámica colonial y republican de la Nueva Granada: producción local y materiales foráneos**. Bogotá: Fundación de Investigación Arqueologicas Nacionales, Banco de La República Bogotá, 2002, pp. 12-18

THERRIEN, M.; JARAMILLO PACHECO, L. & SALAMANCA, M. F. Política cultural en la significación de la casa: contextos de reflexión sobre las cerámicas arqueológicas. **Revista de Arqueología Americana**, nº 22, 2003

THIESEN, B. **Fábrica, Identidade e Paisagem urbana: Arqueologia da Bopp Irmãos (1906-1924)**. Tese (Doutorado) - Pontifícia Universidade Católica, Porto Alegre, 2005

THOMPSON, E. P. **A formação da classe operária inglesa**, v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2004

THOMPSON, E. P. Tempo, disciplina de trabalho e capitalismo industrial. In: THOMPSON, E. P. **Costumes em Comum**. São Paulo: Cia das Letras, 1998, pp. 267-304

TIMELLINI, T. & CARANI, G. Limpabilidade e Higiene das Superfícies de Pavimentos e Revestimentos Cerâmicos. **Cerâmica Industrial**, 2 (5/6) Setembro/Dezembro, 1997, pp. 16-28

TOCCHETTO, F. B.; SYMANSKI, L. C. P.; OZÓRIO, S. R.; OLIVEIRA, A. T. D.; CAPPELLETI, A. M. **A faiança fina em Porto Alegre: vestígios arqueológicos de uma cidade**. Porto Alegre: Secretaria Municipal de Cultura, 2001

TOPIN, A. J. Bow Porcelain: some recent excavations on the site of the Factory. **The Burlington Magazine for Connoisseurs**, v. 40, nº 230, pp. 224+228-230+233, 1922

TSCHUDI, J. J. **Viagem às Províncias do Rio de Janeiro e São Paulo (1857-1866)**. São Paulo, Martins Editora, 1953

VAN DER LEEUW. S. Giving the potter a choice. In: LEMONNIER, P. (Ed.). **Technological choices: transformation in material cultures since the Neolithic**. London: Routledge, 1993, pp. 238-288.

VARGAS, M. **História da técnica e da tecnologia no Brasil**. São Paulo: UNESP, 1994

VASCONCELLOS, M. A. S. **Economia: micro e macro**. São Paulo: Atlas, 2002

VIALOU, D. Territoires et cultures préhistoriques: fonction identitaire de l'art rupestre. In: KERN, A. A. **Sociedades ibero-americanas*:* reflexões e pesquisas recentes**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000, pp. 381-396

VIANA, S. A. A cerâmica de Varginha (MT): aspectos tecno-morfológicos. **Revista** do **Museu de Arqueologia** e Etnologia, São Paulo, 2003, pp. 175-205.

VICHNEWSKI, H. T. **As Indústrias Matarazzo no interior paulista: Arquitetura Fabril e Patrimônio Industrial (1920-1960)**. Dissertação (Mestrado), UNICAMP, Campinas, 2004

VILAR, D. D. **Água aos cântaros - os reservatórios da Cantareira: um estudo de Arqueologia Industrial**. Tese (Doutorado), MAE-USP, 2007

VILLAGRÁN, X. S. **Análise de arqueofácies na camada preta do Sambaqui Jaboticabeiro II**. Dissertação (mestrado), MAE/USP, São Paulo, 2008

WALLE, P. **État de São Paulo.** Paris: Guilmoto, 1912

WARNIER, J.-P. **Construir a cultura material. O homem que pensava com seus dedos**. Paris: Presses Universitaires de France, 1999

WATNEY, B. M. Excavations at the Longton Hall porcelain manufactory. Part III: the porcelain and other ceramic finds. **Post-Medieval Archaeology**, 27, pp. 57-109, 1993

Webb e Frankel 1999

WEINSTEIN, B. **(Re)Formação da classe trabalhadora no Brasil (1920-1964)**. São Paulo: Cortez, 2000

WHETERBEE, J. **A Second Look at White Ironstone**. Iowa: Wallace-Homestead Book Co., 1985

WHITE, H. Teoria literária e escrita da história. **Estudos Históricos**, Rio de janeiro, v. 7, nº 13, 1991, pp. 21-48.

WIESSNER, P. Is there a unity to style? In the uses of style in Archaeology. CONKEY, M. W. & HASTORF, C. A. (ed.) **The uses of style in Archaeology**. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 105-112, 1990

WIESSNER, P. The vines of complexity: egalitarian structures and the institucionalization of inequality among the Enga. **Current Anthropology**, v. 43, nº 2, pp. 233-270, 2002

WILK, R. Consumer goods as dialog about development: colonial time and television time in Belize. In: FRIEDMAN, J. (org.) **Consumption and Identity**. Singapore: Harwood Academic Publishers, 1994, pp. 98-118

WILK, R. R. Toward an Archaeology of needs. In: SCHIFFER, M. B. (org.) **Anthropological Perspectives on Technology**. Albuquerque: University of New Mexico Press, 2001, pp. 105-122

WILLIAMS, R. **Campo e a cidade: na história e na literatura**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989

WISSENBACH, M. C. C. A mercantilização da magia na urbanização de São Paulo. **Revista de História**, USP, São Paulo, nº 150, 2004

WOOLF, V. **Objetos sólidos**. São Paulo: Siciliano, 1992

WOOLLISCROFT, P. Flora Ceramica. Botanical and floral designs on Spode ceramics up to 1833 which take inspiration from illustration in Curt's Botanical Magazine. **Royal Botanic Gardens**, Kew, 2002, pp. 183-213

WORTHY, L. H. Classification and interpretation of late nineteenth- and early twentieth-century ceramics. In: DICKENS Jr., R. S. (Ed.) **Archaeology of Urban America: the search for pattern and process**. Nova York: Academic Press, pp. 329-360, 1982

WURST, L. & McGUIRE, R. H. Immaculate consumption: a critique of "shop till you drop" school of human behavior. **International Journal of Historical Archaeology**, v. 3, nº 3, pp. 191-199, 1999

WÜST, I. Etnicidade e tradições ceramistas: algumas reflexões a partir das antigas aldeias Bororo do Mato Grosso. **Revista de Arqueologia e Etnologia**, USP, São Paulo, pp. 303-317, 1999

ZANETTINI ARQUEOLGIA. **Prospecções e resgate arqueológico do sítio Petybon – Relatório Fina**l. São Paulo: Zanettini Arqueologia, 2003

ZANETTINI ARQUEOLOGIA. **Oficina de Capacitação em Arqueologia. Lapa-PR**. São Paulo: Zanettini Arqueologia, 2008

ZANETTINI ARQUEOLOGIA. Programa de prospecção e resgate arqueológico Quadra 090, setor 008 (Perímetro Nova Luz), Município de São Paulo, SP.

ZANETTINI ARQUEOLOGIA. **Prospecções e resgate arqueológico do sítio Petybon - relatório final.** São Paulo: Zanettini Arqueologia, 2003

ZANETTINI ARQUEOLOGIA. **Termo de conclusão das atividades de Campo. Programa de Prospecções Arqueológicas: terreno do Instituto Bom Pastor, Bairro do Ipiranga, Município de São Paulo**. São Paulo: Zanettini Arqueologia, 2005

ZANETTINI, P. E. & MORAES, C. A. Contribuição Para a Discussão em Torno da Cerâmica Neobrasileira: algumas reflexões sobre a louça produzida na Capitania de São Paulo entre os séculos XVII e XIX. **XIII Congresso da Sociedade de Arqueologia Brasileira**, Campo Grande, 2005.

ZANETTINI, P. E. **Maloqueiros e seus palácios de barro: o cotidiano doméstico da Casa Bandeirista**. Tese (doutorado), MAE/USP, São Paulo, 2005

ZANETTINI, P. E. O arqueólogo na cidade. **Expedição São Paulo 450 anos: uma viagem por dentro da metrópole**. São Paulo: Museu da Cidade, 2004, pp. 151-154

ZANETTINI, P. E. Pequeno roteiro para a classificação de louças obtidas em pesquisas arqueológicas de sítios históricos. **Arqueologia**, v. 5, Curitiba, pp. 117-130, 1986

ZARANKIN & SENATORE, M. X. **Historias de un pasado en blanco: arqueologia histórica antártica**. Belo Horizonte: Argumentum, 2007

ZARANKIN, A. & SENATORE, M. X. Archaeology in Antarctica: nineteenth-century capitalism expansion strategies. **International Journal of Historical Archaeology**, 2005, pp. 43-56

ZARANKIN, A. & SENATORE, M. X. Arqueología Histórica y expansion capitalista. Prácticas cotidianas y grupos operários en la peninsula Byers, Isla Livington, Shetland del sur. In: In: ZARANKIN, A. & ACUTO, F. **Sed Non Satiata: Teoría Social en la Arqueología Latinoamericana Contemporánea.** Buenos Aires: Tiradente, 1999, pp. 141-188

ZARANKIN, A. Arqueología Histórica Urbana em Santa Fe la Vieja: el final del principio. **Historical Archaeology of Latin America**, 10, 1995

ZARANKIN, A. Arqueología Urbana: hacia el desarollo de uma nueva especialidad. **Historical Archaeology of Latin America**, 2, 1994, pp. 31-40

ZARANKIN, A. **Paredes que domesticam: arqueologia da arquitetura escolar capitalista**. Campinas: Unicamp, 2002

ANEXO 1

ARQUEOMETRIA NAS LOUÇAS EM FAIANÇA FINA DO SÍTIO PETYBON

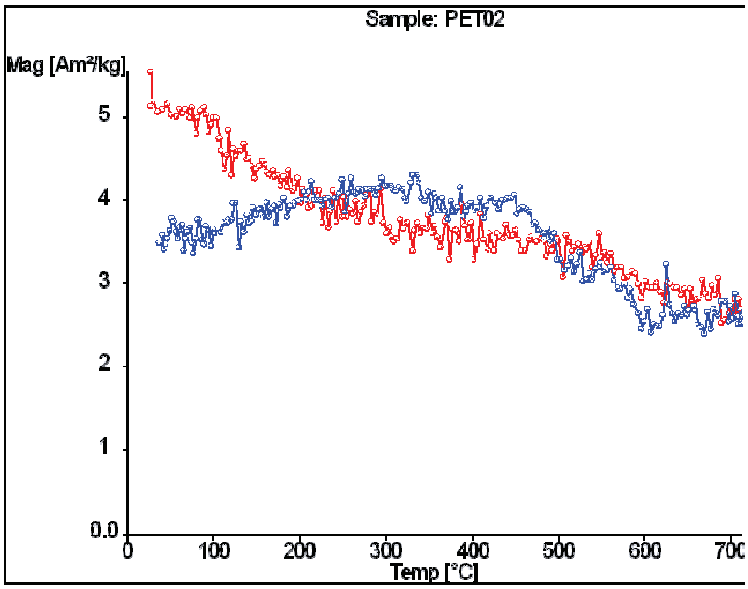
Durante as análises do material resgatado no sítio arqueológico Petybon, algumas de suas peças foram submetidas a análises arqueométricas, a saber: primeiramente, à cargo do doutorando Prof. Ms. Gelvam Hartmann, do Departamento de Geofísica do Instituto de Astronomia e Geofísica (IAG) da Universidade de São Paulo (USP), que vêm conduzindo estudo devotado ao refinamento de datações por meio do arqueomagnetismo, tendo em vista sua aplicação na arqueologia brasileira; e, depois, pelo Prof. Dr. Carlos Appoloni e pelo Bel. Wislley Dueli da Silva, aluno de Iniciação Científica do 4º ano do Bacharelado em Física, do Grupo de Física Nuclear Aplicada (GFNA) do Departamento de Física do Centro de Ciências Exatas da Universidade Estadual de Londrina (UEL).

Quanto ao primeiro caso, foram analisadas duas amostras (uma xícara, tipo 1, universo 3, no biscoito e uma xícara, tipo 1, vidrada, universo 3, com marca tipo 2) dentro do escopo do arqueomagnetismo. Uma das vantagens desse método é a possibilidade de utilização de materiais recorrentes em sítios arqueológicos históricos, tais como telhas, lajotas e tijolos, além da possibilidade de datação de materiais recentes (ainda bastante problemática, especialmente por nos pautarmos em datações relativas. Outras datações existentes, como o Carbono 14 não englobam datas tão próximas ou mesmo a TL que, apesar de em muitos contextos ser útil, sua margem de erro é muito grande quando pensamos no período histórico, pois $\pm$ 70 pode fazer com que o sítio recue para datas impossíveis ou mesmo vá para o futuro!). A idéia era, já que o sítio Petybon possui uma data pautada em documentos escritos, perceber se através do arqueomagnetismo era possível chegar a uma data semelhante e se era possível utilizar a cerâmica branca para tal.

Foi realizada uma curva termomagnética, uma medida de suscetibilidade magnética em função da temperatura, a qual indica se o material analisado contém algum conteúdo de minerais ferromagnéticos, são responsáveis por adquirir a magnetização. As curvas termomagnéticas foram realizadas em ar com o suscetômetro Kappabridge KLY-4S acoplado ao módulo de aquecimento CS-3 (Agico Inc.). Cada amostra de pó foi submetida a curvas de aquecimento e resfriamento em altas temperaturas (de 40ºC a 700ºC). As curvas de aquecimento e resfriamento foram realizadas em ar (ao invés de usar com atmosfera de argônio) porque em cerâmicas o aquecimento em ar indica o real comportamento dos minerais magnéticos em relação ao aquecimento original do material cerâmico. O processo

de aquecimento e resfriamento em ar pode revelar características sobre as temperaturas de queima à qual a argila do fragmento foi submetida no momento de sua produção, sobre reutilizações do material em várias queimas (como panelas) ou sobre possibilidades de que o material tenha sofrido outras queimas (como incêndios).

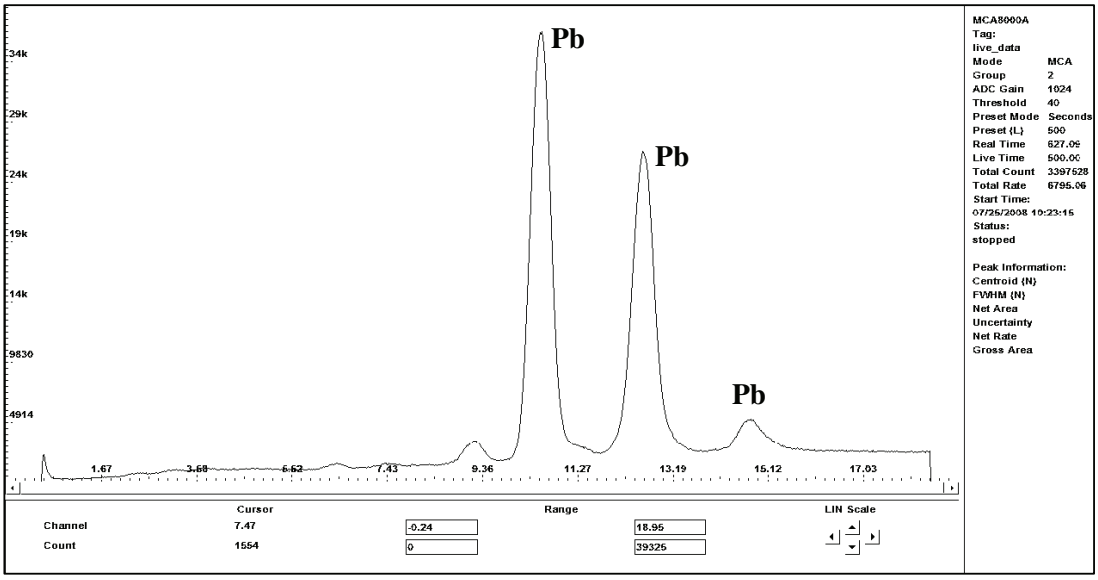
Entretanto, a curva termomagnética indicou que praticamente não há material magnético nas louças (tendo em vista o uso do caulim, argila branca), impossibilitando o uso da cerâmica branca para o arqueomagnetismo. No gráfico abaixo, a curva em vermelho indica o aquecimento do material e a curva em azul indica o resfriamento do material. O sinal medido está no nível de ruído do equipamento (um sinal muito baixo) indicando que este material não é adequado para as medidas de paleointensidade devido ao baixo conteúdo magnético.



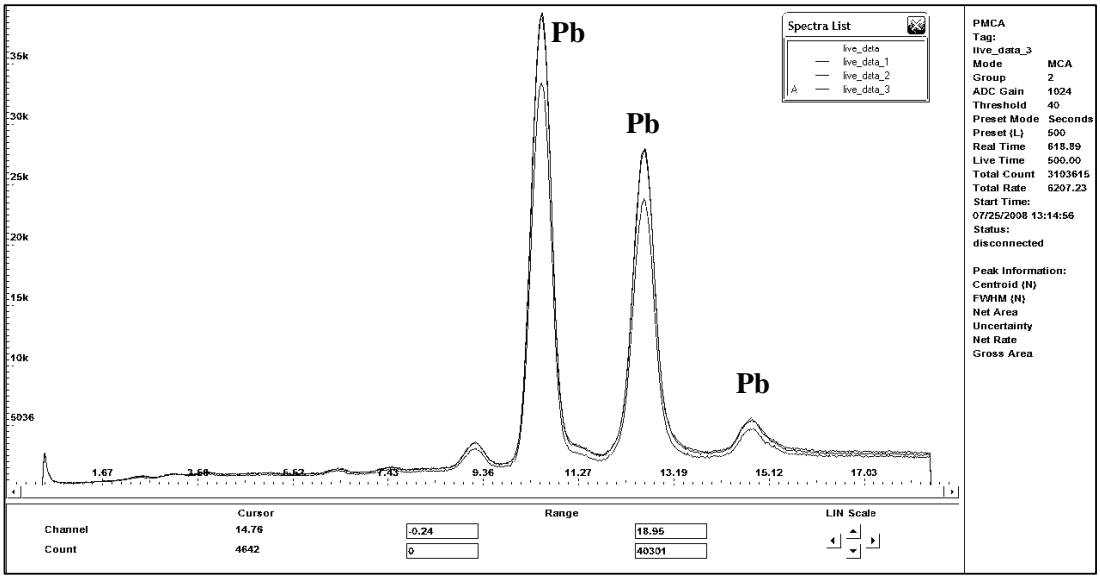
Quanto à segunda análise arqueométrica, a idéia era averiguar a composição de vidrados e pastas, já que uma análise puramente estética classificaria as louças da Fábrica Santa Catharina como *pearlware*, como me referi no sub-capítulo 2.2.3, devido ao azulado do vidrado. Selecionei para tal, louças vidradas, com marca ou não, cujas colorações eram visualmente diferentes, com tons amarelados, ou com ou sem o azulado nas áreas de acúmulo de vidrado. As amostras constituíram-se das peças SP-3075, SP-3467, SP-2774 e SP-2697.

As peças foram analisadas apenas com o software de aquisição de dados (PMCA), e os resultaram foram mais que interessantes, uma vez que contradisseram toda análise baseada

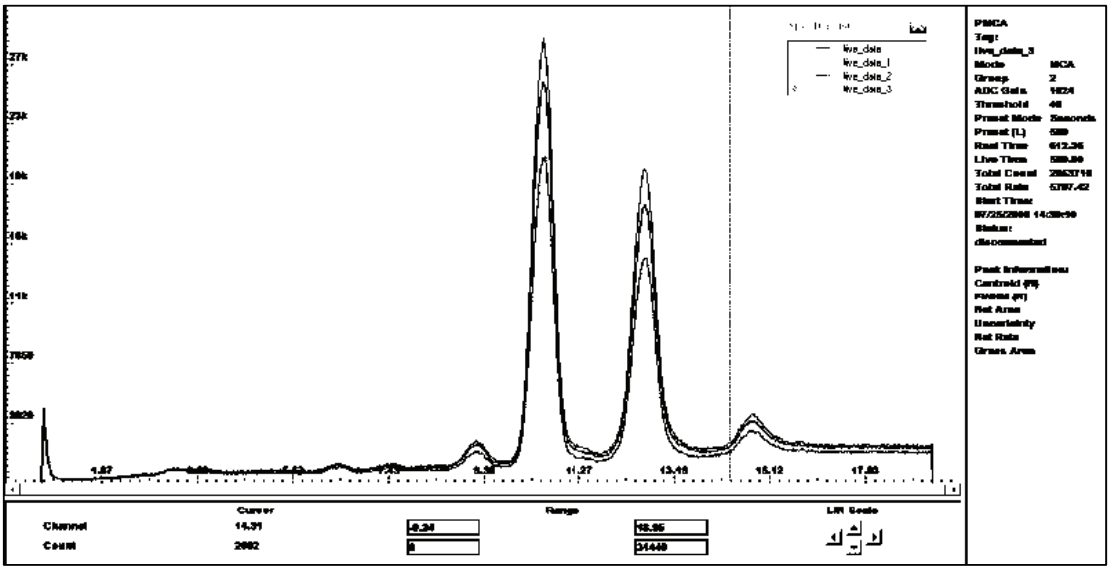
na estética do vidrado, ao menos para estas louças brasileiras, uma vez que o azulado nos locais de acúmulo nada tinha de Cobalto (Co), que teoricamente caracterizaria um *pearlware*. Ficaram claros os picos de Chumbo (Pb). Um dos espectros foi propositalmente medido sobre a região da marca da Fábrica, tipo 1 (o triângulo azul), mas mesmo assim o resultado foi semelhante aos outros. Os gráficos abaixo contêm os resultados:



SP2774E1 – Medida da amostra SP2774 na parte esmaltada ponto número 1



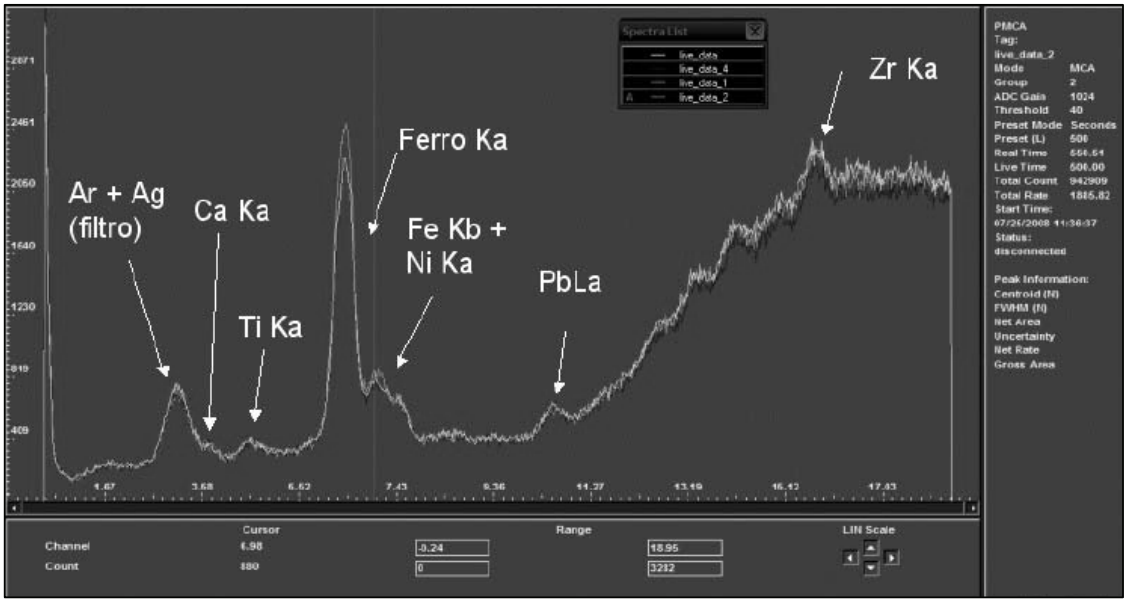
Comparação dos três espectros da amostra SP2697, lado convexo esmaltado



Comparação entre as três medidas realizadas no lado convexo esmaltado – SP 3167E3

A análise dos vidrados, de uma maneira ou outra, acabou não corroborando a bibliografia e a classificação das faianças finas utilizadas no Brasil, vindas dos EUA e Inglaterra, já que se esteticamente os vidrados destas louças se assemelham ao *pearlware*, na análise da composição se assemelham ao *creamware*. Se não corroborou estas classificações, ainda apontou para o fato de que, se já são duvidosas para a análise de faianças finas estrangeiras, para as brasileiras são quase inaplicáveis e devem ser vistas com parcimônia. Vai de encontro também a idéia de que, longe de serem "cópias mal feitas", as louças brasileiras possuem originalidade local que vai muito além do simples uso de matérias-primas nacionais.

Quanto à análise das pastas, a idéia era perceber se houve ou não alguma mudança na composição das faianças finas da época da Santa Catharina (1913-1926) para a IRFM (1927-1937); por isso, as amostras compuseram-se de exemplares com marcas, cuja identificação temporal seria mais fácil. Na análise qualitativa dos espectros pelo software PMCA da Amptek, as louças apresentam os elementos esperados para um artefato cerâmico.



Medida da amostra SP3075 - sobreposição para comparação dos três espectros da amostra SP3075

O biscoito apresenta os elementos esperados para uma pasta cerâmica. A linha de Pb ainda precisa ser verificada. O Ni é do sistema de detecção, não é da amostra. O Ar (argônio) é do ar. Como o anodo do tubo de raios-X e o filtro são de Ag, estas linhas também podem aparecer.

Uma análise mais refinada das pastas foi realizada com o software AXIL, da IAEA. As cerâmicas pertencentes a primeira fase da fábrica contêm muito óxido de Fe, mas também um pouco de Ca, Ti e Zr. As amostras que eram biscoitos apresentaram uma pequena contaminação de Pb, talvez resíduo de vidrado de outras peças. Já para as louças da fase dos Matarazzo, a pasta das cerâmicas parece estar caracterizada pela presença Ca, Ti, Mn, Fe e Zr. Existe, portanto, uma diferença identificada pela presença de Manganês.

Como os óxidos de Fe (além de Si, que não foi medido) são os compostos majoritários da argila, poder-se-ia comparar estas razões das pastas cerâmicas das amostras analisadas com razões para solos ou para argilas comuns e verificar se a quantidade relativa de Ca e de Ti é muito maior (ou não), o que possibilitaria concluir com alguma segurança se foi adicionado algum opacificante à base destes elementos na pasta cerâmica. A tabela abaixo apresenta a comparação entre as amostras.

RAZÃO entre contagens	**AMOSTRA**			
	SP3075 Biscoito	SP3167P	SP2697P	SP2774P
K/Fe	0	0	0,13	0
Ca/Fe	0,015	0,089	0,086	0,13
Ti/Fe	0,016	0,078	0,062	0,078
Zr/Fe	0,040	0,32	0	0
Mn/Fe	0	0,18	0	0
Fe (contagens)	197.568	21.864	31.273	17.692