

Semiótica das cidades e suas práticas cotidianas: um olhar sobre o espaço urbano de Pelotas através da mídia impressa no início do século xx¹

Fabiane Villela Marroni²
PPGL | UCPel

Resumo: Mudanças nos valores e costumes da população burguesa europeia, no final do século XIX e início do século XX, foram logo assimiladas no Brasil. Uma visão de mundo, que se enunciava com marcas de um *outra*, em um período eufórico, num discurso de modernidade, de mudanças no modo de vida da sociedade. Ideias de progresso e civilização divulgadas pela imprensa e ancoradas em sua *Belle Époque*. Este artigo tem como objetivo um estudo da mídia impressa em Pelotas no início do século XX, para analisar o processo de transformação da cidade – do seu espaço urbano e de suas práticas cotidianas – utilizando, como base teórica e metodológica, a teoria da semiótica discursiva.

¹ Este artigo recupera uma discussão realizada na tese de doutorado (PPGCS:PUC-SP), intitulada “Pelotas (re)vista: a *Belle Époque* da cidade através da mídia impressa”, sob orientação de Ana Claudia de Oliveira. Originalmente, o artigo, em sua íntegra, foi publicado no livro *Semiótica nas práticas sociais: comunicação, artes e educação* de FECHINE, Yvana, CASTILHO, Kathia, REBOUÇAS, Moema e ALBUQUERQUE, Mariana. São Paulo: Estação das letras e cores, 2014.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Católica de Pelotas.

Palavras-chave: semiótica discursiva; mídia impressa; Pelotas; extremo sul do Brasil.

Title: The Semiotics of the cities and its daily practices: a look over the urban space in Pelotas through the press media in the beginning of the 20th century

Abstract: By the end of the 19th century and beginning of 20th century, the changes on values and habits of the European bourgeois people were soon assimilated in Brazil. A world view that had been announced with marks of *another*, during a euphoric period, within a modernity discourse, and within changes on the way of living of the society. Ideas of progress and civilization disseminated by the press and anchored by the *Belle Époque*. This paper aims at studying the press media in Pelotas in the beginning of the 20th century to analyze the process of the town's transformation – from its urban space to its daily practices – using, as methodological and theoretical foundation, the discursive semiotic theory.

Keywords: discursive semiotic; press media; Pelotas; southern Brazil.

Introdução

A semiotização dos espaços urbanos, proposta por Ana Claudia de Oliveira³, ajuda-nos a pensar o processo de urbanização de Pelotas no início do século xx, uma das cidades mais antigas e prósperas do estado do Rio Grande do Sul. Ao lançar outro olhar para esta cidade, somos envolvidos por diversos aspectos: das “vitrinas” das lojas, nas ruas, como reveladoras de valores, como “vitrinas” de modelos de desenvolvimento, urbanização e contemporaneidade. Pensar o processo de urbanização de Pelotas, a partir do referencial teórico da semiótica e das abordagens de Oliveira (1997, 2000), ajuda-nos a lançar um outro olhar para este espaço.

³ OLIVEIRA, A. C. *Vitrinas: acidentes estéticos da cotidianidade*. São Paulo: EDUC, 1997. 181p.; OLIVEIRA, A. C. A semiótica: uma outra prática do olhar na vida sócio-cultural. *Nexos. Revista de estudos de comunicação e educação*, São Paulo, n.3, p.7-12, ago.1998.; OLIVEIRA, A. C. Expressionismo como modo de vida e moda. In: GUINSBURG, J. *O expressionismo*. São Paulo: Perspectiva, 2002. p.543-605.

No século XIX, Pelotas caracterizava-se como um centro de expansão rural e econômica do Rio Grande do Sul. O seu rápido desenvolvimento não se deu por acaso, mas resultou de uma combinação de fatores sociais e de condições geográficas, especialmente no que se refere a sua localização às margens do Canal São Gonçalo, da Lagoa dos Patos e de inúmeros arroios que cortam suas terras. Entre o final do século XIX e início do século XX, Pelotas vivia seu apogeu cultural, característica de uma cidade que ainda se beneficiava com a riqueza gerada no ciclo do charque.

No auge da indústria saladeril, todo o dinheiro acumulado nos períodos de safra passou a ser gasto nos centros mais desenvolvidos. A capital da República, então Rio de Janeiro, no exterior, Paris ou, mais proximamente, Buenos Aires e Montevidéu, atraíam as pessoas de alto poder aquisitivo. O Rio de Janeiro, grande “arauto” dos acontecimentos nacionais e internacionais, divulgava, pelo país inteiro, uma gama diferenciada de publicações, com temas relevantes de interesse político, econômico, cultural e mundano. E o que se apresentava como “moderno” ou “novidade” copiava-se. Na época, os descendentes de charqueadores costumavam deslocar-se para as grandes capitais do centro do país. Também, as frequentes viagens desses jovens e suas famílias ao exterior e, em decorrência, as inúmeras visitas de estrangeiros à cidade, fizeram com que outros valores, principalmente europeus, se agregassem à cultura local, o que, aos poucos, foi dando forma e estilo a esta cidade.

As transformações do século XIX na Europa “serviam de exemplo” para a elite brasileira naquele tempo⁴. Needell (1993, p.67) coloca que o tema central da cultura desta elite baseava-se entre “recusa e evasão, pois nas mudanças da *Belle Époque* a elite celebrava não só o que era feito, mas também o que era desfeito”. Revendo o passado, ela (a elite) negava sua própria essência. Para *poder-ter* e *poder-ser* era preciso negar os valores vigentes em um país colonial atrasado. O progresso precisava “ser-visto” e a elite precisava ser “elite” e, para que isso acontecesse, deveria haver a

⁴ Para Needell, a elite carioca “incluía republicanos e abolicionistas, profissionais liberais e empresários, mas nenhum jacobino” (1993, p.41), este último caracterizado pelos nacionalistas.

dissociação dos valores ultrapassados para possibilitar a incorporação dos novos valores europeus.

A recusa e evasão aparecem como um *não-querer-ser* –, uma negação ao retrocesso e uma asserção ao progresso. Para *poder-ser* civilizado eram necessárias mudanças concretas, visíveis, que, de certa forma, anunciassem a chegada de um novo tempo. Era preciso negar o obscurantismo. Dando início a este percurso, uma das primeiras providências tomadas deu-se em relação ao próprio espaço urbano, com longas avenidas, parques e práticas relativas ao saneamento. O objetivo era mostrar aos seus destinatários – a própria comunidade brasileira, capitalistas e imigrantes europeus, o desenvolvimento e a prosperidade. O Rio de Janeiro podia ser comparado a uma grande “vitrine”. A cidade que exhibe para ser vista aos novos mercadores, que a fazem ser vista como exemplar da modernidade. Neste percurso, pode-se dizer que ocorreram programas de aquisição transitiva (de doação), em que se verifica a obtenção de objetos de valor (valores descritivos como longas avenidas, palacetes).

Vendia-se o Brasil, principalmente a capital da República, como uma “imagem”, segundo Needell, “à la européenne” (1993, p.70). No cenário da *Belle Époque* brasileira tem-se, também, um programa de aquisição reflexiva (de apropriação), em que o sujeito do fazer é o mesmo sujeito de estado. Neste último caso, ao mesmo tempo em que o país se modernizava, colocando-se como “vitrine” para os “outros”, a elite colhia os benefícios. Como explica Barros, sabe-se que “todo programa narrativo projeta um programa correlato; ou seja, o programa de doação corresponde, em outra perspectiva, ao programa de renúncia, da mesma forma que o programa de apropriação é concomitante ao programa de espoliação” (1988, p.33). Ficar disjunto do objeto de valor significaria atraso, retrocesso, renúncia ao progresso. Conforme Needell, “abraçar a Civilização significava deixar para trás aquilo que muitos, na elite carioca, viam como um passado colonial atrasado, e condenar os aspectos raciais e culturais da realidade carioca, que a elite associava àquele passado” (1993, p.70).

Ao estabelecer a comparação da capital da República com uma vitrina, pretende-se dizer que a cidade se mostrava e era vista por seus espaços, seu traçado urbano, pessoas, monumentos, prédios, casas comerciais. Oliveira afirma que a vitrina assinala “a natureza do lugar, com suas características e qualidades específicas, assim como os estilos de vida que singularizam os habitantes da região... são palcos nos quais se encenam os *modi vivendi* da sociedade” (1997, p.25). O Rio de Janeiro queria ter um espaço condizente com os seus “novos” valores e, por isso, criou este espaço e adaptou-o ao seu novo estilo de vida.

O fato de se arrumar com outra imagem representava mais do que um estar “bem”, significava um assumir o seu *poder-ter* e o seu *poder-ser*. Oliveira caracteriza o “vitrinismo” como “um intricado palco de relações significantes, quer intra, quer intersistemas, que geram significados” (1997, p.15). Nesta perspectiva, a Europa (com seus prédios, monumentos, cultura, educação e costumes) tornou-se fonte dos valores da elite brasileira, um destinador-manipulador. Esse destinador estabeleceu um contrato fiduciário, com um fazer persuasivo do destinador – com seus modos de vida – e um fazer interpretativo – do crer e assumir ser verdadeiro – do destinatário-elite. Competencializados a partir da aceitação do contrato estabelecido, e já em terra tupiniquim, o destinatário *faz-ser*, na perspectiva de uma doação de valores modais que o levam a realizar um fazer-transformador. O destinador persuade pelo saber, que exerce uma manipulação por sedução no destinatário, desejoso e manipulado, e por tentação, em que o manipulador mostra o poder ao destinatário para fazer o que lhe propõe.

Toda a narrativa tem uma função polêmica, e a narrativa da *Belle Époque* não poderia ser diferente. A conjunção para um sujeito implica a disjunção para o outro. Todo este discurso da modernidade operado pela elite, entre outros aspectos, servia para “ocultar” a exclusão social, reafirmando seus interesses. Para Pesavento,

[...] ao mesmo tempo que o poder burguês se estruturava, consolidava-se política e administrativamente, criava instituições, difundia normas e valores, criava leis e pautava a conduta dos cidadãos, ocupava terras e erguia fábricas, remodelava cidades e

propunha novos moldes de educação, erguia-se, também uma outra República, a dos cortiços e dos porões superlotados, das longas jornadas de trabalho, das greves, dos botequins, das brigas de navalha, dos subalternos, enfim (1990, p.12).

Neste sentido, quem não pertencia ou não se achava em consonância com a elite entrava em processo de disjunção dos valores por ela aspirados e construídos nas transformações urbanas. O acesso aos prédios suntuosos, aos grandes espetáculos, era privilégio de poucos.

O modo de vida na *Belle Époque*, em Pelotas, mantendo-se as devidas proporções, não foi diferente. A elite queria, principalmente, estar e viver e, por consequência, mostrar-se tal como acontecia nas cidades “civilizadas”. Sabe-se da riqueza oriunda do ciclo do charque e, também, do período de “entressafra”, que se dava entre os meses de novembro a abril, quando a elite desfrutava dos bens aquinhoados no trabalho das charqueadas. De acordo com Magalhães,

[...] como o trabalho, bem organizado, era feito nas charqueadas apenas de novembro a abril, por um grande número de escravos (80 em média), nos intervalos desenvolveu-se o lazer. Passaram os charqueadores a morar na cidade, enriquecendo-a e enriquecendo-se de uma vida social intensa (1993, p.53).

Em decorrência, o espaço urbano precisou passar por visíveis modificações no final do século XIX, buscando meios de atender à nova realidade. Ao tempo em que a elite “preparava a casa”, surgiu a necessidade de “celebrar” e criar bulevares sofisticados para o entretenimento da “sociedade”. Figuras como “rêdes completas de abastecimento d’água e de exgottos”, “perfeitos serviços de electricidade”, “theatro na altura de seu crescente progresso”, “hotel, em vasto e elegante predio, com os melhores requisitos de um estabelecimento modelo”, concretizam o tema da modernidade e do conforto, com certo requinte, marcado pela época. Neste texto, de caráter figurativo, é construído um simulacro de realidade, representando um mundo de outrora.



Figura 1: Fotografias que ilustram o Relatório Municipal de 1914. a) Vista da rua Marechal Floriano; b) Jardins da *Praça da República*; c) *Club Comercial*. Na euforia da modernidade e da renovação, o que era mostrado valorizava as vias bem cuidadas, com calçamento e trilhos de bondes, praças arborizadas e prédios suntuosos.

Não é pretensão nossa discutir, aqui, problemas relacionados à política interna e externa do país naquela *Belle Époque*, mas não se pode deixar de referir as grandes dificuldades que a nação enfrentava neste período. Nas primeiras páginas do “relatório da cidade”, Cypriano C. Barcellos escreve: “Apesar da crise economica que vae alcançando todas as zonas do paiz, com maior ou menor intensidade, não decresceu ainda o numero de contribuintes dos diversos § § do Orçamento, nem sua renda diminuiu ou oscillou de maneira a dispertar maiores receios” (1914, p.5). Então, apesar da crise que se abatia sobre a nação brasileira, Pelotas ainda podia dar-se o “luxo” de se manter “imune” a ela. Esta situação confortável assegurou-lhe um bom tempo de prosperidade, pelo menos até meados do século xx. A reconstrução do *Theatro Sete de Abril*, iniciada em 1915, foi um dos grandes acontecimentos da cultura local. Pelotas celebrava sua boa condição econômica e mostrava-se. A infinidade de cartões-postais da cidade, que circulava pelo mundo afora, difundia esta fase de opulência e de certa “jactância”. No período compreendido entre 1902 e 1920, pelo menos cinco grandes “casas” veiculavam imagens da cidade através de coleções de cartões-postais (Fig.2). Foram elas a *Livraria Americana*, as *Edições Meira* (com cartões numerados na sua primeira fase, e sem numeração em um segundo momento), *A Miscelânea*, com matriz em Porto Alegre e filial em Pelotas, a *Livraria Pelotense*, de Albino Isaacsson, e a *Casa Krahe*, que também passou por duas fases quanto a sua produção: – na primeira, exibia cartões em tons monocromáticos e, na segunda, cartões coloridos.



Figura 2: Cartões postais do início do século xx. Neles vêem-se os prédios luxuosos, a predominância de veículos – bonde puxado a burro, carroças, malhas viárias e, mais próximo à década de 1920, automóveis, iluminação elétrica, ruas calçadas, praças e jardins bem cuidados, – marcas de um tempo de euforia e modernidade, que caracterizava Pelotas neste período. A cidade mostrava-se através de seus cartões (Fonte: Acervo Eduardo Arriada).

Esta estruturação discursiva da cidade, moldada pela modificação do espaço urbano, com grandes obras de saneamento, edificações e por intensa atividade sociocultural, não fechava em si mesma. O fato de querer-mostrar as grandes mudanças pelas quais passava o país e, no caso, Pelotas, deixava mais do que evidente que seus destinadores, além de desfrutar o espaço construído, queriam se mostrar civilizados, dissociando-se de valores considerados primitivos ou ultrapassados. A mídia impressa, então, passou a construir as cenas discursivas em que Pelotas e sua elite eram os actantes.

Na primeira edição do livro *A cidade de Pelotas*, lançada em 1922, assinalando o centenário da Independência do Brasil, o sociólogo Fernando Osorio, um dos grandes historiadores locais, coloca as impressões sobre Pelotas, atribuídas a duas personalidades daquela época: o ministro Pedro Toledo e o naturalista e geólogo Herbert Smith.

De facto, impondo-se ao forasteiro, possui Pelotas, entre as cidades irmãs, especial e inconfundível individualidade que encanta, que educa e que atráhe. N'um jogo de palavras, reverenciou-a, de uma feita, o ministro Pedro Toledo: – Si ella, *em xadrez*, tem, regularmente, traçadas as suas ruas, *nesse xadrez se deixaria prender*, a seu gosto... Colhia, já em 1882, o naturalista e geólogo Herbert Smith, a sua impressão de, sobre as ruas de Pelotas, pairar “um ar de contentamento e prosperidade que penetra a gente”. E, surpreendido agradavelmente, testemunhava: “A cidade é bem traçada, com ruas largas e número extraordinário de bellos edificios publicos e particulares; alguns d'aquelles defrontam um grande largo, plantado com muito gosto de um parque ou jardim; aqui está igualmente o melhor hotel, e as ruas, esgalhando-se de ambos os lados, contêm as principaes casas de commercio. Admirou-me encontrar, n'uma cidade pequena como esta, armazens que fariam honra ao Rio de Janeiro, e ainda mais admirou-me o número delles. Algumas das vivendas são muito lindas e quem entra nellas depara disposições de gosto e mobilia excepçionaes no Brasil. Acham-se tambem pessoas agradaveis e inteligentes, das quaes poderia citar muitas de coração bondoso a prompta hospitalidade que sempre associarão *reminiscencias prazenteiras a Pelotas*, em meu espirito” (1922, p.150).

Como se pode ver, tal como aconteceu na Europa e nas grandes cidades do Brasil, Pelotas passou por significativas reformulações. Para iniciar este percurso, ou seja, para “civilizar”, mais do que mostrar à comunidade, e “viver”, era necessário deixar “marcas” no espaço urbano de acordo com padrões europeus, constituído como o simulacro de uma civilização próspera, que incorporava valores relativos à modernidade e inovação por dois caminhos: a capital da República – Rio de Janeiro e a Europa, principalmente Paris. E Osorio prossegue:

No momento de celebrar o Centenário da Pátria Livre, ganha a Cidade inteira um vivo ar de alvoroço e de gaudío. O actual Intendente – seguindo a róta dos antecessores que deixaram uma tão nobre tradição de operosidade e de amor pelo progresso, emprega as suas energias moças de realisador constante e o seu desinteresse pessoal e o seu amor pelotense ao brilho da phase nova por que Pelotas passa, - phase evidenciada na excellencia do calçamento, da illuminação, que se generalisa, da arborisação, (a falta de arvore já se não sente... “esposa do Sol que o adora”), no encanto dos jardins, na topographia das ruas rectas, hygienicas, no ar da nova edificação, como notas que impressionam, para logo, o advena, sentindo a vida nova nos electricos e automoveis que attestam a idéa da préssa e da energia; e cada arrabalde que surge, ao lado da própria cidade – a transbordar pelas varzeas – do Porto á Luz, da Costa á villa Simões Lopes e ao Fragata – é uma outra localidade, com a sua existencia florescente, congregando esforços para o futuro radioso de Pelotas (1922, p.150).

Na década de 1920, euforia e ufanismo podiam ser constatados em textos de livros, jornais e revistas. Na citação anterior, percebe-se uma isotopia semântica em relação a outros textos do início do século xx, em que há reiteração de figuras – “arborização, automóveis, edificações, pressa” – que remetem ao progresso, ao moderno, isto é, há uma iteração de semas ao longo de uma cadeia sintagmática. O fato de reencontrá-las faz com que haja a “permanência” de um efeito de sentido de realidade no discurso da elite, na *Belle Époque*. O enunciador utiliza as figuras do discurso para um *fazer-criar* do enunciatário, ou seja, para que este reconheça as “imagens do mundo” e, a partir de então, a verdade do discurso.

Nesta época, em Pelotas, tal como em todo o Brasil, começava a proliferar um comércio forte e diversificado para atender a demanda da burguesia, com produtos importados. Estabelecimentos financeiros, como bancos, eram instalados na cidade que se orgulhava de ter o seu *Banco Pelotense*, com inúmeras filiais em todo o país. A mudança era visível. Um município, predominantemente rural, tornara-se uma cidade “civilizada”, moderna. Além da urbanização, do transporte público, a moda foi fundamental para estabelecer um novo estilo de vida, um novo modo de ser e de se comportar socialmente, fazendo com que se exteriorizasse o requinte e a prosperidade. De acordo com Oliveira,

[...] se a moda é transitória, efêmera, e seu estabelecimento advém sempre de uma coisa nova que rompe com a moda anterior, o modo de vida é justamente o que se afirma a partir de hábitos, repetições, que tecem o sentido de uma permanência no tempo. Estruturações contrárias, a moda impõe mudanças no modo de vida, quebrando-o para impor sua transformação e impedi-lo de continuar como era antes; o modo de vida, por sua vez, constitui-se de cristalizações da moda que perdem o teor de novidade como marca transformacional característica, para ser incorporada à rotina como uso costumeiro, parte esperada da seqüência dos atos previstos (2002, p.567).

A moda era “vista” das mais variadas formas. Não se limitava, apenas, ao modo de vestir, às roupas expostas nas vitrinas ou estampada nos “figurinos vindos de Paris”, mas refletia-se no jeito de ser, de andar e de se comportar em diferentes situações. A moda provocava mudanças no cotidiano local. Desestabilizava. Rompia com um passado e impunha novos valores. Na sua permanência, a construção de um novo modo de vida. E esta nova moda ou modo novo de ser persuadia, tentava, seduzia.

Existem diversas formas de manipular destinatários para o novo, para o “atual”. O próprio espaço urbano tem um caráter de “vestimenta”. Em alguns casos, é a manifestação de um objeto modal “poder”. O sujeito precisa entrar em conjunção com o objeto de valor para poder ser visto. A conjunção do sujeito com objetos de “valor”, descritivos ou modais, é que o faz “ser”.



Figura 3: Publicidade da “Casa Clark”, de 1923, mostrada na revista *Ilustração Pelotense*. Na imagem, destaque para a mulher e para a família.

A moda era (e é) mais do que um novo estilo no vestir. Estar na moda era sentir-se admirado, distinguido; era beleza e elegância (feminina e masculina); era cuidado com as imperfeições; era adquirir produtos, de preferência importados, era um mostrar e ostentar um “poder-ter”. Ciente disso, a imprensa pelotense, principalmente os jornais, almanaques e revistas da cidade, encarregavam-se de divulgar as “mercadorias” recém chegadas, desde roupas, acessórios, ornamentos e perfumarias, até os mais variados objetos de consumo. *O Pelotense*, primeiro jornal da cidade, em 1851 já divulgava inúmeros “reclames” em suas páginas.

As editoras eram as grandes idealizadoras dos apelos publicitários e verdadeiros “arautos” dos acontecimentos sócio-político-culturais ou desportivos. Toda e qualquer transformação do espaço urbano, atividades

recreativas ou relacionadas à educação e cultura, viagens, casamentos e acontecimentos sociais ou esportivos precisava ser mostrado – era a ascensão da burguesia – todos queriam ser vistos; admirados, valorizados. Para Sodré,

[...] o desenvolvimento do país, marcado, exteriormente, pelo avanço da vida urbana, o crescimento da classe média e o esboço de burguesia que começava a se fazer sentir, permite a ampliação das atividades culturais ligadas à imprensa: o livro e o jornal (1966, p.237).

Landowski, em seu livro *A Sociedade Refletida*, destaca a problemática dos regimes de visibilidade e da sintaxe do “ver”, orientando a busca de estruturas elementares. Coloca que o “ver”

[...] não é *a priori* um termo definido. Mas ele apresenta uma vantagem imediata, que se vincula à natureza relacional daquilo a que se aplica. Como toda a estrutura de comunicação, a que designa o verbo *ver* implica a presença de ao menos dois protagonistas unidos por uma relação de pressuposição recíproca – um que *vê*, o outro que *é visto* – e entre os quais circula o próprio objeto da comunicação, no caso a *imagem* que um dos sujeitos proporciona de si mesmo àquele que se encontra em posição de recebê-la (1992, p.88-89).

Segundo o autor, para se ter as “condições de visibilidade” é necessário atribuir lugar aos dispositivos de “iluminação”, que permitem “ver”, e de procedimentos de “captação”, que garantem “ser vistos”, considerando os actantes já competencializados para o “ver”. A elite queria ser vista e vista como um modelo de modernidade.

Com o discurso da modernidade, criaram-se modas e modos de vida distintos, logo incorporados à cotidianidade no transcórrer dos anos oitocentos e início do século xx. Um tempo de euforia, de entusiasmo, que começou na Europa e se estendeu até Pelotas, no extremo sul do Brasil. Entre seus campos, a magia do progresso, e o que era lá, tornou-se aqui. No declínio das charqueadas e com a lenta adaptação do país às mudanças legais exigidas pelo regime republicano, muitos pelotenses faliram. E

assim, aquela moda passou como passou a euforia do devir. Apagaram-se as luzes da *Belle Époque*. Veio o presente, uma nova realidade que se fez a partir do passado, ou que o re-vive nos valores conservados. Nas ruínas de um passado de ostentação, a nostalgia do não vivido.

Referências

- BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria do discurso*. Fundamentos semióticos. São Paulo: Atual, 1988.
- LANDOWSKI, Eric. *A sociedade refletida*. Ensaios de sociosemiótica. Tradução Eduardo Brandão. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992. (Tradução do original *La société réfléchie*).
- MAGALHÃES, Mario Osorio. *Opulência e cultura na Província de São Pedro do Rio Grande do Sul: um estudo sobre a história de Pelotas (1860-1890)*. 2ed. Pelotas: Editora da Universidade Federal de Pelotas; Co-edição Livraria Mundial, 1993.
- MARRONI, Fabiane Villela. *Pelotas (re)vista: a Belle Époque da cidade através da mídia impressa*. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2008. 271p.
- NEEDELL, Jeffrey D. *Belle époque tropical*. Sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século. Tradução Celso Nogueira. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. 383p. (Tradução do Original *A tropical Belle Époque: elite culture and society in turn-of-the-century*, Rio de Janeiro).
- OLIVEIRA, Ana Claudia de. Expressionismo como modo de vida e moda. In: GUINSBURG, J. *O expressionismo*. São Paulo: Perspectiva, 2002. p.543-605.
- _____. *Vitrinas*. Acidentes estéticos da cotidianidade. São Paulo: EDUC, 1997.
- OSORIO, Fernando Luis. *A cidade de Pelotas*. Pelotas: Off. Typ do Diário Popular, 1922.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. *O cotidiano da república*. Porto Alegre: Ed. da Universidade/UFRGS, 1990. (Síntese Rio-Grandense, 3).
- RELATÓRIO CONSELHO MUNICIPAL. Relatório apresentado ao Conselho Municipal pelo Intendente Engenheiro Cypriano Corrêa Barcellos, em 20 de setembro de 1914. Pelotas, 1914.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *A história da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1966. (Coleção Retratos do Brasil, V.51).