



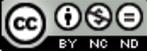
OS HOTÉIS NO ALMANACH DE PELOTAS: ANÁLISE DE SEUS ANÚNCIOSⁱ

HOTELS IN THE ALMANACH DE PELOTAS: ANALYSIS OF THEIR ADVERTISEMENTS

Eduardo Silva Curtinaz - UFPel*¹

Renata Duarte – UFPel*²

Dalila Müller – UFPel*³

Palavras-Chave	Resumo
<p>História da Hotelaria. Almanaques. Anúncios. Pelotas.</p> <div data-bbox="153 1167 389 1424" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"><p>ISSN 2594-8407</p><p>Licenciada por <i>Creative Commons</i> Atribuição Não Comercial/Sem Derivações / 4.0/</p></div>	<p>As pesquisas sobre a história da hotelaria pelotense têm se desenvolvido a partir de múltiplas fontes, possibilitando, igualmente, a compreensão da própria história de Pelotas. Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo identificar e catalogar os anúncios presentes nas edições do Almanach de Pelotas dos anos de 1913 a 1935 que se referem aos hotéis. Dessa forma, organizou-se em tabela os hotéis que se fizeram presentes nas edições do almanaque e quantas vezes esses utilizaram os anúncios para se promoverem, constatando-se a ocorrência de 7 hotéis. A partir disso, realizou-se uma análise sobre as características dos anúncios, constatando similaridades nos utilizados por hotéis maiores, como a presença de imagens e composição de página inteira; já os menores apresentando reclames menores. Em razão disso, é possível concluir que o uso de anúncios em almanaques por muito tempo funcionou enquanto uma importante forma de promoção dos hotéis pelotenses e também da cidade de Pelotas, que se queria moderna.</p>



Keywords	Abstract
<p><i>Hotel History.</i> <i>Almanac.</i> <i>Advertisement.</i> <i>Pelotas.</i></p> <div data-bbox="150 712 399 1066" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>Submetido em: 04/02/2022</p><p>Aprovado em: 03/05/2022</p><p>Publicado em: 09/06/2022</p><p>Editor: Izac Bonfim</p></div>	<p><i>Research on the history of the hotels in Pelotas has been developed from multiple sources, also enabling an understanding of the history of Pelotas itself. In this sense, this article aims to identify and catalog the advertisements present in the editions of Almanach de Pelotas from the years 1913 to 1935 that refer to hotels. In this way, the hotels that were present in the editions of the almanac were organized in a table and how many times they used the advertisements to promote themselves, noting the occurrence of 7 hotels. From this, an analysis was carried out on the characteristics of the advertisements, noting similarities in those used by larger hotels, such as the presence of images and full-page composition; the smaller ones presenting smaller claims. As a result, it is possible to conclude that the use of ads in almanacs for a long time worked as an important form of promotion to Pelotas hotels and also the city of Pelotas, which wanted to be modern.</i></p>

<p>Como Citar: Curtinaz, E. S., Duarte, R., Müller, D. (2022). Os hotéis no Almanach Pelotas: análise de seus anúncios. . <i>Ateliê do Turismo</i>. Campo Grande – MS, (6)2, , 187-205, jul-dez</p>
--



INTRODUÇÃO

Os estudos desenvolvidos sobre a história da hotelaria na cidade de Pelotas têm possibilitado também a compreensão da história da própria cidade, visto que, por muito tempo, segundo Müller (2004), tais estabelecimentos foram, além de espaços de hospedagem, palco da vida social e das dinâmicas culturais de Pelotas, pois recebiam diversos acontecimentos, desde familiares, como festas de aniversário, de noivado, batizados; sociais, como banquetes, apresentações musicais e artísticas, jogos, conversas informais; até políticos, como organização de partidos políticos e associações.

Dessa forma, a continuidade de pesquisas que envolvam essa temática torna-se essencial no processo de auxílio para traçar a trajetória dos hotéis ao longo dos anos, bem como suas relações com aspectos sócio-histórico-culturais que envolveram a cidade no passar das décadas, como pode ser observado nos estudos de Müller (2004), Teixeira (2018), Quintana (2016; 2019) e Duarte (2021).

Diferentes fontes vêm sendo utilizadas para a escrita da história da hotelaria na cidade de Pelotas, como a imprensa diária, inventários e testamentos, registros de casamentos, nascimentos e óbitos, listas telefônicas, processos trabalhistas, processos crime, narrativas orais e, também, almanaques, sejam eles nacionais, como o Almanak Laemmert, ou locais, como o Almanach de Pelotas, sendo esse último utilizado como fonte para esta pesquisa.

Os almanaques são importantes fontes de pesquisa pois, segundo Lima (2015, p. 29), eles são “publicações voltadas ao coletivo, cujo conteúdo, então, tem a capacidade de expressar a vida naquela sociedade”, sendo um suporte de memória, representando o período que circularam. Lima (2015) destaca que, através dos almanaques, é possível demonstrar aspectos da economia da cidade, dos hábitos, costumes e atividades dos cidadãos de um segmento social.

Especificamente sobre o Almanach de Pelotas, Lima (2015, p. 83) afirma, a partir da análise de seus prefácios, que o maior objetivo de sua publicação era “promulgar o progresso da cidade, o trabalho e os grandes feitos de seus cidadãos.”

Os almanaques foram os primeiros meios de publicidade para comunicação de massa, sendo a publicidade sua ideia inicial (Park, 1999 citado por Lima, 2015). Os anúncios foram importantes financiadores dos almanaques, viabilizando a publicação dos mesmos.

Os anúncios estavam presentes em grande quantidade dos almanaques do início do século XX, característica também observada por Lima (2015) nos Almanachs de Pelotas que, nas suas 23 edições, contou com 4.107 anúncios, uma média de 179 anúncios por ano, demonstrando a existência de uma oferta e demanda destes produtos e serviços.

Para a presente pesquisa foi realizada uma análise documental quanti-qualitativa dos anúncios dos hotéis pelotenses presentes nas edições do Almanach de Pelotas dos anos de 1913 a 1935, digitalizados e disponíveis no acervo do projeto de pesquisa



“Hotelaria em Pelotas: histórias a partir de diferentes fontes”, do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Pelotas.

Lima (2015) identificou a presença de 53 anúncios de hotéis nas 23 edições do Almanach, porém, em função do fechamento das instituições de pesquisa decorrentes da pandemia do Covid19, utiliza-se, para este trabalho, as edições digitalizadas e presentes no acervo do projeto, quais sejam os exemplares dos anos 1913, 1915, 1916, 1917, 1919, 1921, 1923, 1925, 1927, 1929, 1931, 1935, totalizando 12 almanaques pesquisados, que veicularam 25 anúncios de hotéis, que serão analisados a seguir.

Segundo Cellard (2012), o processo de análise documental deve-se iniciar com uma etapa anterior de análise preliminar dos documentos, tendo em vista cinco dimensões: o contexto no qual houve a produção do documento; os interesses dos autores (o pesquisador e os do documento); a autenticidade e a qualidade do documento em questão; e, por fim, a delimitação do sentido tanto dos conceitos como das palavras. Posteriormente, deve-se realizar uma interpretação que seja coerente com os aspectos e objetivos do estudo.

Os Almanachs de Pelotas foram consultados, sistematicamente, buscando identificar os anúncios dos hotéis. Identificados os anúncios, os mesmos foram copiados em arquivo constando sua imagem, a referência completa do almanaque e a página (quando existe), procedendo-se à análise, tanto de forma quantitativa quanto qualitativa.

Tal análise foi realizada a partir da identificação da presença dos anúncios, seguindo para o seu conteúdo aspectos como: o tamanho da publicação e a sua dimensão (folha inteira ou não); presença ou não de outro anúncio na mesma página; se possuía fotografia, sendo ela da fachada ou de alguma dependência do hotel, ou somente texto; se possuía identificação da localização, nome dos proprietários e os serviços ofertados; e quais outras informações constavam.

No decorrer da pesquisa foram encontrados anúncios de sete hotéis, sendo eles: Hotel Aliança, Hotel Grindler, Grande Hotel, Hotel Rio Branco, Hotel Gotuzzo, Hotel Lagache e, igualmente, o Gran Hotel Colón, empreendimento hoteleiro internacional localizado em Montevideú, no Uruguai.

Os hotéis fizeram parte do contexto pelotense a partir da década de 1840. Com o fim da Revolução Farroupilha, a cidade de Pelotas retoma seu desenvolvimento econômico, sociocultural, político e urbano, com a reativação das charqueadas, instalação de fábricas, casas comerciais e de hospedagem, abertura de associações e novos espaços de lazer, circulação de jornais. A atividade charqueadora se intensifica na segunda metade do século XIX. Assim, nota-se que com a característica de cidade saladeiril, a história da hotelaria em Pelotas também tem seu início e desenvolvimento baseado no ciclo do charque. De acordo com Müller (2004), a hotelaria pelotense passou a se desenvolver de forma mais intensa ao longo do final do século XIX e início do século XX em razão da atividade charqueadora na cidade, bem como com o estabelecimento de uma elite relacionada ao charque.



Desse modo, o objetivo deste artigo consiste em analisar, através dos anúncios presentes nas edições do Almanach de Pelotas dos anos de 1913 a 1935, os aspectos dos hotéis pelotenses destacados nos mesmos. Inicialmente busca-se identificar os hotéis, os anos e o número de vezes que são anunciados nos almanaques, bem como o tamanho dos anúncios e o uso ou não de fotografias e imagens.

BREVES NOTAS SOBRE OS HOTÉIS MENCIONADOS NOS ALMANACHS DE PELOTAS

Neste capítulo apresentam-se, de forma sucinta, as características e a trajetória dos hotéis que fizeram uso dos anúncios nos Almanachs para divulgar os estabelecimentos.

Teixeira (2018, p. 7) aponta que “a hotelaria em Pelotas começou a “aparecer” na segunda metade do século XIX, quando se tem registros do primeiro hotel em funcionamento, datado de 1843”. O Hotel Aliança, compreendido como o estabelecimento hoteleiro mais antigo da cidade de que se tem registro, teve como proprietário o imigrante alemão Adolph Hermann Schreiber, e, a partir de 1853, a família Gotuzzo dirigiu o hotel até a década de 1920, quando o vendeu para Jeronymo Del Grande. Martin Zabaleta, seu proprietário desde 1943, vendeu o hotel em 1968, que foi demolido para a construção de uma galeria e de um edifício de 12 andares. Assim, o hotel esteve em funcionamento por 125 anos.

De acordo com Müller, Hallal e Teixeira (2020, p. 192) o Hotel Aliança se desenvolveu paralelamente com a cidade de Pelotas durante a segunda metade do século XIX e as primeiras décadas do século XX, passando por melhorias na sua estrutura física, nos serviços oferecidos e na qualidade do atendimento, “obtendo o reconhecimento dos seus hóspedes, da população pelotense e da imprensa”.

O Hotel Aliança, assim como outros hotéis, é integrante da história da hotelaria pelotense, sendo importante objeto de estudo. Assim, conforme relata Duarte (2021):

As pesquisas sobre a hotelaria em Pelotas que já foram realizadas em jornais, em almanaques, em inventários e testamentos, em registros de batizados, casamentos e óbitos da Cúria Metropolitana de Pelotas, entre outras fontes, vêm permitindo traçar a trajetória da hotelaria pelotense a partir de 1843 até a primeira metade do século XX (...). (Duarte, 2021, p. 2).

Assim como o Hotel Aliança, o Hotel Grindler foi inaugurado no século XIX, porém, no final do século, mais especificamente em junho de 1897. Tendo como primeiro proprietário Carlos Grindler, o hotel ficou aberto durante mais de 40 anos, passando por diversas reformas que visavam dotá-lo das melhores condições higiênicas e de conforto. Com o adoecimento de Carlos Grindler, em 1909, o hotel foi arrendado para seus dois sobrinhos, André Konrady e André David Raupp, que, sob a firma Konrady



& Raupp, passaram a gerenciar o local até 1927, quando André Raupp falece e Konrady se torna seu único proprietário. Em 1937, o hotel é vendido para Ascendino Canez, e, em 1942, para Luiz Seixas, que muda a denominação do hotel para Rio-Hotel.

Diferentemente dos anteriores, o Hotel Rio Branco teve a sua inauguração na primeira metade do século XX, em 1918, por Armando Lima & C. No entanto, o estabelecimento não permaneceu aberto e em funcionamento por muito tempo, sendo vendido para firma de Roza Moreira & C em 17 de setembro de 1918, ficando aberto por mais dois anos. Em 1921 o hotel fechou suas portas para leilão.

O Hotel Gotuzzo esteve aberto ao público por pouco mais de dois anos na cidade de Pelotas, de março de 1926, quando foi inaugurado, até agosto de 1928, ano em que foi leiloado. A partir de então, no mesmo endereço funcionou o Hotel Lagache de Joaquim Martins Filho até 1930.

O Grande Hotel foi construído entre 1925 e 1928 e inaugurado em abril de 1928, por iniciativa da Companhia Incorporadora Grande Hotel e com a subscrição de mais de 350 acionistas. Antes mesmo da sua inauguração, o hotel foi municipalizado, principalmente devido às crises econômicas do fim dos anos 1920. O hotel foi arrendado até 1960 e comprado por Pedro Elba Zabaleta, permanecendo com a família e em funcionamento até 2002. Em 1986 foi tombado pelo Decreto Municipal nº 2.217 de 23 de julho de 1986 e, atualmente, abriga o Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da Universidade Federal de Pelotas.

O Grande Hotel foi um marco na hotelaria pelotense, rompendo com o padrão de hotéis que vinham sendo oferecidos na cidade, estabelecidos em casas e sobrados adaptados e reformados. A sua inauguração, em 1928, se insere no projeto de modernização de Pelotas pois, de acordo com Echart e Müller (2017), a construção de um moderno hotel elevava a cidade a um nível superior de progresso e civilidade, modificando o cenário urbano pelotense.

O Gran Hotel Colón, localizado em Montevideú, Uruguai, foi inaugurado em 1907 por Leoncio Grandós. Passou por um período de decadência na década de 1960, quando foi subdividido por setores de baixíssima renda, deteriorando-se. Até o ano 2000 o hotel funcionou como uma pensão, reformado em 2003 e ocupado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

ALMANACHS DE PELOTAS: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

A pesquisa em almanaques se apresenta de expressiva relevância para continuidade dos estudos sobre a hotelaria, uma vez que os jornais impressos, folhetins e almanaques em circulação funcionavam enquanto instrumentos de acesso à informação e também como documentos culturais disseminadores de conhecimento, relacionados com o projeto civilizatório. (Lima, 2015). Os almanaques eram de periodicidade anual, por isso, menos efêmeros que outras publicações, “considerados como fontes de informações mais permanentes e consistentes.” (Lima, 2015, p. 29).



É no final do século XIX e início do século XX que, em função das mudanças que estavam ocorrendo no cenário rural e urbano, surge a necessidade de divulgar os produtos. De acordo com Lima (2015), a linguagem publicitária informava os sujeitos sobre os produtos e serviços, mas também promoviam necessidades e desejos. A mesma autora afirma que os almanaques foram os primeiros meios de publicidade para a comunicação de massa. Desse modo, muitos empreendimentos hoteleiros passaram a fazer uso da mídia impressa para a sua divulgação. De acordo com Dutra (2005):

Entre os séculos XVIII e XIX os almanaques passaram a configurar como formas de instrução e de propagandas, assumindo, também, vieses temáticos e agregando conteúdos mais variados como aqueles com cunho moralizante, curiosidades, poesias, charadas, jogos e medicina doméstica. (Dutra, 2005, p.16).

Em se tratando da cidade de Pelotas, faz-se necessário evidenciar o Almanach de Pelotas, um periódico de publicação anual que era impresso nas Officinas Typographicas do jornal Diário Popular de Pelotas (1913-1920), na Tipografia A Guarany (1921-1928) e nas Oficinas tipográficas da Livraria do Globo (1929-1935), cujas dimensões eram entre 13x19cm e 13x21cm, no formato fechado. Segundo Lima (2015, p. 66), os Almanachs foram fundados “por Dr. Antonio Gomes da Silva, Ignacio Alves Ferreira e capitão Florentino Paradedda, que se fazia assinar por Ferreira & Cia” e configuram-se como “almanaques da cidade” cujo objetivo era “promulgar os feitos de seus cidadãos e o desenvolvimento da cidade comungando com os auspícios do que era considerado por modernidade”.

Dutra (2005, p.16) também aponta que “a história deste tipo de publicação começou a ser traçada no final do século XV, confundindo-se com a história dos impressos no ocidente como um todo”, principalmente por se tratarem de publicações mais antigas. No caso do Almanach de Pelotas, seu início se dá no ano de 1913, atualmente podendo ser encontrado no acervo da Bibliotheca Pública Pelotense com exemplares até o ano de 1935, totalizando 23 edições.

O almanaque teve grande apelo popular por se tratar de um livro-agenda que acompanhava o cidadão durante um ano inteiro, visto que nele continham todas as informações necessárias e importantes da cidade, como calendário, fases e ciclos da lua, histórias e poemas, piadas e memorandos. Além disso, havia a publicidade, a qual se encontrava na área denominada “propaganda”, que trazia todas as informações importantes sobre as empresas anunciantes, tais como o endereço, número de telégrafo ou telefone, o produto que estava sendo anunciado e o seu valor.

A divulgação de produtos e serviços nos Almanachs de Pelotas era importante, pois os mesmos circulavam em toda zona sul do Estado (Lima, 2015). Em relação aos valores cobrados para anunciar, Lima (2015) constatou que eram relativamente altos, pois para anunciar em uma página inteira (mais o recebimento de dez exemplares) custava trinta mil réis, e em meia página (mais cinco exemplares,) dezoito mil réis.



Dos hotéis analisados neste trabalho, somente o Hotel Grindler publicou seus anúncios em meia página, demonstrando que a maioria dos proprietários tinham condições financeiras de publicar anúncios mais caros.

Como já destacado, as 23 edições do Almanach de Pelotas apresentaram um total de 4.107 anúncios, com uma média de 179 anúncios por exemplar, uma quantidade expressiva. Eram esses anunciantes que financiavam a publicação, desempenhando “um papel fundamental para a sobrevivência do periódico.” (Lima, 2015, p. 82).

Dessa forma, a pesquisa no Almanach de Pelotas teve seu foco nos hotéis que fizeram uso do periódico para se promover. São encontrados desde anúncios de páginas inteiras utilizando fotos da fachada ou do interior dos hotéis, até propagandas menores de meia página.

OS HOTÉIS PELOTENSES PRESENTES NOS ALMANACHS DE PELOTAS

A partir da pesquisa realizada em diferentes edições do Almanach de Pelotas, nos anos de 1913, 1915, 1916, 1919, 1921, 1923, 1925, 1927, 1929, 1931 e 1935, foram encontrados sete hotéis que fizeram uso dos anúncios para promover os seus estabelecimentos aos futuros clientes, sendo eles, em ordem decrescente de aparecimento: o Hotel Aliança, com nove propagandas; o Hotel Grindler tendo sete reclames publicados; o Grande Hotel publica seu primeiro anúncio no Almanach de Pelotas de 1929 (o Grande Hotel foi inaugurado em 1928) e faz uso até o último ano do almanaque em 1935; hotéis menores, como Gotuzzo e Lagache, fizeram uso dessas propagandas apenas uma vez nos anos analisados e, por fim, o Gran Hotel Colón também fez uso dos reclames como publicidade do hotel, localizado em Montevideo, aparecendo nos anos de 1917 e 1919, como pode ser observado no Quadro 1:

Quadro 1

Relação dos hotéis e os anos de publicação de anúncios nos Almanachs

HOTEL	1913	1915	1916	1917	1919	1921	1923	1925	1927	1929	1931	1935	Total
Aliança	x	x	x	x	x	x	x	x	x				9
Grande Hotel										x	x	x	3
Grindler	x	x		x		x	x	x	x				7
Gotuzzo									x				1
Lagache										x			1
Rio Branco					x	x							2
Gran Hotel Colón				x	x								2

FONTE: Almanachs de Pelotas (1913-1935).



A partir do Quadro 1 é possível verificar que os hotéis Aliança, Grindler e, após sua inauguração, o Grande Hotel são os estabelecimentos hoteleiros mais divulgados em anúncios no Almanach. De acordo com Müller (2004), esses são os principais hotéis de Pelotas. O Hotel Aliança funcionou de 1843 a 1968, sendo considerado, em 1916, um estabelecimento que acompanha o progresso de Pelotas (Müller; Hallal; Teixeira, 2020). O Grande Hotel foi inaugurado em 1928 e funcionou até 2002, representando a modernidade e o progresso de Pelotas e a maioria da hotelaria pelotense, passando a fazer parte do cotidiano da elite local (Müller, 2004). O Hotel Grindler funcionou de 1897 até 1942, passando por reformas que visavam mantê-lo de acordo com o constante desenvolvimento de Pelotas (Müller, 2004).

Com base nas publicações foi possível observar o conteúdo dos anúncios de cada um dos hotéis, considerando-se: o tamanho da publicação, se essa publicação era de folha inteira ou não, se dividia espaço com outro anúncio ou se estava sozinha numa página; se contém alguma fotografia, se essa fotografia era da fachada ou do interior do hotel, e outros aspectos como a localização, os serviços ofertados e o nome dos proprietários.

O Hotel Aliança aparece em quase todas as publicações dos Almanachs de Pelotas, estando presente de 1913 até 1927. Todo ano o hotel trazia um anúncio diferente para o almanaque (Figura 1). A partir da Figura 1 pode-se observar que os anúncios do hotel utilizavam uma página inteira, com molduras, contendo, ao centro do anúncio, uma foto da fachada ou do pátio do hotel, sendo possível identificar a presença de mesas com muitas flores e iluminação por lâmpadas.

Especificamente sobre o anúncio do ano de 1913 nota-se, na parte superior da imagem, o nome do hotel e, na parte inferior, a presença de certas informações, tais como “iluminada a luz electrica” e outra frase afirmando que o hotel é o único no Brasil com telefone e água encanada em todos os quartos. Na parte final do anúncio se encontra a localização do estabelecimento, juntamente com sua data de fundação, contendo os dizeres “o mais antigo do Brasil” e, por último, o nome do proprietário Caetano Gotuzzo e o telegrama do hotel “ALLIANÇA”.

Observa-se que o proprietário destaca nos anúncios o fato de ser o mais antigo do Brasil, porém, provavelmente seja o hotel mais antigo que ainda estava em funcionamento em 1913, pois outros hotéis foram abertos anteriormente no Brasil, em São Paulo e no Rio de Janeiro. Esse destaque pode ter a intenção de atestar a qualidade do hotel por se manter em funcionamento por um longo período de tempo, uma vez que, conforme já destacado, o hotel começou a funcionar na década de 1840, passando por constantes reformas para acompanhar o desenvolvimento da cidade.

A importância do Hotel Aliança no contexto da Pelotas do início do século XX e sua valorização pelo editor do Almanach são demonstradas no número de anúncios, mas também pela publicação de um texto específico de quatro páginas e ilustrado com uma fotografia da fachada do hotel intitulado “Um antigo estabelecimento HOTEL ALLIANÇA” no Almanach de Pelotas de 1915. Lima (2015) destaca que a parte



“Propagandas” dos Almanachs dedicava-se à propaganda da cidade e de seus empreendedores e estabelecimentos caritativos ou de grande vulto comercial ou industrial, como o exemplo do Hotel Aliança.

Outro aspecto destacado nos anúncios é a presença de serviços básicos no hotel, como luz elétrica, telefone e água encanada. É importante salientar que, à medida que esses serviços vão sendo instalados na cidade de Pelotas, os principais hotéis vão dotando seus estabelecimentos desses serviços (Müller; Hallal; Teixeira, 2020).

Ainda é importante destacar a foto presente do anúncio – o jardim do hotel. De acordo com Müller, Hallal e Teixeira (2020), o jardim do hotel era bastante destacado pelos periódicos por ser considerado um dos melhores locais para o recreio de famílias e cavalheiros pelotenses e, também, viajantes.

Figura 1

Propagandas do Hotel Aliança presentes nos Almanachs



Fonte: Almanachs de Pelotas, anos 1916, 1923, 1913, 1927 [em sentido horário].



Os anúncios do Grande Hotel começam a aparecer nos almanaques em 1929, no ano posterior a sua inauguração, e continuam, com um reclame diferente a cada ano, em 1931 e 1933. Os anúncios possuem moldura, são de página inteira e apresentam a mesma foto da fachada do hotel mostrando sua arquitetura (Figura 2). Na parte central, em destaque, está o nome do estabelecimento e a localização. Um pouco abaixo um texto com as seguintes informações: “acceita-se pensionistas e passageiros”, “dispondo de 83 quartos”, com luz e água encanada em todos eles, com destaque para o tratamento familiar disponibilizado pelo hotel, a ótima cozinha, “o perfeito serviço de bar” e banhos quentes e frios. Na parte final do anúncio traz o aviso de que o prédio possuía elevador e serviço de quarto e o nome do arrendatário: Caetano Bianchi.

Nos anúncios do Grande Hotel são destacados os serviços básicos existentes no hotel e a presença de elevador, uma novidade na hotelaria pelotense, uma vez que o Grande Hotel foi o primeiro hotel cujo prédio foi construído para hospedagem e representou a “maioridade” da hotelaria pelotense (Müller, 2004).

Os anúncios dos hotéis destacavam aspectos relacionados à presença de serviços básicos e tecnologias, como água encanada, luz elétrica, telefone e elevador no Grande Hotel, “aspectos dos progressos e do processo de urbanização de Pelotas, de forma a coadunar com os desejos desta burguesia que se formava.” (Lima, 2015, p. 200), sendo representativos da vida burguesa citadina.

Verifica-se que os anúncios dos hotéis dão ênfase para esses aspectos representativos da modernidade e do progresso de Pelotas, da mesma forma que anúncios de outros produtos e serviços e mesmo do Almanach, cujas “novidades” divulgadas em textos e anúncios “eram ovacionadas no cenário pelotense no início do século XX.” (Lima, 2015, p. 201).

Destaca-se que o nome do proprietário está presente e em destaque em todos os anúncios, tanto do Hotel Aliança e do Grande Hotel, quanto dos demais hotéis analisados abaixo. A presença do nome do proprietário pode conferir credibilidade ao empreendimento, pois eram nomes conhecidos da hotelaria pelotense e do Rio Grande do Sul, como Caetano Bianchi, arrendatário do Grande Hotel, que possuía, anteriormente, um hotel em Porto Alegre (Müller, 2021). Os proprietários também eram conhecidos pela sua participação em outras atividades sociais, econômicas, intelectuais e políticas da cidade. Cita-se, como exemplo, a participação de Caetano Gotuzzo, proprietário do Hotel Aliança, em diferentes associações “em prol do ‘progresso’ de Pelotas, [...] como o Clube Comercial, a Biblioteca Pública Pelotense, o Banco Pelotense ou a Companhia Grande Hotel de Pelotas, entre outras” (Müller, 2020, p. 154).

Todos os anúncios mostram a fachada do Grande Hotel, um prédio com uma estrutura muito diferenciada dos hotéis existentes em Pelotas, os quais ocupavam casas residenciais ou comerciais, com, no máximo, sobrado, que foram adaptadas para a hospedagem (Müller, 2004).



A importância do Grande Hotel pode ser verificada, para além dos seus anúncios, na veiculação de sua fachada na capa do Almanach de Pelotas de 1927, mesmo antes da sua inauguração, em dois textos no Almanach de Pelotas de 1926: um intitulado “Vida da cidade – iniciativas e realizações”, onde é mencionado que são erguidos os alicerces do Grande Hotel, e outro específico do hotel, intitulado “Grande Hotel de Pelotas – Em construção”, ocupando três páginas, e, também, em duas imagens de projetos do hotel, nos Almanachs de Pelotas de 1924 e 1926.

Verifica-se que o Hotel Aliança e o Grande Hotel possuem textos específicos nos Almanachs, além da imagem do Grande Hotel em uma das capas. Levando em conta que o Almanach de Pelotas tinha por objetivo propagar o progresso e a modernidade da cidade, conforme já destacado, pode-se constatar que esses hotéis, no seu tempo (Aliança em 1915 e Grande Hotel em 1926, 1927), representavam o desenvolvimento e a grandiosidade de uma cidade que vinha se modernizando.

Figura 2

Propagandas do Grande Hotel presentes nos Almanachs



Fonte: Almanachs de Pelotas, anos 1929, 1933, 1931.

O Hotel Gotuzzo fez apenas uma aparição nas publicações anuais do Almanach, sendo no ano de 1927. Como já abordado, o hotel ficou aberto durante menos de dois anos (março de 1926 até agosto de 1928) e, por esse motivo, não figura em outros Almanachs. O anúncio (Figura 3) trazia uma propaganda de folha inteira, mas sem ter foto da fachada ou da parte interior do hotel, contendo, na parte de cima o nome do hotel em letras grandes, seguido pelo nome do seu proprietário, Harold Gotuzzo (filho de Caetano Gotuzzo), e sua localização um pouco abaixo, na parte central do anúncio.



Da mesma forma, pode-se observar a frase “o mais confortável, luxuoso e higienico d’esta cidade, situado no ponto mais central”, havendo, mais abaixo, um espaço dedicado a cozinha de primeira ordem, os ótimos banheiros e a informação de que o hotel é exclusivamente para famílias. No final do anúncio, encontramos a informação de que o hotel serve banquetes.

É importante ressaltar os aspectos destacados no anúncio: a sua localização central, um hotel higiênico e os banquetes. O hotel se localizava na rua Andrade Neves, uma rua importante do comércio pelotense. Os demais hotéis divulgados nos Almanachs também se localizavam nas ruas centrais e na praça principal de Pelotas, como a rua XV de Novembro, a General Neto e a Praça da República (atual Praça Cel. Pedro Osório). Müller (2021), analisando os hotéis no Rio Grande do Sul, constatou que os hotéis se instalam nos lugares mais importantes e movimentados, por serem mais centrais e concentrarem outros estabelecimentos comerciais e de sociabilidade.

A higiene, materializada em cômodos com ventilação e iluminação natural, era um fator ressaltado pelos anúncios dos hotéis nos almanaques e jornais da época, uma vez que as cidades foram atingidas por epidemias e endemias nas décadas de 1910 e 1920, como, por exemplo, a gripe espanhola e a tuberculose, o que levou a uma série de ações visando o controle dessas doenças, como limpeza de ruas e praças, vigilância sobre as águas e, também, verificação por parte da Delegacia de Higiene das condições sanitárias de habitações coletivas de modo geral e, especificamente, de hotéis (Müller, 2004).

Os hotéis eram palco de comemorações, servindo banquetes para festas familiares, alusivos a datas cívicas e eclesiais ou para homenagear personalidades políticas, religiosas e artísticas. Os hotéis sempre ofereceram serviços de alimentação, como almoço, jantar, refeições a domicilio, petiscos, bebidas e banquetes. Müller, Hallal e Teixeira (2021) afirmam que o Hotel Aliança ofereceu banquetes tanto nas dependências do hotel, como fora dele desde a década de 1850, podendo ser considerado pioneiro nesta atividade na cidade.

O Hotel Lagache também aparece uma única vez no almanaque, no ano de 1929. O edifício se localiza no mesmo local em que esteve o Hotel Gotuzzo, o qual foi comprado por Joaquim Martins, e, então, transformado em Lagache. Observa-se que o anúncio (Figura 3) é de folha inteira, trazendo na parte superior uma fotografia da fachada do hotel, e abaixo o nome do hotel, destacando que era o “ex Gotuzzo”.

Foi possível identificar que o Hotel Lagache é o estabelecimento hoteleiro que traz a maior quantidade de informações escritas no anúncio, contendo diversas informações úteis para os hóspedes, tais como: o valor da diária, o tamanho dos quartos e o tipo de hóspede. Na parte final do anúncio se encontra a localização do hotel, seu endereço e o nome do proprietário.

O Hotel Rio Branco aparece duas vezes nos almanaques: nos anos de 1919 e 1921. Assim como o Hotel Gotuzzo, também faz uso de uma propaganda simples (Figura 3), sem ter fotos de fachada ou do interior, mas utilizando uma folha inteira com moldura. Na parte superior se encontra o nome do hotel e o seu endereço, no centro tem um



texto, destacando que o local se destina a famílias e viajantes, com boas salas, refeições completas e quartos higiênicos.

Já na parte final do anúncio pode-se notar o valor do almoço ou jantar servido pelo hotel, sendo de 2\$500, e a diária do quarto no valor de 7\$000. Ao fim, se encontra o nome do proprietário do estabelecimento: Rosa Moreira & C..

Figura 3

Propagandas dos Hotéis Gotuzzo, Lagache e Rio Branco presentes nos Almanachs



Fonte: Almanachs de Pelotas, 1927, 1929, 1919.

O Hotel Grindler foi divulgado durante oito anos nas edições do Almanach de Pelotas, com publicações feitas nos anos de 1913, 1915, 1917, 1921, 1923, 1925 e 1927. O hotel utiliza só meia página em todos os seus anúncios, o que fazia com que dividisse as folhas com outras publicações (Figura 4). Os anúncios de meia página custavam quase metade do valor dos de página inteira, demonstrando que seus proprietários tinham menos recursos para investir em anúncios de página inteira ou não se interessavam por essa forma de divulgação. Na parte superior, pode-se notar o nome do hotel seguindo com uma pequena foto da fachada, ao lado havia o ano de fundação (1897) e, na parte inferior, o nome dos proprietários, Konrady & Raupp, a localização do estabelecimento e seu número de telefone.

Mesmo em meia página, os anúncios do Hotel Grindler continham uma fotografia da fachada do hotel. Essa era uma prática comum aos anúncios de hotéis, pois a maioria apresenta fotografia, principalmente da sua fachada. De acordo com Lima (2015), as fotografias eram usadas para ilustrar o conteúdo editorial e publicitário e tornaram-se recorrentes em jornais, revistas e almanaques. As fotografias mostram as características arquitetônicas dos hotéis, sendo visível a importância das edificações



no período. Através das fotografias são apresentadas as modernidades do estabelecimento, a exaltação da fachada ou das dependências na qual o hotel funciona são divulgadas nas fotografias como representantes da urbanização e “indício de modernidade” (Lima, 2015).

Figura 4

Propagandas do Hotel Grindler presentes nos Almanachs



Fonte: Almanachs de Pelotas, anos 1913, 1925, 1919.

O Gran Hotel Colón é o único hotel não-pelotense anunciando o estabelecimento no almanaque (Figura 5). O hotel fica na cidade de Montevideu, no Uruguai, e apareceu duas vezes fazendo propaganda: no ano de 1917 e 1919. Com uma publicação imponente da sua fachada, o Colón tinha seu nome escrito na parte superior e com uma fotografia que ocupava quase toda a folha do reclame, na lateral tinha as suas informações em espanhol e, na parte final do anúncio, vinha sua localização. Seus anúncios são com pouco texto, destacando, através da mesma fotografia, a fachada do hotel.

A presença de anúncios de um hotel internacional, no Uruguai, país vizinho ao Brasil e fazendo fronteira com o Rio Grande do Sul, nos Almanachs de Pelotas pode demonstrar a existência de uma elite pelotense e regional, provavelmente charqueadora, que viajava para os países vizinhos, principalmente Uruguai e Argentina.



Figura 5

Propaganda do Gran Hotel Colón presentes nos Almanachs



Fonte: Almanach de Pelotas, anos 1917 e 1919.

CONCLUSÃO

Os almanaques operam enquanto importantes registros históricos das dinâmicas sociais e culturais das cidades, assim também sendo significativas fontes para a pesquisa histórica, pois, como enuncia Dutra (2005), tais publicações se configuraram enquanto uma forma de propaganda e de instrução para os leitores, possibilitando o entendimento da organização sociocultural de Pelotas.

Nesse sentido, pode-se observar como a análise dos anúncios promovidos pelos hotéis no Almanach de Pelotas, uma das publicações mais difundidas na cidade na primeira metade do século XX, é importante para a composição da trajetória desses hotéis, visto que em razão da periodicidade de publicação do almanaque, suas edições podem ser compreendidas como expressivo registro desses estabelecimentos.

Os anúncios destacavam o nome do hotel, seus proprietários, sua localização, os serviços oferecidos e os serviços básicos e tecnologias, além de fotografias da fachada ou de alguma dependência do hotel. Todos esses são aspectos importantes para atestar a qualidade do hotel, bem como para demonstrar sua inserção no processo de urbanização, progresso e modernidade da cidade de Pelotas no início do século XX.

É importante destacar que existiam muitos outros estabelecimentos de hospedagem na cidade durante todo o período de funcionamento do Almanach de Pelotas (Müller, 2004), mas somente estes seis hotéis pelotenses foram divulgados.



Estes eram hotéis importantes de Pelotas, localizados na área central da cidade e representavam uma Pelotas que se queria e se via opulenta e moderna.

A análise dos anúncios também possibilita a compreensão das relações existentes entre os hotéis, os Almanachs e a cidade de Pelotas. Os Almanachs de Pelotas tinham por objetivo promulgar o progresso e a modernidade da cidade, de seus empreendedores e divulgar os estabelecimentos mais importantes. Assim, os anúncios dos hotéis não estavam desvinculados dos propósitos do Almanach, de propagandear a cidade, e, também, dos interesses da burguesia pelotense, de viver e mostrar uma cidade moderna.

REFERÊNCIAS:

- Cellard, A. (2012). A análise documental. In Poupart, J....[et.al] (org.). A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos (pp. 295-316). 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Duarte, R. (2021). Relações de gênero e direitos na história da hotelaria pelotense: estudo de processos trabalhistas envolvendo mulheres entre 1940 e 1960. *Ofícios de Clio – Revista Discente dos Cursos de História da Universidade Federal de Pelotas*. Pelotas, 6 (10), 49-62. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/CLIO/issue/view/1068>.
- Dutra, E. de F. (2005). *Rebeldes literários da República: história e identidade nacional no Almanach Brasileiro Garnier (1913-1914)*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Echart, L. F.; Müller, D. (2017). Notas de pesquisa: os arrendamentos do grande Hotel (Pelotas/RS). In Lopes, A. E. M.; Silva, D. G. G.; Araújo, V. C. D. de (orgs.). *História e mídias: diálogos (im)prováveis* (pp. 69-82). Porto Alegre, RS: Editora Fi.
- Gran Hotel Colón – BID (2021). *Nómada*. Recuperado em: 20 de set. 2021, de <https://nomada.uy/guide/view/attractions/3983>.
- Lima, P. G. (2015). *Memórias do feminismo através dos reclames dos Almanachs de Pelotas (1913- 1935)*. Tese, Pós-Graduação em Memória social e Patrimônio Cultural, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS.
- Müller, D. (2021). Hotelaria no Rio Grande do Sul (1907-1940): uma análise a partir do *Almanak Laemmert*. *Tempos Históricos*, 25 (1), 166–193. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/temposhistoricos/article/view/23858>.
- Müller, D. (2020). A trajetória da família Gotuzzo na hotelaria pelotense: imigrantes empreendedores em Pelotas/RS (1853-1927). In Müller, D.; Hallal, D. R. (orgs.). *Olhares históricos sobre o lazer e o turismo no Brasil* (pp. 135-157). Porto Alegre: Casalettras.
- Müller, D. (2004). *A Hotelaria em Pelotas e sua Relação com o Desenvolvimento da Região: 1843 a 1928*. Dissertação, Mestrado em Turismo, Universidade de Caxias do Sul – UCS, Caxias do Sul, RS.



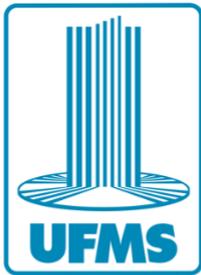
- Müller, D.; Hallal, D. R.; Teixeira, L. P. (2020). Hotel Aliança: mais de 100 anos de história em Pelotas/RS (1843-1968). In Portigliatti, B... [et.al] (org.). Turismo & Hotelaria no contexto da história (pp. 160-196). João Pessoa: Editora do CCTA.
- Padrón 4590. Inventario del patrimonio arquitectónico y urbanístico de la ciudad vieja. Recuperado em 20 de set. 2021, de <https://inventariociudadvieja.montevideo.gub.uy/padrones>.
- Quintana, C. B. (2019). Hotelaria Alemã da década de 1940: o quebra-quebra nos hotéis pelotenses. Dissertação, Mestrado em História, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS.
- Quintana, C. B. (2016). Hotelaria em Pelotas na década de 1940: Proprietários alemães ou descendentes. Monografia, Curso de Bacharelado em Turismo, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS.
- Teixeira, L. P. (2018). A Trajetória do Hotel Aliança (1843-1968): 124 anos de História em Pelotas/RS. Monografia, Bacharelado em Turismo, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS.
-

INFORMAÇÃO (ÕES) DO (S) AUTOR (ES)

- *1 Graduando em Turismo (Curso de Bacharelado em Turismo – UFPel); bolsista de Iniciação Científica – PIBIC/CNPq (2021-2022) no projeto de pesquisa “Hotelaria em Pelotas: histórias a partir de diferentes fontes”. E-mail: eduardoscurtinaz@gmail.com
- *2 Graduanda em Turismo (Curso de Bacharelado em Turismo – UFPel); bolsista de Iniciação Científica – PIBIC/CNPq (2021-2022) no projeto de pesquisa “Hotelaria em Pelotas: histórias a partir de diferentes fontes”. E-mail: renata.duarte7@outlook.com
- *3 Doutora em História (UNISINOS); professora do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Pelotas. E-mail: dalilam2011@gmail.com



REVISTA CIENTÍFICA ATELIÊ DO TURISMO – VINCULADA A



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE MATO GROSSO DO SUL**

ⁱ Pesquisa inicialmente apresentada no 15º FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU – (2021)