

IMPRESSOS: VEÍCULOS DE PUBLICIDADES, FONTES PARA HISTÓRIA DA EDUCAÇÃO

Printed: advertising vehicles, sources for the history of education

Aline de Morais Limeira*

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo apresentar tipos de fontes específicas para história da educação. Trata-se dos anúncios que circulavam em dois impressos do século XIX: o *Jornal do Commercio* e o *Almanak Laemmert*. Destas publicidades, que datam de 1860 a 1880, importou evidenciar o funcionamento das instituições privadas de ensino: os indícios do magistério particular, dos planos de estudos, das questões relativas ao custo da instrução e os espaços físicos daquelas escolas. Somada à estratégia de investigar o que era possível ver acerca dos registros que aqueles colégios faziam circular pela propaganda, tencionou-se investigar a circulação daqueles materiais impressos, ou seja, observou-se que era preciso compreender a materialidade dos impressos e o processo de constituição e de desenvolvimento da própria imprensa do século XIX.

Palavras-chaves: impresso, anúncios, fontes, história da educação

ABSTRACT

This study aimed to present specific types of sources for the history of education. These are ads that circulated in two forms of the nineteenth century: the *Jornal do Commercio* and *Almanak Laemmert*. These advertisements, which date from 1860 to 1880, imported demonstrate the operation of private institutions: the evidence of teaching particular, the study plans, the questions concerning the cost of education and the physical spaces of those schools. Along with a strategy of investigating what could be seen about the records that those colleges were circulated by propaganda, the plans to investigate the movement of those printed materials, ie, observed that it was necessary to understand the materiality of the printed and the process of formation and development of the press of the nineteenth century.

Keywords: printing, advertising, history of education

* Doutoranda e Mestre em Educação na Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Integrante do Núcleo de Ensino e Pesquisa em História da Educação (NEPHE-UERJ). Pesquisadora bolsista pela Biblioteca Nacional (Programa Nacional de Apoio à Pesquisa, 2012-2013). E-mail: aline.de.morais@oi.com.br

COLLEGIO DE MENINOS. 441
COLLEGIO VASSOURENSE⁴³⁰
 DIRIGIDO PELOS BACHARREIS EM DIREITO
ALEXANDRE RODRIGUES DA SILVA-CHAVES
LUIZ ROMULO PERES DE MORENO

Este estabelecimento, situado em uma das melhores localidades da serra peltra, para salubridade do clima e facilidade de comunicações (vias acahuas e vltimo minutos da estrada de Vassouras, estrada de ferro de R. Pedro II, e quarteiro horca de Gorta), e o estabelecimento todas as condições hygienicas, como arido, uma esquadra e academia, almoxar com lanchete, recreio, etc., está montado com propozicoes para um grande internato.

PROFESSORES

Professores de lingua, Grammatica nacional, Systema metrico e Historia sagrada.— Antonio Candido Teodoro.
 1.ª Cadreira de latin.— Dr. Manoel Soares de Souza Pinto.
 2.ª Cadreira de latin.— Antonio Joaquim Filho da Fonseca.
 3.ª Cadreira de latin.— Dr. Alexandre Rodrigues da Silva Chaves.
 4.ª Cadreira de latin.— Dr. Luiz Romulo Peres de Moreno.
 5.ª Cadreira de latin.— Dr. Luiz Romulo Peres de Moreno.
 6.ª Cadreira de latin.— Dr. Luiz Romulo Peres de Moreno.
 7.ª Cadreira de latin.— Dr. Luiz Romulo Peres de Moreno.
 8.ª Cadreira de latin.— Dr. Luiz Romulo Peres de Moreno.
 9.ª Cadreira de latin.— Dr. Luiz Romulo Peres de Moreno.
 10.ª Cadreira de latin.— Dr. Luiz Romulo Peres de Moreno.

PREÇOS PAGOS POR TRIMESTRES AMANTADOS SEM DESCONTO ALGUM POR AUSENCIA OU FÉRIAS

CURSO PRIMARIO		CURSO SECUNDARIO	
Previdencia, por mes	35000	Previdencia, por mes	40000
Mão-pediante, idem	20000	Mão-pediante, idem	25000
Exercicio, idem	20000	Exercicio, idem	20000

Além da pensão os alunos internos pagam por uma vez, na occasio da entrada, a quantia de 10000, pelo uso dos objectos de propozicoes do estabelecimento, como sapato, lenço, lavatorio, toalha, etc.

ENXOVAL DOS INTERNOS

Uma refeicao em jantada de panes ou (Um collete preto e duas brancas, e camisa branca, calças e meias.) Uma gravata de seda preta.
 Um chapéo de lã, com o mesmo. Um par de botinas.
 Um par de calças pretas e duas brancas.

Tudo mais a roupa precisa para tres mezes por semana, roupa de cama, lençol, etc., para duas mezes, um collete e dois pares de sapatos adaptados ao curso de latin, calças de seda, um lençol de seda, um par de calças de seda, um par de meias e um par de sapatos. (O estabelecimento entrega-se ao fornecedor de roupa e calçados por conta dos pais dos alunos.)

A lavagem e conservação da roupa dos alumnos internos ficará sob o cargo do estabelecimento, ficando a quantia de cinco mezes, para ser entregue.
 Os alumnos internos que adocetarem seram tratados no estabelecimento, occorrendo as despesas de medico e botica por conta dos pais, caso não tenham prestado em suas casas.
 O estabelecimento fornece livros, papel, penhas, etc., por conta dos pais dos alumnos.— Os substitutos seram escolhidos a quem os pais preferir.

(Almanak Laemmert, 1871, p.441).

Introdução

A imagem acima é um anúncio publicado nas páginas de um almanaque do século XIX. Ao ler seu conteúdo, é possível perceber inicialmente que o mesmo refere-se a um colégio particular, localizado numa região serrana, na cidade de Vassouras, e que contém muitas informações variadas acerca daquele comércio. Por esta razão, as propagandas que circulavam naquele tempo no *Jornal do Commercio* e no *Almanak Laemmert* podem se tornar fontes para as investigações em História da Educação.

Partindo do interesse por aquelas propagandas da instrução, a reflexão alarga-se para tentar compreender vestígios acerca daquele comércio editorial. Nestes termos, nas primeiras investidas foi possível notar as mudanças significativas ocorridas no campo de pesquisas da história da imprensa¹, e as transformações na forma de compreender este objeto, mormente a partir da leitura de estudos mais recentes².

Entre os inúmeros saldos destes estudos e dos investimentos em prol de uma compreensão histórica mais crítica, encontra-se a significativa renovação de uma abordagem tradicional, pela qual a imprensa narrava fatos, retratava as configurações e as supostas verdades de uma época. Nas palavras da historiadora Tânia de Luca, “a imprensa tem deixado de ser encarada como receptáculo de informações e de textos para tornar-se, ela própria, um objeto de investigação” (LUCA, 2006, p. 317). Da mesma forma, encontra-se uma nova orientação em relação à materialidade daqueles papéis impressos. Neste caso, a tarefa consiste em observar a crescente segmentação destes materiais (com

¹ MARTINS e LUCA (2006) apresentam os primeiros estudos sobre a imprensa periódica no Brasil.

² SODRÉ, 1999; MOREL, 2005; VITORINO, 2004; LIMA, 2008; EL FAR, 2006; SHAPOSHINICK, 2004; ABREU, 1999; MELLO, 2007; PARK, 1999; CHARTIER, 1991; MARTINS & LUCA, 2006; DUTRA e MOLLIER, 2007; ABREU, 2003; CHARTIER, 1998.

a destinação de produtos diversificados a públicos cada vez mais específicos) e também mudanças não menos profundas em relação à forma das publicações, a distribuição das matérias, os múltiplos usos dos recursos da imagem, as inovações técnicas. Assim, seguindo o percurso proposto por estes pesquisadores, é crível operar com uma história cultural da sociedade que se aproxima de seus produtos e ideias, que articula a análise dos objetos em sua materialidade, as práticas nas suas diferenças e os dispositivos³ em suas variações.

Partindo destes pressupostos, a metodologia de análise desenvolvida procura inscrever historicamente os materiais impressos, e seus registros publicitários, utilizados como fonte. Neste caso, busca-se entender as referidas fontes articuladas a uma conjuntura específica: a sociedade carioca da segunda metade do Oitocentos.

Ao tratar a especificidade do processo de desenvolvimento da imprensa na Corte Imperial, desde suas primeiras manifestações, não é difícil notar que o mesmo acompanhou e vinculou-se às transformações nos espaços públicos, à modernização política e cultural de instituições, ao processo de independência e de construção do Estado Nacional. Em outras palavras, as transformações ocorridas no negócio do livro, dos papéis impressos, estiveram correlacionadas às manifestações culturais, sociais e políticas vivenciadas por aquela sociedade.

Esta perspectiva afirma-se em consonância com a de historiadores do campo, para os quais os impressos atuaram nos processos históricos, a partir de suas diferentes formas e na realidade crescente de sua circulação ao longo dos séculos XVIII e XIX. Os impressos também selecionam, ordenam, estruturam o acontecido, os fatos. Estrategicamente, narram aquilo que passou, selecionando interesses, atuando num jogo desequilibrado de forças. Forjam, legitimam e retificam valores, ideias, projetos, mobilizam discursos na produção de verdades. Operam na eleição dos fatos que chegam ao público, e na forma como os mesmos devem ser recebidos.

A segunda metade do século XIX estava marcada pela ampliação e capilarização dos espaços de circulação e produção daqueles materiais, possibilitadas pela implantação da ferrovia, pelo crescimento da rede urbana, pelo crescimento econômico com a exportação do café em alta e pela implantação do telégrafo. Nos anos 1870, com a crise do Império, um dos temas recorrentes era o ideal republicano, expresso na criação de jornais como *A República*, *Correio Paulistano*, *Gazeta de Campinas*, *Diário Popular*, *O País*, entre outros. Dividindo o protagonismo político do período, estavam os diversificados impressos dos movimentos abolicionistas, como o jornal *Redenção*, *O Arlequim*, *Vida Fluminense*. Ou seja, muitos periódicos emergiam no curso daqueles acontecimentos, serviram de campanhas e por elas mobilizaram-se, na luta por distintos projetos de nação (MARTINS e LUCA, 2006).

³ Para Michel Foucault, a noção de dispositivo compreende “(...) discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos (...) entre estes elementos, discursivos ou não, existe um tipo de jogo, ou seja, mudanças de posições, modificações de funções, que também podem ser muito diferentes (...) o dispositivo está sempre inscrito em um jogo de poder, estando sempre, no entanto, ligado a uma ou a configurações de saber que dele nascem, mas, que igualmente o condicionam. É isto o dispositivo: estratégias de relações de força sustentando tipos de saber e sendo sustentadas por eles” (FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 8a ed. Rio de Janeiro: Graal, 1989 p. 244-6).

A organização comercial do mercado (baixos preços, diversificação de conteúdos e formas, inovações técnicas, estratégias de divulgação, ambiente convidativo, inserção de gravuras, desenhos, fotografias, criação de coleções) tornou-se elemento favorável ao acesso de um número maior de pessoas aquele universo. Uma parcela cada vez mais significativa da população estava lendo, olhando a palavra impressa e comprando aqueles papéis, observando imagens que neles circulavam, adquirindo suas próprias leituras (pagando preços baixos por elas), socializando, debatendo ou ouvindo (na rua, em casa, nos cafés, nas escolas, nas livrarias, nas confrarias literárias, nas lojas) as ideias e informações de seu conteúdo. Uma constatação interessante, visto que, entre tantos outros dados que compunham seus conteúdos, os anúncios da educação também estavam naquelas páginas. Isso evidencia que as representações acerca daquele comércio da instrução particular, elaborados a partir das propagandas, estavam circulando cada vez mais, e entre um número mais expressivo de pessoas, leitores e consumidores.

Novas configurações modificavam as práticas de leitura, os espaços em que passavam a circular e o público que, de formas muito distintas, os impressos começavam a alcançar. O desenvolvimento do espaço urbano da cidade do Rio de Janeiro – lugar que se tornou o ponto de partida do mercado editorial – e os avanços em relação aos índices de alfabetização, associada à crescente importância atribuída à instrução, são também algumas marcas do número crescente de consumidores e produtores de livros e textos impressos no Oitocentos, como observam os estudos de GONDRA & SCHUELER (2008), LIMA (2008), TEIXEIRA (2008).

Mesmo considerando a inexpressividade da população letrada no século XIX⁴, ainda sim é possível reafirmar a importância e o crescimento do consumo e produção dos materiais impressos naquele tempo. Como observa Maria Tereza Chaves de Mello, em paralelo aos jornais, revistas, almanaques cresciam também os periódicos ilustrados. Desde a década de 1860, a Revista Ilustrada foi o grande acontecimento neste sentido, notabilizando seu criador, Ângelo Agostini. O semanário era vendido por 500 réis o exemplar avulso, e de 12 a 20 mil réis a assinatura anual, sua circulação cobria o território nacional, e tinha tiragens de até quatro mil exemplares, “um fato inédito para uma publicação ilustrada em toda América latina” (MELLO, 2007, p.80). Por sua linguagem ser, privilegiadamente, a imagem gráfica, pode-se ter uma ideia da sua penetração nas camadas não-letradas da população.

A despeito da importância adquirida e atribuída à imagem e às leituras coletivas e em voz alta no século XIX, é preciso também considerar a hipótese levantada por Maria Tereza Chaves de Mello. Para ela, um impresso não precisava ser consumido (comprado) para ser lido. Não precisava ser branco, livre, proprietário, comerciante ou letrado para ter, ler, olhar um jornal, um folheto, um almanaque, uma revista e o que cada um daqueles materiais trazia em seu conteúdo: “muitas pessoas se valiam das edições diárias que ficavam expostas nos cafés, já amareladas de tanto uso”. (MELLO, 2007, p. 79).

⁴ Em 1872, 80% dos habitantes do Brasil eram analfabetos. Na Corte Imperial, em 1890, cerca de 50% da população era alfabetizada. Conferir os trabalhos: CARVALHO, José Murilo de. *A construção da Ordem: a elite política imperial. Teatro das sombras: a política imperial*. 2ªed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006 & MARTINEZ, Alessandra. *Educar e instruir: a instrução popular na Corte imperial*. Dissertação de Mestrado em História, Niterói: UFF, 1999.

O apontamento permite supor, por conseguinte, que os anúncios diários da educação particular, que circulavam nos jornais cariocas, também atingiam um número maior de pessoas que os próprios compradores e, ainda, que os mesmos permaneciam fazendo propagandas daqueles colégios por mais tempo que o esperado pelos pagantes dos anúncios.

1. Os impressos em sua materialidade

Sem perder de vista que o interesse deste trabalho é investigar os anúncios da instrução particular publicizados por aqueles impressos, torna-se necessário dar a ver os próprios impressos estudados, como prescreve o modelo de investigação dos objetos culturais, o qual procura apanhá-los na sua produção, forma, circulação, frequência, dispositivo e apropriação, tornando-os assim, inseparáveis das formas que o faziam circular. Ou seja, compreendendo as relações do aspecto material dos papéis impressos, sua maneira de se apresentar ao público, as características *mise en livre*⁵ de sua circulação, seu esquema de modelização (CHARTIER, 1991).

Trata-se, portanto, da caracterização dos periódicos estudados, sendo preciso evidenciar o lugar ocupado pelas publicações na história da imprensa, avaliar sua representatividade. O percurso metodológico permite observar a linha editorial do material impresso, suas formas de inserção no universo cultural da época em que circulou, e, ao mesmo tempo, aspectos relacionados ao público a quem pretendia destinar-se. Assim, estas análises em conjunto fazem aproximar o pesquisador do objeto no seu próprio lugar de circulação, dimensionando sua singularidade.

2. Journal du Commerce: folha comercial

Em 1808, surgia um dos primeiros jornais brasileiros, após ser produzido, e publicado em Londres, com o título de *Correio Braziliense*. Foi publicado até 1822, e circulava com exemplares de oitenta a cento e quarenta páginas, dependendo da edição. Posteriormente a esta publicação, a circulação de jornais no Brasil aumentou significativamente, ainda nas primeiras décadas do Oitocentos. Em 1812, era possível comprar as edições de *O Patriota*, jornal de cunho literário, com memórias científicas e informações econômicas, como assuntos sobre agricultura. A própria *Gazeta do Rio de Janeiro* anunciava o começo de circulação de novos impressos, como: *O Conciliador do Reino Unido* (redigido por José da Silva Lisboa), *Sabatina Familiar de Amigos do Bem Comum* (do mesmo redator), que se ocupava de assuntos da Instrução Pública, o *Bem da Ordem* (de Francisco Goulart). A dinâmica destes exemplares, e a dimensão de sua circulação nas cidades, é retratada na obra

⁵ Neste sentido, há dois processos relevantes: *mise en texte* (comandos linguísticos e estéticos inscritos no texto por um autor a fim de produzir certa leitura) e o *mise en livre* (formas tipográficas, estrutura física – condições de produção – que é pensada por editores a partir do tipo de leitura e público que se pretende ter. Diz respeito à materialidade do impresso (CHARTIER, 2007).

clássica de Nelson W. Sodré. Em vinte e seis páginas desta obra, o autor compõe uma lista organizada por ordem alfabética de jornais que circularam no país entre o Império e os anos iniciais da República: são quatrocentos e setenta e quatro títulos diferentes (SODRÉ, 1999).

O jornal, cujo título foi dado como cópia da edição francesa *Journal du Commerce*, circula desde o ano de 1827. E, ininterruptamente, o *Jornal do Commercio* é ainda hoje produzido. Localizado com facilidade na Biblioteca Nacional, o impresso tem edições diárias e, todas, disponibilizadas para consulta na instituição. O que, sem dúvida, contribuiu para torná-lo uma escolha como fonte desta investigação.

Consagrado como a mais antiga folha de circulação diária da América Latina, ele surge com características econômicas, exposição de notícias, considerações políticas e uma seção bastante variada e longa de anúncios. É impresso pela *Typographia Imp. e Const. De J. Villeneuve e Comp.*, que posteriormente passou a ser intitulada *Typographia Do Jornal do Comércio de Rodrigues & C.* de do francês Junius Constâncio de Villeneuve.

O jornal era um meio importante de divulgação de notícias comerciais daquele tempo. Em suas páginas, era possível encontrar uma variadíssima lista de informações econômicas, comerciais, industriais (preços, movimentos de importação e exportação, noticiário do país e do exterior, anúncios em destaque), somada às considerações críticas dos *Quadros Políticos* (seção que abria cada edição, relativos ao ano anterior).⁶ E tão importante quanto as seções informativas, a publicidade também estava presente nas páginas deste jornal. Seus anúncios tinham um conteúdo diversificado, havia publicações de moda, produtos, serviços do mercado carioca, notas públicas e informações gerais do Brasil e do mundo.

Seu conteúdo era editado pelo próprio fundador, o francês Pierre-Renè-François Plancher de La Noè, que nasceu na cidade de Mans, em janeiro de 1779. Ele começou a trabalhar como tipógrafo, ou melhor, “operário impressor” em 1798. Anos depois instalou sua própria *Maison d’édition* nos arredores do Quartier Latin Parisiense, como observa o historiador Marco Morel.⁷ Anos depois, em 1824, o especialista da arte gráfica na França veio para o Brasil e recebeu autorização para instalar aqui seu comércio, e chegou trazendo consigo equipamentos, muitos livros encaixotados, e até alguns operários especializados, que trabalharam ao lado dos escravos e negros que operaram a (primeira) máquina de impressão do jornal, como relata Max Fleiuss (*apud* VITORINO, 2004, p. 35). Instalou na Corte Imperial a badalada Livraria Plancher, na afamada rua do Ouvidor, número 95, que, em 1827 oferecia um catálogo com trezentos e dezessete títulos.

Logo após as primeiras edições circularem na cidade, o jornal acompanha o contexto tumultuado da época, com os tensos primeiros anos da independência. O movimento político observado nas ruas, em outros impressos, nos clubes, repercutiu em suas folhas. Ao lado do Aurora Fluminense (de Evaristo da Veiga), participou da propaganda e do processo que culminaria na abdicação de D. Pedro (em 7 de abril de 1831). Naquelas páginas estavam anunciados os acontecimentos de grande importância do quadro político.

⁶ Em seu conteúdo também circulavam, esporadicamente, muitos discursos acerca da Instrução Pública, um tema que não estava presente somente nos anúncios. Conferir FUTATA, Marli Delmônico de Araújo. O Jornal do Commercio e a educação na primeira metade do século XIX. In: Anais do IV Congresso Brasileiro de História da Educação. Goiânia, 2006.

⁷ MOREL, Marco. As transformações dos espaços públicos. Imprensa, atores políticos e sociabilidades na Cidade Imperial (1820-1840). São Paulo: Editora Hucitec, 2005.

A visibilidade alcançada por este impresso se deveu à várias questões, entre elas o fato de o mesmo ter contado com a colaboração de destacados nomes da sociedade carioca do século XIX, entre eles: Justiniano José da Rocha, José de Alencar, Guerra Junqueiro, Alcindo Guanabara, José de Maria da Silva Paranhos (Visconde do Rio Branco), Emil Seignot, Francisco Sigaud, César Muzzi, Paula Brito, Fábregas Surigué.

O *Jornal do Commercio* mantinha seu estatuto e posição de apoio a quem estava no poder, independente da circulação de pessoas na diretoria administrativa e editorial. O matutino teve como sucessores os franceses Junius Villeneuve, Francisco Picot e Julio de Villeneuve (filho do primeiro e cunhado do segundo) e, em 1890 assume o controle do periódico o senhor José Carlos Rodrigues, antigo correspondente do jornal nos EUA (ficando no cargo até 1915). Sob a direção de José Carlos, muitas personalidades colaboraram: Rui Barbosa, José Veríssimo, Visconde de Taunay, Alcindo Guanabara, Araripe Junior, Afonso Celso, José Maria da Silva Paranhos (filho), Barão do Rio Branco.

Ao lado da *Gazeta de Notícias* o *Jornal do Commercio* tornou-se o mais lido da Corte Imperial (MELLO, 2007, p.75). Entre a lista de seus consumidores, leitores, ouvintes, estavam ricos industriais, fazendeiros, políticos, e também trabalhadores, empregados do comércio, ambulantes, vendedores, militantes de baixa patente, funcionários públicos, mulheres.

Um, entre alguns outros vestígios que permitem uma aproximação razoável em relação aos potenciais leitores dos materiais impressos é o valor comercial a eles atribuídos. Não perdendo de vista que os preços estão vinculados às suas especificidades materiais, como número de páginas, formato, tipos de folhas, capas etc. Mas, no que se refere aos jornais, havia certa unanimidade: apresentavam-se com quatro páginas. Embora o *Jornal do Commercio* tenha chegado a circular com dez, ou até quarenta páginas em edições comemorativas. Enfim, acerca disso, pode-se construir o seguinte quadro comparativo:

Impressos	Condições
<i>Jornal do Commercio</i>	100 Réis o exemplar, 32 mil Réis por semestre, ou 60 mil anual
<i>Lanterna Mágica</i>	2 mil Réis por trimestre
<i>Gazeta do Rio de Janeiro</i>	200 Réis o exemplar ou 5 mil Réis por semestre
<i>O Bem da Ordem</i>	80 Réis o exemplar
<i>Correio do Rio de Janeiro</i>	80 Réis o exemplar
<i>Jornal do Brasil</i>	100 Réis (200 aos domingos), semestral por 16 mil Réis.

E o que estes números têm a dizer? É possível pensá-los como indícios de possíveis apropriações diante de uma sociedade heterogênea. Primeiro, considerando que um escravo de ganho (urbano) recebia entre 80 e 100 Réis como pagamento diário por suas atividades, ele imediatamente deixa de ser afastado da condição de potencial consumidor

dos bens impressos, não somente estes jornais citados no quadro, mas folhetos, opúsculos, pasquins, revistas (MOREL, 2005). Pequenos folhetos informativos, vendidos por 10 ou 20 Réis a unidade nos centros urbanos, certamente alcançariam um grupo mais abrangente de pessoas (com menor poder aquisitivo) que um anuário como o *Almanak Laemmert* (duas mil páginas, capa dura) que custava 6 mil Réis o exemplar na década de 1840. Nota-se, com estas considerações, a importância de observar o documento em sua monumentalidade, com uma crítica que procura dar a ver as suas condições de produção histórica e sua intencionalidade (LE GOFF, 1996).

3. *Almanak Laemmert*: como “uma bússola na vastidão dos mares”

De São Paulo, na América, à Braga, na Europa, almanaques, almanachs, almanaks circulam desde há muito tempo.⁸ A cultura de almanaque tem grande visibilidade e penetração social nos séculos XVIII, XIX e XX, principalmente. Estas épocas contabilizam sua maior expressão, diversidade e expansão de um mercado, como deixa ver a lista que segue, contendo alguns, entre os mais de 400 títulos, disponíveis para consultas no site da Biblioteca Nacional:⁹ *Almanach do Rio de Janeiro (1816 a 1827)*, *Almanak Popular do Rio de Janeiro e Imperial cidade de Nictheroy (1878)*, *Almanach do Pessoal Docente e Administrativo do Collégio Pedro II (1881)*, *Almanak Geral do Império do Brazil (1837)*.¹⁰

Há termos muito recorrentes inscritos no universo da cultura de almanaque, sem considerar a propaganda: astrologia, tempo, datações, festas, ciência, astronomia, política, previsões, humor. Trata-se de temas comuns ao cotidiano, à organização cultural, política e econômica de uma sociedade. Neste caso, os editores e redatores destes impressos encontravam justificativas para imprimir de legitimidade a ideia de utilidade, defendida em suas páginas. Nas linhas publicadas nos almanaques, de uma maneira geral, é crível esbarrar com árvores genealógicas das famílias reinantes, horários, tarifas e percursos de linhas de transporte marítimo, trens e diligências, informações culturais, artísticas, educacionais, científicas, além de textos literários, humor, passatempos, jogos, origens metafísicas, culinária, religiosidade, natureza, sentimentos, educação, astrologia, propagandas, superstições, invenções, anedotas, são miríades de dados que se queriam úteis e que compõem o “livro dos livros”, um almanaque. Para determinados assuntos, existem livros de receita, de nomes, de jardins. Um almanaque é diferente: “ele tem de tudo” (CHARTIER, 1999).¹¹

Desta realidade não se distanciou o *Almanak Laemmert*. E foi em 1827 que sua história começou a acontecer. Na França, os irmãos Henrich e Eduard são educados pelo pai em casa, “nas línguas antigas” e instruídos para os negócios do comércio até os 14 anos. Depois, foram enviados para capital, Karlsruhe, para um aprendizado no comércio

⁸ Para LE GOFF (1992), o primeiro exemplar surgiu na Europa em 1455.

⁹ Número que representa apenas uma estimativa aproximada, que na verdade calcula-se bem maior, a partir da pesquisa realizada pelo acesso virtual disponibilizado pela Fundação Biblioteca Nacional: www.bn.br.

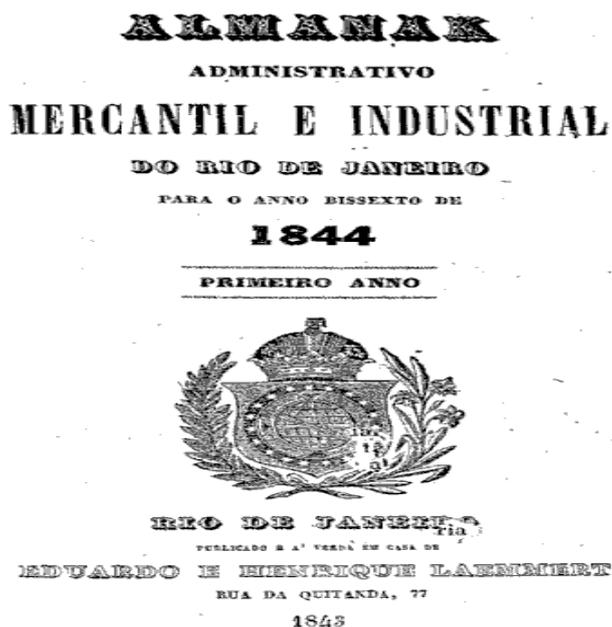
¹⁰ Acerca do tema almanaques como objetos de investigação, conferir: CASANOVA, Vera. Lições de Almanaque - um estudo semiótico. Belo Horizonte : UFMG, 1996.

¹¹ CHARTIER, Roger. “Prefácio”. In: *Histórias e leituras de almanaques no Brasil*. PARK, Margareth B.

dos livros. Quando em 1827, Eduardo e um amigo vieram para o Brasil e instalaram seu comércio na Rua Gonçalves Dias, 88, com o nome de *Souza Laemmert*: “obras francesas modernas de filosofia, administração, artes, ciências, poesias”. Em 1833, o comércio acaba, porque expirou o contrato. Eduardo decide permanecer no país (HALLEWELL, 1985). Algum tempo depois, deu início ao seu próprio negócio (Rua da Quitanda, 77): *Livraria Universal*. Observando um catálogo produzido por este estabelecimento, é possível perceber a diversidade dos títulos comercializados pelo mesmo.

No final da década de 1830, ainda sozinho, Eduardo começou a organizar mudanças nos negócios da livraria. Em 1837, inaugurava outro empreendimento, a *Tipografia Universal*, quando seu irmão mais novo, Henrique, veio para o Brasil. Assim, no ano de 1838 é oficializado o comércio em sociedade, e a *Livraria Universal* torna-se *E & H Laemmert* – Mercadores de livros e música. Os negócios eram variados, mas sempre direcionados ao ofício aprendido pelos irmãos quando ainda jovens, na França. A tipografia cuidava da parte gráfica e das publicações, enquanto a editora financiava esta realização. Além da livraria, editora e tipografia, os Laemmert eram proprietários de uma oficina de encadernação.

Intitulado *Almanak Administrativo, Mercantil e Industrial da Corte e Província do Rio de Janeiro*, o anuário ficou conhecido popularmente como *Almanak Laemmert*. Foi publicado regularmente todos os anos, entre 1844 e anos iniciais do século XX.¹² No texto de “Advertência”, assinado pela redação, em 1854, os irmãos garantem que empenharam todos os esforços em redigir este que é o “filho predileto de nossas empresas literárias”, e é “hoje visto com admiração e citado com elogio”. No prefácio de sua primeira edição, o discurso dos editores Eduardo e Henrique dá a ver a intenção de legitimidade que os mesmos pretendiam empreender a obra, em torno da ideia de sua necessidade e utilidade pública.



¹² Mais precisamente 1930, de acordo com informações do site da Biblioteca Nacional.

Em 1844, surgia a primeira edição do anuário Laemmert como um “magro voluminho de 288 páginas em formato acanhado” (p.4), porém, revestido em capa dura, um sinal de luxo e requinte. Circulava na Corte e província do Rio de Janeiro e era vendido no estabelecimento dos seus próprios comerciantes (ainda na Rua da Quitanda, número 77). Em suas primeiras folhas registravam-se a capa, os “Sinaes do porto do Rio de Janeiro”, seguido da intervenção escrita de seus proprietários, intitulada “Advertência”. Seguindo nesta estrutura, e assemelhando-se aos demais almanaques que existiam na época, o *Laemmert* informa sobre as autoridades, a organização administrativa, jurídica, política, social e cultural do Império. Apresentava estes dados como “informações úteis e necessárias”: reis ou imperadores de cada país, o corpo diplomático e consular estrangeiro – residente na Corte (por países), a “Augustíssima Casa Imperial do Brasil” (detalhada entre as páginas 39 e 65), empregados do Paço Imperial, Ministério do Império, Presidentes das províncias, Professores e funcionários da Faculdade de Medicina, Arquivo público do Império, Academia Imperial de Bellas Artes, Biblioteca Nacional, Colégio Pedro II (Funcionários, professores, recursos, tabelas de estudos, funcionamento), Correio Geral da Corte, Escolas Públicas de Primeiras Letras, Jardim Botânico, Passeio Público, Museu Nacional, Ministério da Justiça, Tribunal de Justiça, Juizados, Polícia, Casa de Correção, Corpo Municipal Permanente da Corte, Guarda Nacional, Secretaria dos Negócios Eclesiásticos, Ministério da Marinha. Em seguida, estão disponibilizados os anúncios publicitários do comércio, amplo e geral.

A partir da segunda década de publicação (1854), as alterações, no tocante o seu conteúdo, são mínimas, uma destas foi o acréscimo da lista dos assinantes do Almanak. A partir da leitura desta listagem é possível se aproximar dos lugares pelos quais circulava o livro, das mãos por que passou, dos usos possíveis de seu conteúdo. Ao mesmo tempo, é possível deparar-se com as prescrições destes usos, com a vontade de verdade que o impresso pretende imprimir às suas apropriações. Os “protetores da empresa”, como são identificados pelos editores, têm detalhados não somente seus nomes. Para produzir o efeito desejado, é preciso dar a ver que o mesmo faz parte do cotidiano de grandes figuras sociais. Com isso, procura-se criar certo grau de publicidade e a intenção de fazer aparecer um tipo de “sentimento aristocrático”, legitimando a clivagem entre elementos constitutivos da sociedade imperial (MATTOS, 2004). Assim, são registrados endereços, atividades profissionais (ausente em alguns nomes), títulos de nobreza ou pertencimentos a ordens religiosas e políticas, informações nas quais constam as marcas da visibilidade crescente que vinha adquirindo o Almanak Laemmert no decorrer dos anos de publicação. Por exemplo, entre a primeira relação publicada (1845) e sua 12^o (1859), houve um crescimento de quase 300% do número dos nomes. De 137 assinantes para mais de 380, que, na verdade, são relativos, visto que, na referida lista, constam somente os nomes que ainda não foram citados no corpo do Almanak, pela publicidade.

Na lista da edição de 1874, cujos nomes estão distribuídos e organizados por cidades da província do Rio de Janeiro e São Paulo, constam pessoas físicas e jurídicas (empresas, comércios, repartições públicas, câmaras municipais). E entre personalidades ilustres (Commendador Duarte Gomes da Assunção, Capitão José Simplício Ribeiro, Dr. Manoel Antônio Fernandes, Bacharel Domingos Albuquerque de Farcelos Cordeiro, Barão de Ipiabas), pode ser encontrado um leitor comum do *Almanak Laemmert*: Francisco José de Assis, que, se não fosse pai do escritor brasileiro Machado de Assis, passaria despercebido na lista (como tantos outros que o leitor certamente nem se deu conta de identificar) como um pintor mulato da Corte Imperial, que vivia na cidade de Santa Maria Madalena. Portanto, a obra passava entre variadíssimas mãos: operários, capitães, trabalhadores liberais, repartições públicas, pequenos comerciantes, barões, doutores, proprietários.

Em 1884, o Almanak Administrativo já contava com um total de 2.554 páginas, distribuídas a partir de uma nova configuração: 2.094 páginas do Almanak, 428 de um Indicador e um Catálogo, 32 páginas (com as obras editadas e/ou vendidas pela editora e tipografia dos Laemmert). Via-se uma nova disposição, organização e formato. Ao lado destas inovações, a função de editor recebe novo ocupante, como esclarece a obra: “Fundado por Eduardo. Reformada e novamente organizada por Arthur Sauer”, quem assina o Prólogo daquele ano. Sauer era genro de Eduardo e diretor da *Companhia Typográfica do Brazil*, além de sócio efetivo do *Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro* (desde 1891). Posterior ao ano de 1900, ele se torna editor e proprietário do *Almanak Laemmert*, que em 1902 (59ª ano) circula com 1.772 páginas.

4. Anúncios da instrução Particular

Foi possível notar naqueles impressos do Oitocentos várias seções como comentários políticos, notas informativas, calendário, balanço econômico, informações sobre burocracias do império e outros. E, tão importante quanto aqueles, eram os anúncios que pululavam nas páginas dos jornais, folhetos, almanaques, gazetas, cartazes. Se os espaços informativos, os quadros políticos, as cartas de leitores, com queixas e sugestões, dão a ver vários aspectos da cidade, de experiências sociais, políticas, culturais e econômicas, esses registros evidenciam formas de morar, comer, se comunicar, vestir, entreter, ensinar, trabalhar, relacionar-se, que se prescreviam como as mais modernas, adequadas e corretas naquele tempo. Segundo Luis Fernando Cerri, a análise da publicidade permite ver que até sonhos e desejos são históricos. Em *Vendendo o peixe*, este autor observa:

O que dá riqueza às peças publicitárias como documentos históricos para uso científico ou didático é o objetivo para o qual são produzidas: vender produtos, deias e instituições para o público consumidor (...) A mensagem publicitária se dirige ao conjunto de imagens, símbolos, desejos e medos que, embora variem um pouco de pessoa para pessoa, constituem um padrão cultural de cada sociedade, chamado de

imaginário pelos estudiosos das ciências humanas. Esse imaginário não é estático, e sim reorganizado conforme as necessidades e características de cada momento histórico¹³.

Neste sentido, investigados como fonte, os anúncios demonstram o que se pretendia que fosse valorizado culturalmente, e, por isso, merecia ser divulgado, publicizado para ser consumido. Este é também o retrato de muitas daquelas propagandas que se encontravam nas páginas do *Jornal do Commercio* e do *Almanak Laemmert*. O impresso diário (*Jornal do Commercio*) expunha em suas edições diárias uma seção bastante variada e longa de anúncios descritivos, explicativos: máquinas de costura, leilões, escravos fugidos, professores particulares, advogados, remédios, tipografias, colégios, tecidos, ervas medicinais, consertadores de pianos.

No *Almanak Laemmert* era possível encontrar variados aspectos de toda a cidade do Rio de Janeiro anunciada em suas mais de mil páginas em cada edição anual. Nele, estavam registrados anúncios dos diversos ramos de atividade do comércio, da burocracia do Estado Imperial, calendário com festas e eventos sociais e religiosos. Nestes termos, compreende-se estar diante de elementos bastante particulares de uma cultura. Aqueles anúncios são vestígios do que era valorizado culturalmente, ou melhor, do que se pretendia que fosse, e, por isso, merecia ser divulgado, publicizado para ser consumido, vendido, desejado.

A partir do uso destes diferentes materiais, foi possível perceber que o conteúdo daquelas propagandas variava de acordo com o tipo e a forma de impresso em que estava publicado. A publicidade do jornal, por ser papel diário, buscava a atualização constante do comércio, com informes sobre mudanças de endereços, promoções, novidades, alteração de valores. No anuário, o que se via com mais frequência era a descrição mais geral das atividades do comércio, justamente por que suas edições eram únicas ao ano.

No transcorrer do século XIX, as propagandas do ensino particular, passam a ser cada vez mais comuns, e circulam sempre com mais frequência nos impressos daquele tempo. Os registros publicitários, porém, embora deixem ver aspectos correspondentes à organização e funcionamento das instituições particulares de ensino, não traduzem uma realidade, não são os reflexos da *cultura escolar* do século XIX. Não são fontes que dão a ver a vida ou o cotidiano das experiências. É preciso pensá-los como representações de uma realidade, como formas particulares (comerciais) de retratar as instituições e seus serviços. Certamente, privilegiavam-se determinados ângulos para expor da maneira mais adequada os colégios, seus serviços, profissionais, ao mesmo tempo em que se ocultavam ou mascaravam outros menos favoráveis àqueles comerciantes da instrução. Falava-se a respeito do que lhes poderia beneficiar, dos diferenciais que lhes destacavam na concorrência, apresentavam-se informações que iam ao encontro das legislações e normas gerais do ensino.

¹³ CERRI, Luis Fernando. Vendendo o Peixe. *Revista de História*. Biblioteca Nacional. Agosto, 2006.

Neste sentido, é preciso estar atento para o fato de que num discurso em que se constrói a propaganda, em que se “vende” uma imagem, um serviço, um produto, só é percebido aquilo que as próprias instituições queriam fazer ser percebido de si mesmas e do sentido de escolarização que empregavam, das defesas e dos combates que elegiam como necessários e importantes. Um anúncio possibilita identificar o modo, a maneira pela qual o objeto pretende ser notado.

Com efeito, esta reflexão permite ler e analisar de forma mais crítica a publicidade que se fazia da educação escolarizada no século XIX. Ao priorizar na escrita certas preocupações, como estrutura física “ampla e arejada”, localização em “lugar mais salubre”, mobiliários “mais adequados”, “completa tabela de estudos”, oferta de “saberes necessários”, trabalho dos “melhores” profissionais, porque “premiados”, “dignos e hábeis”, as propagandas apresentavam uma certa perspectiva acerca da *cultura escolar*, deixando evidente o que estava sendo forjado como importante, fundamental, e não necessariamente a realidade, o cotidiano daquelas práticas e experiências.

4.1. Espaço Físico

Naquele tempo, a questão do espaço escolar, da estrutura física do “lugar” educativo, desdobrava-se nas preocupações referentes à arquitetura, salubridade, higiene. Isso emerge no interior do registro de publicidade como efeito da apropriação do objeto educacional pela ordem médica que intervém socialmente, prescrevendo medidas educativas com a pretensão de conformar socialmente o projeto de educar, instruir e civilizar. Estes preceitos estavam retratados e legitimados pelos anúncios. Nas propagandas, estes termos caros aos médicos da Corte passeavam com muita frequência na descrição do ambiente, dos cuidados, das prioridades estabelecidas pelos comerciantes da instrução. Essa era uma imagem capaz de atribuir valor ao negócio, já que circulava no cotidiano da população com tanta visibilidade. Estas marcas aparecem de diferentes formas. Talvez por este motivo, um dos vestígios que, de forma bastante recorrente, salta aos olhos nos anúncios analisados é a perspectiva da salubridade, do asseio. As instituições, portanto, procuravam observar indiretamente que, apesar de situados num local insalubre como a Corte, dispunham de ambientes arejados. A oferta de educação em localizações “mais salubres” consistia no mais atual e forte atestado de qualidade daquele tempo.

Na propaganda do *Collegio de Santa Cruz* (“outrora denominado instrução elementar”, passa a ser de ensino secundário), é possível perceber que o proprietário procura garantir estes valores. Localizado em várias edições do anuário Laemmert, com pequenas alterações (1854, 1866 e 1871, por exemplo) o anúncio registra, a este respeito, que o estabelecimento funciona em um excelente, espaçoso e muito bem arejado prédio, cuja localização também é a melhor da Corte Imperial (trata-se da Rua do Lavradio), como se vê:



Neste collegio, estabelecido em uma excellente, espaçossissima e mui bem arejada casa, e em uma das melhores ruas desta côrte, ensinão-se todos os preparatorios para as academias do Imperio, e bem assim diversas outras linguas, sciencias, bellas artes e exercicios. O director se emprega simultaneamente na disciplina e ensino, segundo as circunstancias o exigem.

Este collegio admittie pensionistas, meios pensionistas e externos: as condições de admissoão, são:

Pensionistas, incluindo o ensino da 1.ª classe, papel, penhas, &c.	20\$000 mensaes.
Meios pensionistas " " " " "	15\$000 " "
Externos " " " " "	5\$000 " "

Pelas classes que os alumnos frequentarem, além da primeira, cujo ensino é incluído nas ditas mensalidades, pagarão uma gratificação mais, conforme a classe.

Afim de manter a boa ordem, asseo e regularidade em todas as diversas repartições do estabelecimento, a casa fornece leito de ferro com cortinado, colchões, travesseiros, hacias, lavatorio, &c., aos alumnos, mediante 25\$000 por uma só vez.

O anno lectivo começa a 7 de Janeiro e acaba a 8 de Dezembro. São dias uteis todos os que não são de guarda. Os exames são depois do dia 8 de Dezembro, e publicos. Neste estabelecimento ha missa e explicação dos Evangelhos todos os domingos e dias santos; uma enfermaria e medico de partido; espaçosa chacara que fornece abundancia e variedade de vegetaes, e todas as commodidades para banhos, &c.

(Almanak Laemmert, 1866, p.345)

Nas páginas do *Jornal do Commercio* havia muitos anúncios com aspectos referentes ao funcionamento dos colégios da Corte. Aquelas propagandas diárias do jornal pretendiam comunicar a organização do ano letivo: datas relativas às férias, início das aulas, recessos de feriados etc. Estes registros apareciam sempre nos meses correspondentes: dezembro, janeiro, junho e julho. Em janeiro (dos anos de 1854, 1859, 1864, 1869 e 1874), havia muitos que informavam o dia de retorno das aulas: *Collegio Allemão, Portuguez e Francez*, “início das aulas será no dia 9 do mez corrente” (...); *Collegio da Sr^a Baroneza de Geslin*, “o início das aulas no dia 9 do mez corrente, na rua do principe n° 25”; *Collegio Lycêo Roosmalen*, “Localizado na rua da pedreira da candelaria n° 16, informa o início das aulas no dia 9 do mez corrente. Já os registros dos meses de maio, junho e julho (primeiro semestre), e novembro e dezembro (segundo semestre), são informes acerca dos prazos das férias. Por exemplo, em junho de 1854, o *Collegio Kopke* (de Petrópolis), anunciava que o princípio das férias do seu estabelecimento seria no dia 11. Em dezembro do mesmo ano, o *Collegio da Sr^a Baroneza de Geslin* anunciava a programação de princípio e término do recesso escolar no seu estabelecimento.

Nas edições dos demais meses do *Jornal do Commercio*, os dados observados nos anúncios referiam-se ao funcionamento cotidiano dos estabelecimentos particulares como mudança de endereço. Nestes casos, que eram bastante recorrentes, os exemplos

eram dos meses de março e setembro (1854), do *Collegio de Meninas* e do *Collegio Nossa Senhora da Piedade*. Muitos informam sobre algumas disposições gerais dos colégios, fragmentos dos estatutos, datas para abertura de matrículas, para os feriados em que os alunos internos poderiam ir para casa (*Collegio Episcopal de S. Pedro de Alcântara*, 1859), formas para enviar correspondências aos meninos e meninas internos (*Collegio S. Vicente de Paulo*, 1859), dias de exames e provas (*Collegio Pinheiro*, 1864), locais onde os pais poderiam encontrar o diretor do estabelecimento (*Collegio do Caraça*, 1864), melhora de saúde de um religioso, com novo horário das missas no colégio (*Collegio Inglez de Meninas de Botafogo*, 1859), convite para primeira comunhão das alunas internas (*Collegio de Botafogo*, 1859), comunicado acerca das premiações dos alunos (*Collegio Ilustração*, 1874), suspensão das aulas por motivo de doença de professor (*Collegio Conceição*, 1864), abertura de novo estabelecimento (*Collegio de Santa Catharina*, 1869), alteração do nome da instituição (*Collegio Magalhães* para *Collegio Massambaraense*, 1869) ou sobre nova unidade, (*Collegio Teixeira*, 1869) e informação sobre cerimônia de comemoração de aniversário de oito anos do colégio (*Collegio Pinheiro*, 1869).

4.2. Professores

Em *Professores: a alma do negócio? A história da educação pelotense vislumbrada por meio de anúncios publicitários (1875-1910)*, as pesquisadoras Helena de Araujo Neves e Giana Lange do Amaral analisaram anúncios da educação particular na cidade de Pelotas (RS), e perceberam que, nas propagandas, destacar o professor que compunha seus quadros era uma marca recorrente.¹⁴ De certa forma, tinha intenção de produzir e legitimar atestados de qualidade como foi observado anteriormente. De acordo com as autoras, quanto mais bem reconhecido, mais bem qualificado e reconhecidamente habilitado era o profissional, maior poderia ser a credibilidade do colégio.

Estes apontamentos são, da mesma forma, recorrentes nas propagandas cariocas do Dezenove. Atestar qualidade da instituição de ensino a partir dos profissionais que ministram as aulas em seus estabelecimentos mostrava-se significativamente comum. O *Collegio Parahyba do Sul*, cujo anúncio circulava em 1855 no *Almanak Laemmert*, registrou a preocupação do diretor em “fazer os maiores sacrifícios para obter e conservar os mais dignos e hábeis professores”. Já o *Collegio de Meninas* (Baroneza de Geslin), destacou na publicidade do estabelecimento que, “para justificar a confiança dos pais, a diretora só admite em sua casa os professores os mais distintos da Corte” (*Almanak Laemmert*, 1863).

O *Collegio Brasileiro para Educação de Meninas* anunciou (1871) no *Almanak Laemmert* que as matérias de ensino eram lecionadas por professoras “mais habilitadas e morigeradas”. Numa propaganda que se encontrava na mesma edição do anuário, o *Collegio de Meninas Alemão, Inglez, Francez e Portuguez* registrou que:

¹⁴ NEVES, Helena e AMARAL, Giana Lange. *Professores: a alma do negócio? A história da educação pelotense vislumbrada por meio de anúncios publicitários (1875-1910)*. In: Anais do IV Congresso Luso Brasileiro de História da Educação. Belo Horizonte, Minas Gerais: 2005.

este estabelecimento faz-se recomendável aos pais de família, não só por sua bela e optima situação em um dos lugares mais sadios nos arrabaldes desta Corte (...) como também pela escolha escrupulosa dos mais distintos professores que são admitidos a cooperar para o ensino dos diversos ramos de instrução a que se compromete o colégio (p.534).

São termos muito semelhantes, que pretendiam criar uma imagem comum em torno da “ficha”, do reconhecimento dos profissionais: habilitados, moralizados, assíduos, dignos, eficientes, experientes. Associada a isso, estava a ideia que se tentava imprimir acerca da “rigorosa” seleção dos mesmos, o que, portanto, rechaçava a impressão de que os diretores e proprietários não se importavam tanto com o recrutamento dos mestres. Assim, descrevendo, ou não, informações a respeito deles, muitas propagandas faziam questão de registrar, pelo menos, o nome dos professores e professoras, como este, do ano de 1874 (p.538):

388

COLLEGIOS DE MENINOS.

COLLEGIO PINHEIRO [426

ESTABELECIDO NA

PRAÇA ONZE DE JUNHO

(ANTIGO ROCIO PEQUENO)

N. 10

Palacete do Sr. Visconde de Aljezur, Morgado de Marapicú,

Fundado em 1861 o dirigido por

JOSÉ RODRIGUES DE AZEVEDO PINHEIRO

PROFESSOR HABILITADO PELO CONSELHO DIRECTOR

DA INSTRUÇÃO PUBLICA DA CÔRTE.

Este estabelecimento, montado com esmero, tem proporções vastíssimas para um grande internato. Recebe alumnos internos, meios e externos, para instrução primaria e todos os preparatorios exigidos pelas Academias do Imperio.

Uma disciplina severa, e o mais minucioso cuidado na educação physica, moral e intellectual dos alumnos é unicamente o que affiança seu director, que conquistou a confiança publica á força de muito trabalho e sacrificios extremos.

Os estatutos distribuem-se no collegio, que pôde ser visitado a qualquer hora.

VICE-DIRECTOR, Bacharel José Rodrigues de Azevedo Pinheiro Junior, § 6.

Professores.

<i>Aula primaria.</i> — O director com a coadj.	<i>Geographia.</i> — Luiz de Oliveira Bueno.
<i>juvenes.</i>	<i>Historia.</i> — Antonio Pereira Leitão.
<i>Grammatica portugueza.</i> — O director.	<i>Philosophia.</i> — Padre-Mestre Frei Saturnino de Santa Clara Antunes d'Abreu.
<i>Latin.</i> — Dr. Manoel Thomaz Alves Negr.	<i>Musica.</i> — João Rodrigues Cortes.
» Major Ant.ª Maria Cabral de Mello.	<i>Dessenho.</i> — Carlos Frederico Cesar Burlamaque.
<i>Francez.</i> — Mr. Fortuné D. Mouren.	<i>Gymnastica.</i> — Tenente Dionysio Frederico Korff.
<i>Heb.</i> — Dr. Franc.ª Moreira Sampaio.	
<i>Ingliz e Rhetorica.</i> — Manoel Paolico da Silva Junior.	
» João Rodrigues Cortes	
<i>Mathematicas.</i> — José de Napoléon Teles de Menezes.	<i>CAPELLÃO.</i> Padre Mathews Zuppi.
<i>Idem e Geographia.</i> — Bacharel José Rodrigues de Azevedo Pinheiro Junior, § 6.	<i>Médico.</i> Dr. Francisco de Menezes Dias da Cruz, § 6.

Pensões trimestraes.

Pensionista	440\$000	Joia de entrada para os pensio-	
Melo-pensionista	75\$000	nistas	30\$000
Externo do curso secundario	25\$000	Diu annual	24\$000
Externo do curso primario	24\$000	Pensão de roupa lavada	24\$000

Pensões pagas por trimestres adiantados, sem excepção de pessoa.

Analisando estes anúncios, nota-se que também podem ser percebidos alguns sinais de formação dos profissionais. As propagandas do Laemmert, em que aparecem anúncios de professores que ofereciam aulas particulares dão a ver alguns vestígios que evidenciam o pertencimento dos mestres nos seus respectivos percursos de profissionalização. Alguns são habilitados pela prática (em casos de transmissão do ofício nas atividades familiares), outros por instituições, (nacionais e internacionais). Em registro de 1847, o professor Casimiro Correia de Almeida Portugal⁵, destacava que “foi discípulo dos professores lisboenses João Manoel Esteves e Joaquim Jose Ventura”, e que este fato, portanto, concorreu para que lecionasse de forma “breve a escrita segundo o método do professor Joaquim”. Ao mesmo tempo, acrescentou que “possui as utilíssimas pautas necessárias a este método que são desconhecidas na Corte”. Outro exemplo destas práticas bastante comum, é o anúncio de 1868, onde o professor José Luiz Nogueira observa:

AULA PRÁTICA E THEORICA DA LINGUA INGLEZA.

José Luiz Nogueira Velasco da Gama, professor da mesma lingua Ingleza, approvado pelo Conselho Supremo de Instrucção Publica da Côrte, foi educado em um dos melhores collegios da cidade de Londres; lecciona nesta cidade das 7 horas da manhã até a 1 da tarde, em casas de familias e collegios, e em sua casa, n. 121, rua Nova de S. Pedro, todos os dias uteis das 5 horas da tarde às 8 da noite.

José da Maia,—ingleza e franceza, e escript. mercantil—, r. da Lampadosa, 44.

José Manoel Garcia,—latina e franceza—, r. do Sabão, 310 A.

Bacharel Julio Ruffier,—franceza, mathematica, historia, geographia, physica e chimica,—praça da Constituição, 54.

Leisten (C. H.),—alemã e portugueza—, r. d'Ajuda, 59.

Bacharel Léon Sue Surville,—franceza—, r. dos Barbonos, 18.

Luiz Stallone,—italiana—, travessa do Paço, 7.

L. Taizon,—franceza—, r. de Gonçalves Dias, 64, 2º andar.

M^{me} Luiza Gylio,—ingleza, franceza e italiana—, r. do Ouvidor, 101.

(Almanak Laemmert, 1868, p.477)

4.3. Planos de Estudos

A partir da leitura do anúncio abaixo (*Almanak Laemmert* de 1855, p.328), nota-se a preocupação em destacar que as matérias ensinadas estavam de acordo com a lei. Ao mesmo tempo, que as mesmas compunham as prendas que “aperfeiçoão a educação de uma menina” (bordado, pintura, agulha, música, piano, inglês, francês etc). Para a proprietária do *Collegio Nacional*, não era preciso discriminar os saberes na propaganda, somente rotular com atestados e garantias o seu plano de estudos destinado às meninas:

Collegio Nacional, D. Polucena Maria da Conceição da Cruz, lecciona além das materias marcadas pela lei, todas as mais prendas que aperfeiçoão a educação de uma menina; tambem recebe pensionistas e meias pensionistas, rua do Areal, 7.

De acordo com os registros, observa-se que o ensino primário estava profundamente marcado pelas questões de gênero. No que tange aos saberes femininos, os complementos curriculares supunham restrições a conhecimentos mais amplos da matemática (álgebra, aritmética, geometria). O que se via com mais recorrência era que os mesmos ficavam condicionados à oferta de “prendas que aperfeiçoam a educação de uma menina”. Acerca disso são exemplares várias outras propagandas no *Jornal do Commercio* e no *Almanak Laemmert*.

O *Collegio de Educação Litteraria e Moral* tinha seu currículo direcionado à leitura, escrita, contas e habilidades de agulha. Assim como a instrução primária no *Collegio*

¹⁵ Este profissional é diretor e professor do *Colégio Fluminense*. Aqui neste anúncio ele oferta aulas avulsas do secundário. No *Colégio Fluminense*, o ensino é também de instrução primaria. Registra em 1848 e 1849 que divide a direção do colégio, as aulas na própria escola e ainda aulas particulares (estas, três vezes por semana, a partir da três horas da tarde).

Santa Cecília ou no *Collegio Emulação da Juventude*, com suas típicas listas curriculares voltadas para moças. Também é exemplar a publicidade do *Colégio Augusto*, do ano de 1863 do *Almanak Laemmert*, no qual se lê que somente pela vontade dos pais poderia ser aplicado o ensino de aritmética às suas alunas.

Já no caso da instrução primária para o sexo masculino, é crível identificar um alargamento na oferta de disciplinas e cursos. Para eles, ao lado das matérias básicas havia propagandas que anunciavam a aprendizagem de disciplinas complementares como escrituração e contabilidade mercantil (anúncio do *Collegio Padre Saraiva*, *Almanak Laemmert*, 1854, p.538), bem como aritmética, geografia, matemáticas, ciências, filosofia, retórica:

338

COLLEGIOS DE MENINOS.

COLLEGIO PINHEIRO^[426]

ESTABELECIDO NA

PRAÇA ONZE DE JUNHO

(ANTIGO ROCIO PEQUENO)

N. 10

Palacete do Sr. Visconde de Aljezur, Morgado de Marapiou,

Fundado em 1861 e dirigido por

JOSÉ RODRIGUES DE AZEVEDO PINHEIRO

PROFESSOR HABILITADO PELO CONSELHO DIRECTOR

DA INSTRUÇÃO PUBLICA DA CÔRTE.

Este estabelecimento, montado com esmero, tem proporções vastíssimas para um grande internato. Recebe alumnos internos, meios e externos, para instrução primaria e todos os preparatorios exigidos pelas Academias do Imperio.

Uma disciplina severa, e o mais minucioso cuidado na educação physica, moral e intellectual dos alumnos é unicamente o que affiança seu director, que conquistou a confiança publica á força de muito trabalho e sacrificios extremos.

Os estatutos distribuem-se no collegio, que pôde ser visitado a qualquer hora.

VIC-DIRECTOR, Bacharel José Rodrigues de Azevedo Pinheiro Junior, § 6.

Professores.

<i>Aula primaria.</i> — O director com 4 coadjuvantes.	<i>Geographia.</i> — Luiz de Oliveira Bueno.
<i>Grammatica portugueza.</i> — O director.	<i>Historia.</i> — Antonio Pereira Leitão.
<i>Latim.</i> — Dr. Manoel Thomaz Alves Nogr.	<i>Philosophia.</i> — Padre-Mestre Frei Saturnino de Santa Clara Antunes d'Abreu.
» Major Ant. Maria Cabral de Mello.	<i>Musica.</i> — João Rodrigues Cortes.
<i>Francz.</i> — hr. Fortuné D. Mouven.	<i>Desenho.</i> — Carlos Frederico Cesar Burlamaque.
» Dr. Franc. Moreira Sampaio.	<i>Gymnastica.</i> — Tenente Dionysio Frederico Korll.
<i>Inglez e Rhetorica.</i> — Manoel Pacheco da Silva Junior.	<i>CAPELLÃO.</i> Padre Matheus Zuppi.
» João Rodrigues Cortes	<i>MEDICO.</i> Dr. Francisco de Menezes Dias da Cruz, § 6.
<i>Mathematicas.</i> — José de Napoles Telles de Menezes.	
<i>Idem e Geographia.</i> — Bacharel José Rodrigues de Azevedo Pinheiro Junior, § 6.	

Pensões trimestraes.

Pensionista	140\$000	Jota de entrada para os pensionistas	30\$000
Meio-pensionista	75\$000	Dita annual	20\$000
Externo do curso secundario	45\$000	Pensão de roupa lavada	24\$000
Externo do curso primario	24\$000		

Pensões pagas por trimestres adelantados, sem excepção de pessoa.

4.4. Custos da Instrução Particular

No caso de tratar-se de uma família desejosa de ver seu filho, ou filha, matriculado num dos colégios particulares da Corte Imperial – seja porque a escola pública encontrava-se distante demais de sua residência, por falta de vaga na mesma, ou por acreditar que o ensino fosse mais qualificado no estabelecimento pago – quanto pagaria pela almejada instrução primária naqueles anos do Oitocentos?

Primeiramente, é preciso observar que o custo de uma família para manter seus filhos em um dos estabelecimentos variava de acordo com a situação em que o aluno seria

admitido na instituição. Nos anúncios do *Almanak Laemmert* e do *Jornal do Commercio* foi possível identificar que os colégios de ensino primário ou secundário poderiam se organizar para receber alunos pensionistas, meio-pensionistas ou externos. Aqueles que ficavam em tempo integral na instituição e retornavam as suas casas somente nas férias, em feriados prolongados ou no final de todo curso letivo e recebiam alimentação, instrução, educação moral e religiosa, e, em alguns casos, cuidados médicos, eram os da classe dos pensionistas, ou seja, aqueles cujos valores de pensão eram os maiores. Esta situação era muito comum para as alunas ou alunos cujas famílias moravam em estados, cidades ou mesmo freguesias distantes da localização do referido estabelecimento.

Os meninos ou meninas meio-pensionistas poderiam sair do colégio e retornar ao aconchego familiar no fim de cada mês, de cada semana ou no final do dia, e era facultativo o uso de serviços oferecidos pelo estabelecimento, como alimentação, dormitório, lavagem de roupa, etc. Por fim, havia a classe das crianças externas, que eram as que se dirigiam todos os dias ao colégio nos horários estabelecidos.

No caso dos pensionistas, vê-se que as instituições procuravam estabelecer através do anúncio uma percepção de cuidados constantes, descrevendo-se como se fosse (ou funcionasse como) uma extensão do lar. A oferta destas três distintas formas de atendimento era recorrente inclusive em colégios de pequeno porte, em que o professor transformava sua própria casa em estabelecimento de ensino. Nestes casos, os alunos pensionistas ou meio-pensionistas dividiam os cômodos da casa com a família do mestre. Um exemplo disso aparece numa propaganda de apenas três linhas, inscrita na edição de 1847 do *Laemmert*. Nela, a única informação que consta (além do endereço) é a oferta de ensino para internos na casa da professora, “D. Maria Angélica de Athayde Pestana de Simas”.

Outras considerações também são importantes para se compreender de que forma se estruturava a cobrança das pensões da instrução primária nos colégios particulares da Corte Imperial, e quais eram estes valores. Trata-se da existência de diferentes taxas extras, ou seja, não compreendidas nas mensalidades e que correspondiam a serviços distintos, como aulas de desenho (6\$000 – seis mil contos de Réis – no *Collegio de Meninas* da Baroneza de Geslin), canto (8\$000 no *Collegio de Meninas* da Ms. Hitchings), línguas estrangeiras (10\$000 no *Collegio Brasileiro*), piano (30\$000 *Collegio Imaculada Conceição*), dança (8\$000 no *Collegio de Meninas* de Taulois e Rivierre).¹⁶ Havia também determinados cuidados domésticos com as roupas dos alunos (lavadas, engomadas e costuradas), cujo valor era bastante variado.

No *Collegio Pinheiro*, o custo do serviço de roupas era de 24\$000 por trimestre e 10\$000 mensais no estabelecimento de propriedade de Taulois e Rivierre. Havia, também, uma cobrança que se fazia no ingresso do aluno ou aluna pensionista, e que correspondia à oferta de cama, travesseiro, “material de sala de banho” etc. No colégio citado acima (*Collegio de Meninas* de Taulois e Rivierre), o custo desta taxa era de 30\$000. O mesmo cobrado no *Collegio de Botafogo*, onde, porém, acrescentavam-se 40\$000 Réis para as alunas que continuariam no estabelecimento no mês de dezembro (férias).

¹⁶ São, comumente, as seguintes matérias: algumas línguas, dança, flauta, piano, canto, desenho, cujos valores ficam entre quatro e dez mil contos de Réis cada.

Realizando a análise dos registros publicitários em que estavam expostos os valores necessários para custear o ensino dos meninos e meninas cariocas, foi possível perceber que alguns estabelecimentos faziam parte de grupos com preços mais caros, e outros mais baratos (tomando como parâmetro valores para alunos e alunas pensionistas, internos). Salienta-se de antemão que esta comparação é arbitrária, haja vista que não está sendo realizada com a totalidade de colégios existentes na Corte Imperial, porque alguns anúncios não registravam estas informações, e, ao mesmo tempo, muitos colégios não anunciavam em nenhum destes canais investigados (almanaque e jornal). Neste sentido, viu-se que os mais caros cobravam uma média de 30 a 50 mil Réis por mês.¹⁷ Enquanto nos de menor custo o valor estava em aproximadamente 20 mil Réis. Diferença que não era tão grande, pode-se dizer que os preços variavam pouco.

Considerações

De modo geral, estas fontes permitem observar alguns traços do funcionamento daqueles colégios particulares da Corte Imperial, que eram mais numerosos que as escolas públicas.¹⁸ No século XIX, a diversidade de experiências particulares de educação escolar estava contribuindo para fazer crescer e desenvolver o comércio geral do Rio de Janeiro e Corte Imperial com colégios de preços, tamanho, estrutura física e oferta de saberes variadíssimos.

Naqueles impressos do Oitocentos, como o *Jornal do Commercio* e o *Almanak Laemmert*, havia várias seções: comentários políticos, notas informativas, calendário, balanço econômico, informações sobre burocracias do império e outras. Tão interessante quanto estas eram os anúncios que abundavam em suas páginas. Se os espaços informativos, os quadros políticos, as cartas de leitores (com queixas e sugestões) dão a ver vários aspectos da cidade, de experiências sociais, políticas, culturais e econômicas, esses registros evidenciam formas de moradia, alimentação, comunicação, vestuário, entretenimento, ensino, trabalho, relacionamento, que se prescreviam como as mais modernas, adequadas e corretas naquele tempo.

As propagandas que veiculavam, as novidades que comunicavam, os serviços e produtos que valorizavam e as necessidades que forjavam, passaram pelas mãos de muitos leitores, ouvintes, observadores. A organização comercial do mercado (baixos preços, diversificação de conteúdos e formas, inovações técnicas, estratégias de divulgação, ambiente convidativo, inserção de gravuras, desenhos, fotografias) tornou-se elemento favorável ao acesso das pessoas àquele universo. Uma parcela cada vez mais significativa da população estava lendo, olhando a palavra impressa e comprando aqueles papéis, observando imagens que neles circulavam, adquirindo suas próprias leituras (pagando preços baixos por elas), socializando, debatendo ou ouvindo (na rua, em casa, nos cafés, nas

¹⁷ Valores calculados por mês, mas a modalidade de pagamento varia de uma para outra instituição. Podendo ser mensal, trimestral, semestral ou anual. O menos comum é o mensal.

¹⁸ Conferir LIMEIRA, (2010)

escolas, nas livrarias, nas confrarias literárias, nas lojas) as ideias, novidades e informações de seu conteúdo. Assim, compreende-se que as representações acerca do comércio da instrução particular, elaborados a partir das suas propagandas, estavam circulando cada vez mais, e entre um número mais expressivo de pessoas, leitores e consumidores.

As reflexões acerca da conjuntura específica dos materiais impressos tornaram crível uma análise mais apurada daquelas propagandas do comércio da instrução. Foi possível perceber que as diferenças e especificidades de um tipo e outro de impresso (jornal e almanaque) produziam efeitos na configuração dos anúncios. A escolha dos estabelecimentos particulares por um ou outro canal (anúncio num folheto, num jornal, num almanaque, numa gazeta etc.) para publicizar serviços e informações (mudança de endereço, lista dos saberes etc.) era direcionada pelo tipo de material impresso. Para uma comunicação cuja necessidade era mais imediata (alteração dos valores da mensalidade escolar, licença de um mestre adoentado, datas relativas às férias, início das aulas, recessos de feriados, eventos festivos, de premiação, mudanças de endereço), notou-se que a escolha recorria aos jornais, cujas edições eram diárias, enquanto os anúncios mais descritivos, mais gerais, eram vistos com mais frequência num almanaque, por exemplo.

Obviamente, as propagandas não são as únicas fontes possíveis para investigar dados acerca da malha privada de escolarização. Há muitos vestígios espalhados nos papéis impressos e manuscritos da época, como estatutos dos colégios, ofícios diversos com solicitações de licença para funcionamento, autorização para publicação e avaliação de obras produzidas por professores, mapas com informações sobre alunos, relatórios de viagens, abaixo-assinados, leis, reclamações, queixas, denúncias, etc. Algumas destas fontes não foram analisadas ainda, apesar de sua riqueza e das possibilidades de investigação que apresentam.

Na publicidade que estava nos jornais, nas gazetas, nos almanaques, nos folhetos, e que circulavam com ou sem imagens, tomavam páginas inteiras ou apenas uma linha, assim como nas demais fontes, só se vê fragmentos, resíduos do que era aquele comércio. No limite, a partir da investigação e análise dos anúncios da instrução primária, compreendeu-se que o conteúdo anunciado tencionava valorizar os respectivos serviços dos anunciantes, pelo fato de estarem disponibilizados como propagandas, destacando-lhes entre tantos no concorrido e numeroso comércio particular.

Referências

- ABREU, Márcia (org). *Leitura, história e história da leitura*. SP: Mercado de Letras, 1999.
- CHARTIER, Roger. *A História Cultural. Entre práticas e representações* Lisboa, Ed. Difel, 1991.
- GONDRA, José. G. & SCHUELER, Alessandra Frota M *Educação, poder e sociedade no Império brasileiro*. SP: Cortez, 2008.
- HALLEWELL, Laurence. *O livro no Brasil*. São Paulo, Edusp, 1985.
- LE GOFF, Jacques. Documento/monumento. *Historia e Memória*. 4ª Edição. Campinas: EDUNICAMP, 1996.

LIMA, Alexandra da Silva. *Ensino e mercado editorial de livros didáticos de História do Brasil - Rio de Janeiro (1870-1924)*. Dissertação de Mestrado. Niterói: UFF, 2008.

LIMEIRA, Aline de Moraes. *O Comércio da Instrução no século XIX: colégios particulares propagandas e subvenções Públicas*. Dissertação de Mestrado em Educação. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. UERJ, 2010.

LUCA, Tania Regina de. In.: DUTRA, Eliana F. e MOLLIER, Jean-Yves (Orgs.). *Política, Nação e Edição: O lugar dos impressos na construção da vida política. Brasil, Europa e Américas nos séculos XVIII-XX*. São Paulo: Annablume, 2006.

MARTINS, Ana Luiza. & LUCA, Tania Regina de. *Imprensa e Cidade*. São Paulo, Editora Unesp, 2006.

MATTOS, Ilmar Rohloff. *O tempo Saquarema*. São Paulo: Hucitec, 2004.

MELLO, Maria Tereza Chaves de. *A República Consentida*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

MOREL, Marco. *As transformações dos espaços públicos. Imprensa, atores políticos e sociabilidades na Cidade Imperial (1820-1840)*. São Paulo: Editora Hucitec, 2005.

PARK, Margareth Brandini. *Histórias e Leituras de Almanagues no Brasil*. Rio de Janeiro: Mercado das Letras, 1999.

SCHAPOCHNIK, Nelson. I Colóquio Internacional de História do Livro e da Leitura no Ceará. Entrevista realizada pelo *Jornal O Povo*. Fortaleza – CE. Edição 30 de Maio, 2004.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4º ed. (atualizada). Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TEIXEIRA, Gisele. *O Grande Mestre da Escola: Os livros de leitura para a Escola Primária da Capital do Império Brasileiro*. Dissertação de Mestrado. UERJ: Rio de Janeiro, 2008.

VITORINO, Artur José Renda. Os sonhos dos tipógrafos na Corte imperial brasileira (p. 167-203). BATALHA, Cláudio; SILVA, Fernando; FORTES, Alexandre. (orgs.). *Culturas de classe*. Campinas: EDUunicamp, 2004.

Biblioteca Nacional – RJ

Setor de Obras Raras: Edições do *Jornal do Commercio*

Fontes Digitalizadas (Universidade de Chicago/ EUA)

Almanak Laemmert – www.crl.edu

Recebido em fevereiro de 2012

Aprovado em abril de 2012