



**VERBA VOLANT, SCRIPTA MANENT! Representações sobre o projeto editorial do Mensario do Jornal do Commercio (1938-1946)<sup>1</sup>**

*VERBA VOLANT, SCRIPTA MANENT! Representations about the editorial project of the Mensario do Jornal do Commercio (1938-1946)*

*¡VERBA VOLANT, SCRIPTA MANENT! Representaciones sobre el proyecto editorial del Mensario do Jornal do Commercio (1938-1946)*

Raphael Ribeiro Machado  
Secretaria de Estado da Educação de Minas Gerais (Brasil)  
<https://orcid.org/0000-0001-6252-0982>  
<http://lattes.cnpq.br/1494732192723550>  
[machado.ribeiro.rafael@gmail.com](mailto:machado.ribeiro.rafael@gmail.com)

Rosana Areal de Carvalho  
Universidade Federal de Ouro Preto (Brasil)  
<https://orcid.org/0000-0002-0114-4239>  
<http://lattes.cnpq.br/0015367380312522>  
[rosanareal@ufop.edu.br](mailto:rosanareal@ufop.edu.br)

Alice Lopes Spindula  
Secretaria de Estado da Educação de Minas Gerais (Brasil)  
<https://orcid.org/0000-0003-3680-9541>  
<http://lattes.cnpq.br/6268865848624658>  
[alice.spindula@educacao.mg.gov.br](mailto:alice.spindula@educacao.mg.gov.br)

## Resumo

Este estudo insere-se no campo da História da Educação, compreendendo a educação como manifestação social e reconhecendo o fenômeno educativo como elemento indispensável para assegurar o acesso à cultura. Nosso objetivo é realizar uma análise comparativa entre a proposta inicial do *Mensario do Jornal do Commercio* (RJ), publicado entre março de 1938 e setembro de 1946, e as representações construídas por diferentes sujeitos sobre os exemplares dessa coleção ao longo de sua circulação. Partimos da hipótese de que o *Mensario* constituiu uma estratégia político-cultural da empresa liderada por Elmano Cardim, concebida como instrumento de educação não formal voltado à formação de leitores e à difusão de valores culturais e políticos compatíveis com o projeto nacionalista do Estado Novo. Por meio da produção intelectual, da retórica discursiva e do controle simbólico da leitura, os produtores do *Mensario* interviram nos desígnios nacionais, atuando como mediadores entre a cultura escrita, a política cultural e a construção de uma nova ideia de nacionalidade.

**Palavras-chave:** Educação; Imprensa; Intelectuais; Elmano Cardim; Governo Vargas.

<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

## Abstract

This study falls within the field of the History of Education, understanding education as a social manifestation and recognizing the educational phenomenon as an essential element to ensure access to culture. Our aim is to carry out a comparative analysis between the initial proposal of the *Mensario do Jornal do Commercio* (RJ), published between March 1938 and September 1946, and the representations constructed by different actors about the issues of this collection throughout its circulation. We start from the hypothesis that the *Mensario* was a political-cultural strategy of the company led by Elmano Cardim, conceived as an instrument of non-formal education aimed at fostering readership and disseminating cultural and political values aligned with the nationalist project of the Estado Novo. Through intellectual production, discursive rhetoric, and the symbolic control of reading, the producers of the *Mensario* intervened in national designs, acting as mediators between written culture, cultural policy, and the construction of a new idea of nationality.

**Keywords:** Education; Press; Intellectuals; Elmano Cardim; Vargas Government.

## Resumen

Este estudio se inscribe en el campo de la Historia de la Educación, entendiendo la educación como manifestación social y reconociendo el fenómeno educativo como elemento indispensable para garantizar el acceso a la cultura. Nuestro objetivo es realizar un análisis comparativo entre la propuesta inicial del *Mensario do Jornal do Commercio* (RJ), publicado entre marzo de 1938 y septiembre de 1946, y las representaciones construidas por diferentes sujetos sobre los ejemplares de esta colección a lo largo de su circulación. Partimos de la hipótesis de que el *Mensario* constituyó una estrategia político-cultural de la empresa dirigida por Elmano Cardim, concebida como un instrumento de educación no formal orientado a la formación de lectores y a la difusión de valores culturales y políticos compatibles con el proyecto nacionalista del Estado Novo. A través de la producción intelectual, la retórica discursiva y el control simbólico de la lectura, los productores del *Mensario* intervinieron en los designios nacionales, actuando como mediadores entre la cultura escrita, la política cultural y la construcción de una nueva idea de nacionalidad.

**Palabras clave:** Educación; Prensa; Intelectuales; Elmano Cardim; Gobierno Vargas.

Recebido: 15/04/2025

Aprovado: 09/09/2025

## Introdução<sup>2</sup>

Nas décadas de 1930 e 1940 a formação do homem moderno brasileiro era concebida como um ritual de educação voltado a moldar o indivíduo como um ser nacional<sup>3</sup>. Nossa proposta de estudo insere-se nesse horizonte, compreendendo a educação como manifestação social e, portanto, como um fenômeno indispensável para proporcionar ao sujeito as condições de acesso à cultura como um estágio superior de civilização<sup>4</sup>. Interessa-nos examinar os meios concebidos, produzidos e utilizados para concretizar o ato educacional em sua dimensão simbólica e formativa.

O objetivo deste artigo é examinar o *Mensario do Jornal do Commercio* (RJ) como objeto da História da Educação brasileira, investigando sua função enquanto veículo de educação não formal<sup>5</sup>, articulado ao projeto cultural e político do Estado Novo. Tal posicionamento se justifica porque a revista, embora não fosse um manual escolar ou uma publicação pedagógica estrita, desempenhou papel formativo ao selecionar, organizar e difundir conteúdos que visavam instruir e moldar mentalidades, atuando no espaço simbólico em que se cruzam cultura escrita, nacionalismo e pedagogia moral. Ao tratar do *Mensario do Jornal do Commercio* como objeto de investigação, é necessário situá-lo também no campo da História da Educação. Mesmo não sendo um periódico escolar ou voltado à educação formal, sua atuação inscreve-se naquilo que Antonio Nóvoa (1999) identifica como processos educativos ampliados, nos quais a imprensa, os livros e outros impressos operam como espaços de formação cultural e intelectual.

Convergindo com o que foi demonstrado na tese de Raphael Machado (2023), o *Mensario* assumiu a função de organizar e legitimar um repertório de saberes que, pela seleção rigorosa de autores e temas, produziu modelos de comportamento intelectual e moral. Essa perspectiva aproxima-se da análise de Diana Vidal (2005), para quem a imprensa é uma fonte privilegiada para compreender as práticas e concepções pedagógicas que circulam na sociedade, pois traduz e normatiza visões de mundo. Como observa Dermeval Saviani (2007), a História da Educação deve considerar não apenas as instituições escolares, mas também os meios e práticas culturais que exercem funções formativas, revelando os vínculos entre educação e projeto de sociedade. Nesse sentido, o *Mensario* constitui um artefato privilegiado para analisar o modo como as elites letradas participaram da construção simbólica da nação, especialmente ao difundir valores e conhecimentos alinhados ao ideário do Estado Novo. Diana Vidal e Ana Maria Magaldi (2005) lembram que o estudo de impressos culturais e educacionais permite compreender as articulações entre educação formal e não formal, enquanto a abordagem proposta por Pierre Bourdieu (2007) sobre distinção e capital cultural ajuda a identificar os mecanismos de legitimação simbólica presentes na seleção dos conteúdos.

---

<sup>2</sup> As transcrições realizadas a partir de documentos históricos, em especial da imprensa e do *Mensario do Jornal do Commercio*, preservam integralmente a grafia e eventuais erros presentes nos textos originais, respeitando a ortografia e a estrutura linguística da época de sua produção. Tal opção busca conferir legitimidade ao documento, assegurando sua integridade como fonte e mantendo a autoridade histórica e autoral daqueles que o produziram.

<sup>3</sup> Nos baseamos nos trabalhos de Bomeny (1999; 2001), Capelato (2003); Velloso (1997), Oliveira (1982), Gomes (2000), Nunes (2001).

<sup>4</sup> Para ler mais sobre o fenômeno educativo, ver o texto de Sérgio Castanho (2011).

<sup>5</sup> A educação formal refere-se ao conjunto de processos de ensino-aprendizagem institucionalizados, intencionalmente estruturados e sequenciais, geralmente oferecidos por escolas e universidades, conduzindo à certificação e reconhecimento oficial. Já a educação não formal compreende práticas educativas intencionais, mas não escolarizadas, que ocorrem fora do sistema formal, com objetivos diversos, sendo culturais, políticos, comunitários e voltados à formação cidadã, ampliação do repertório cultural e participação social (GADOTTI, 2005). No caso do *Mensario do Jornal do Commercio*, o conceito de educação não formal é entendido como a mediação cultural realizada por meio da imprensa, na qual a leitura e a difusão de textos selecionados funcionam como instrumentos de formação de hábitos, valores e representações sociais.

A revista não apenas reunia colaborações de intelectuais nacionais e estrangeiros, mas também estruturava um projeto editorial que operava como pedagogia da elite, ditando hierarquias culturais, selecionando memórias autorizadas e silenciando narrativas dissonantes. Como analisa Circe Bittencourt (2004), esse tipo de material impresso atua na formação de uma educação da sensibilidade histórica, em que os leitores aprendem a interpretar o passado a partir de uma matriz cultural específica. O *Mensario*, nesse sentido, foi “um manual simbólico de identidade nacional, difundido sob a lógica de uma educação não escolar, mas com claros objetivos de instrução moral e cultural”. (MACHADO, 2023, p.198-200).

Sob essa chave de leitura, a coleção deve ser compreendida como fonte para a História da Educação, pois, como destaca Maria Lúcia Pallares-Burke (1998), os impressos são portadores de projetos educativos que ultrapassam os muros da escola, constituindo um campo de ação pedagógica difusa, mas de grande alcance simbólico. O *Mensário* ocupou, assim, um espaço híbrido entre revista cultural e compêndio intelectual, no qual a pedagogia implícita se manifestava na ordenação temática, na repetição ritualizada de certos valores e na construção de um leitor ideal alinhado às elites letradas do período (MACHADO, 2023).

Publicado entre março de 1938 e setembro de 1946, o *Mensario do Jornal do Commercio* reuniu 99 volumes encadernados em 33 tomos, totalizando 4.365 textos de 797 colaboradores. Cada volume possuía cerca de 300 páginas e de 37 a 65 artigos selecionados das edições do *Jornal do Commercio* (RJ) entre janeiro de 1938 e março de 1946 (MACHADO, 2023). Partimos da hipótese de que a coleção constituiu uma estratégia político-cultural da empresa liderada por Elmano Cardim, diretor-geral do *Jornal do Commercio* e sócio da Rodrigues & Co., concebida como instrumento de educação não formal voltado à formação de leitores e à difusão de valores culturais e políticos alinhados ao projeto nacionalista do Estado Novo. Nesse sentido, o periódico estava inscrito nos jogos de poder que, como observa a pesquisa, “orientavam práticas culturais e modelavam representações, buscando disseminar interpretações e visões de mundo, bem como modelos de cultura e sociedade destinados a influenciar aqueles que deveriam pensar e propor os rumos do Brasil republicano” (MACHADO, 2023, p. 142).

A análise de sua materialidade revela que o *Mensario* apresentava edições de alto padrão gráfico, com tiragem e acabamento que pressupunham custos elevados. Os preços variaram entre 8\$000 e 12\$000 para exemplares brochura e entre 15\$000 e 25\$000 para os encadernados, além da opção de assinatura anual (MACHADO, 2023, p. 149-150). Comparativamente, revistas de cultura da época como *Cultura Política* custavam Cr\$ 3,00 e a *Revista do Brasil* entre 3\$000 e Cr\$ 4,00, o que evidencia a diferença de posicionamento editorial e de público. Como registra Machado (2023, p. 150), “o preço de um exemplar equivalia a cerca de sete horas de trabalho de um assalariado que recebia salário mínimo, ou ao valor de oito quilos de carne bovina”. Esse dado ilustra o caráter elitizado do impresso, que se destinava sobretudo às camadas intelectuais e econômicas mais abastadas.

A distribuição combinava assinaturas, venda avulsa em bancas e envio gratuito para instituições culturais e bibliotecas, nacionais e estrangeiras. Tal prática, como lembra Luca (2005), integrava estratégias editoriais e de marketing que visavam ampliar a visibilidade e consolidar prestígio. Além disso, a possibilidade de adquirir “‘números atrasados’ e a encadernação robusta reforçavam a dimensão colecionável do impresso, que se aproximava mais de um livro do que de um periódico efêmero.” (MACHADO, 2023, p. 152).

Essa materialidade e a seleção criteriosa de textos conferiam ao *Mensario* o papel de instrumento de distinção, no sentido Bourdiesiano. Segundo Machado (2023, p. 153), “o *Mensario* constituía-se como um objeto de prestígio, destinado a legitimar determinados saberes e a silenciar outros”, funcionando como espaço de consagração cultural. Nessa chave de leitura, ele se aproxima dos projetos editoriais voltados à educação não formal e à formação

de elites intelectuais, em que a materialidade não era apenas suporte, mas também elemento simbólico de legitimação (BOURDIEU, 2013; MONARCHA, 1997).

Considerado pela historiografia da educação como um veículo de educação não formal, o *Mensario* desempenhou papel na formação intelectual e moral de seus leitores ao oferecer um conjunto de textos legitimados, que estabeleciam parâmetros para a “boa leitura” e para a construção de um cânone cultural nacional. Como sugere Növoa (1999), a análise de tais impressos permite compreender como se teceram redes de formação e sociabilidade intelectual fora da escola, mas profundamente vinculadas a projetos políticos e culturais hegemônicos. Como observa Saviani (2007, p. 15), a História da Educação não se restringe ao estudo das instituições escolares, mas deve incluir também os meios e práticas culturais que desempenham funções formativas, revelando os vínculos entre educação e projeto de sociedade. Nesse sentido, o *Mensario* constitui um artefato privilegiado para investigar a forma como as elites letreadas participaram da construção simbólica da nação, sobretudo ao difundir valores e conhecimentos alinhados ao ideário do Estado Novo.

De acordo com os estudos de Raphael Machado em sua tese, “o *Mensario do Jornal do Commercio*, ao reunir textos selecionados e organizados em volumes, produziu um material que circulava como obra de referência e compêndio cultural, contribuindo para moldar padrões de leitura, pensamento e conduta intelectual” (MACHADO, 2023, p.87). Vidal e Magaldi (2005) destacam que o estudo de impressos culturais e educacionais permite compreender as articulações entre educação formal e não formal, enquanto a perspectiva de Bourdieu (2007) sobre distinção e capital cultural auxilia na identificação dos mecanismos de legitimação simbólica presentes na seleção e hierarquização dos conteúdos. Assim, mesmo fora do espaço escolar, o *Mensario* exercia função pedagógica ao estabelecer um repertório textual que orientava interpretações do passado, visões de mundo e modelos de comportamento intelectual e moral, funcionando como uma espécie de manual da cultura legítima do período.

## **1. O *Mensario do Jornal do Commercio*: uma coletânea de artigos de colaboração (1938-1946)**

A notícia de lançamento do *Mensario* saiu numa quarta-feira 16 de fevereiro de 1938, edição nº116, Anno 111 do *Jornal do Commercio* e pode ser lida outras vezes durante o mesmo ano<sup>6</sup>. Com destaque, a propaganda do *Mensario* aparecia na 1ª página, no canto superior direito. Abaixo, trazemos ao conhecimento a apresentação do nosso objeto em estudo:

Mensario do ‘Jornal do Commercio’  
‘O seu apparecimento este mez’

Os artigos de collaboração que publicamos nos nossos números de domingo constituem uma synthese positiva e brilhante da cultura nacional, quer pelo alto valor dos nomes que os subscrevem, quer pela relevancia dos assumptos tratados. São obras de erudição uns, outros trabalhos de lavor literário, todos, sem excepção, motivo de prazer espiritual para a elite mental do paiz (JORNAL DO COMMERClO, 16 de fevereiro de 1938, Anno 111, edição nº116, p.1).

Este anúncio marcado como o “apparecimento” do *Mensario* em fevereiro de 1938 localiza temporalmente a existência deste objeto, definindo seu lugar na trajetória da empresa Rodrigues & Co. que envolvia, além do jornal e outros impressos da empresa, a tipografia que

<sup>6</sup> Durante todo o mês de março de 1938 apareceram propagandas para divulgação e comercialização do *Mensario*. As propagandas se tornaram menos constantes a partir de maio e junho de 1938. Na propaganda de 10 de março de 1938, quinta-feira (Edição 134) encontramos o anúncio de que o *Mensario* também seria vendido em livrarias.

atendia a particulares. Apresenta os artigos de colaboração como uma “synthese positiva e brilhante da cultura nacional”, uma espécie de retrato da intelectualidade brasileira. O valor destes residiria no conteúdo e temas elencados pela escrita e por aqueles que os assinavam. Indica, com isso, o grupo que escrevia ligado ao “alto nome dos valores que os subscrevem” e o público leitor sendo a “elite mental do paiz”. Tais atribuições aos artigos de colaboração dominicais das folhas do jornal definem o horizonte de suas páginas, a partir do tipo de conteúdo que constaria no *Mensario*, os colaboradores de suas páginas e o leitor implícito. E o anúncio continua informando que:

Pelo grande interesse que despertam os artigos publicados pelo ‘Jornal do Commercio’, somos de ha muito solicitados no sentido de reunirmos, em um volume mensal, a valiosa colaboração dos nossos números de domingo, de fôrma a poder, com facilidade, ser guardada para uma consulta necessária ou para o prazer de uma nova leitura. Resolvemos, por isso, iniciar a publicação do Mensario DO ‘Jornal do Commercio’, que será assim uma revista nacional de alta cultura, como não existe ainda em nosso meio. Impresso em formato especial de maneira caprichosamente cuidada, para uma fácil encadernação, será o Mensario um livro de grande interesse e um subsidio precioso para os que desejam ao par do movimento intellectual do Brasil (JORNAL DO COMMERCIO, 16 de fevereiro de 1938, Anno 111, edição n°116, p.1).

No anúncio encontramos o público leitor imaginado, pertencente à elite intelectual do país que desfrutava da síntese cultural. Esta síntese se refere tanto ao conteúdo dos artigos quanto aos sujeitos que os produzem. É para eles que a revista é feita e este é o público almejado para seu consumo. Aqui está presente a motivação da existência do *Mensario*: a solicitação do público leitor<sup>7</sup> do jornal de que era necessário recortar e produzir um novo objeto, mensal, que indica sua periodicidade, a fim de guardar os artigos para consultas e leituras futuras. Reside nisso também a diferenciação entre revista e jornal.

Regina Crespo (2011), estudiosa das revistas culturais latino-americanas, descreve a revista como um impresso intermediário entre o jornal e o livro. O jornal possui uma ligação com o tempo presente da comunicação, diária e, portanto, tem sua perenidade, tanto em seu conteúdo quanto em sua materialidade, menor do que o livro, postulado como suporte que se projeta para durar por muito tempo, seja pelo conteúdo ou pelo tipo de material. O *Mensario* é, em vista disso, projetado num primeiro plano em forma de revista para ser uma fonte de pesquisa e leitura mais resistente ao tempo, indicando também a possibilidade de ampliação do público leitor dos artigos de colaboração, bem como a própria marca da empresa no cenário intelectual do Estado Novo.

Os artigos publicados no *Jornal do Commercio* tinham circulação nacional e até mesmo internacional. Na seção *Varias Noticias* é possível ler como os receptores faziam as apropriações dos discursos, ressaltando aquilo que lhes apetecia. É o caso de Percy Alvin Martin, norte-americano e professor da Universidade de Stanford, que leu um texto de Mario Pinto Serva, brasileiro e colaborador do jornal, e resolveu enviar uma carta ao autor para parabenizá-lo pela produção textual:

---

<sup>7</sup> Ainda não encontramos documentos que provem a solicitação dos leitores na reunião dos artigos como exposto acima. Encontramos diversas publicações no *Jornal do Commercio* e em outros veículos da Imprensa carioca entre os anos de 1938 e 1946 que apresentavam opiniões e agradecimentos sobre o recebimento e leitura dos exemplares do *Mensario*. A título de curiosidade, no Acervo de Fernando de Azevedo na USP podemos encontrar vários recortes do jornal referentes aos artigos de colaboração publicados aos domingos.

Do Sr. Percy Alvin Martin, professor da Universidade de Stanford, na California, recebeu o nosso colaborador, Dr. Mario Pinto Serva, a seguinte carta, datada de 22 de janeiro ultimo: ‘Sinto que seria omissa no cumprimento de um agradável dever se não lhe dirigisse uma linha de congratulações a proposito do seu notavel artigo publicado no ‘Jornal do Commercio’ de 25 de Dezembro de ultimo, sob o título ‘O Genio Tutelar da America’. Apreciei especialmente suas profundas e dramaticas referencias ao General George Washington, o Patriarcha de nossa Patria. É certamente grato ler da Penna de um dos nossos amigos brasileiros um tão notável tributo. Constitue motivo de grande pezar para mim o não ter tido o prazer de conhecê-lo pessoalmente no ultimo verão. Espero serei mais feliz em minha próxima viagem ao bello e hospitaleiro paiz. – Percy Alvim Martin (Jornal do Commercio, anno 111, 16 de fevereiro de 1938, n.116, p.4).

A carta, datada de 22 de janeiro de 1938, foi publicada no dia 16 de fevereiro de 1938 na seção mencionada. Provavelmente foi apresentada por Serva à redação do jornal, que por sua vez viu nela uma oportunidade de auferir retoricamente os louros do colaborador para si, como legitimação da publicação dos textos dele e de outros. Assim, ao parabenizar o colaborador, a publicação da carta parabeniza indiretamente o jornal e lhe condiciona a capacidade de circulação internacional e seu valor para intelectuais de outros países como o professor de Stanford. Vale lembrar que a carta foi publicada no mesmo dia em que foi anunciado o projeto do *Mensario* nas páginas do jornal. Como leitura possível, entendemos que são cartas e comentários como esses que incidiram na criação dessa publicação e sua justificativa de que os textos do periódico serviriam de subsídio para estudos, como o anúncio de “aparecimento” afirma.

Outra informação semelhante a essa, porém agora de um jurista e historiador argentino, pode ser lida dois dias depois. Em 18 de fevereiro, na mesma seção do jornal, encontramos Ricardo Levene parabenizando, por meio de um cartão, o colaborador do jornal, Macario de Lemos Picanço, como podemos ler abaixo:

O nosso colaborador Dr. Macario de Lemos Picanço recebeu o seguinte cartão do jurista e historiador argentino, Sr. Ricardo Levene, professor da Faculdade de Direito de Buenos Aires e Presidente da Junta de Historia e Numismatica Americana: ‘Felicitó-o pelo seu conceituado artigo ‘Approximação intellectual’, publicado no ‘Jornal do Commercio’ que acabo de lêr. É pagina de um estadista. E muito agradecimento – sinceras expressões do meu coração – pelas referencias carinhosas que me faz. Cordial e affectuosamente – Ricardo Levene (Jornal do Commercio, anno 111, 18 de fevereiro de 1938, n.118, p.4).

Essas duas citações indicam a circulação do jornal, dos textos presentes neles e como eram lidos por diferentes sujeitos que faziam parte do universo da intelectualidade brasileira e internacional. O que nos indica a capacidade de trocas de ideias, temas e posições sociais internacionalmente no cenário histórico dos anos de 1930 e 1940. E por isso entendemos os jornais e as revistas como suportes do escrito que propiciam condições de exame e apropriação de conteúdos e representações pelos sujeitos leitores; como objetos de produção e circulação de conhecimentos e a criação de redes de sociabilidades por meio da intelectualidade.

Segundo Luciano Faria Filho (2017, p. 52), por meio dos periódicos, “[...] a intelectualidade brasileira se congregava e disputava as interpretações do Brasil, bem como os postos-chave no mercado editorial e político que se organizava. Tais periódicos se constituíam em lugares e redes de sociabilidades”. Não é possível afirmar se Percy Martin e Ricardo Levene estavam em seus países de origem no momento da redação e do envio, respectivamente, da carta e do cartão mencionados. Entretanto, o teor de suas mensagens, registrando o que leram e como interpretaram textos de colaboradores do *Jornal do Commercio*, sugere que ambos acompanhavam o jornal com certa regularidade. Esse dado reforça a compreensão de nossa fonte como suporte para novas e reiteradas leituras, possibilitando a circulação e reinterpretAÇÃO de textos entre leitores que, ao consumir esse objeto, participavam ativamente de sua rede de significados.

Estas questões nos parecem ter sido decisivas, com base na leitura do anúncio, para dar início à coleção do *Mensario* definido como uma “revista nacional de alta cultura, como não existe ainda em nosso meio”. Tal afirmação indica o lugar do *Mensario* dentro do contexto do Estado Novo, e que pode ser também lido como uma revista que se preocupa com os temas nacionais, tão candentes nos discursos políticos e culturais do contexto, se adequando então, às necessidades de existência frente às questões de censura e até mesmo do público leitor dentre os outros impressos de tipo revista.

No caso do *Mensario* seus produtores o classificaram como uma revista cultural ou revista de cultura, conforme os termos variam na historiografia<sup>8</sup>. As revistas de cultura “[...] fazem a crônica de sua própria circunstância, mas a partir de uma perspectiva um pouco mais pausada” (CRESPO, 2011, p.98-99). Pertencem a uma “zona híbrida” entre o espaço jornalístico e o campo artístico-intelectual. O tema das revistas é o seu tempo presente, do imediato e do transitório. Por isso possibilitam uma relação maior com o seu próprio cenário histórico e, com isso, interferir sobre ele por meio de seu projeto político-cultural.

A categorização do *Mensario* como livro se refere ao tipo de encadernação e do cuidado editorial que a revista de cultura recebeu. Isso faz referência também à representação que quer ser definida em torno do impresso como um lugar de leitura prazerosa, fácil, que poderia ser repetida. Em contrapartida aos textos publicados no suporte jornal, os artigos na revista em formato livro poderiam apresentar condições de leitura distintas, seja em seu tipo gráfico, tamanho das letras, distribuição do conteúdo por páginas e tipo de capa. Como a ideia é guardar os artigos, a revista é projetada enquanto um arquivo daquilo que o jornal publicou, subsídio necessário para aqueles que pertencem ou almejam pertencer ao que está definido no anúncio como o “movimento intelectual do Brasil”.

---

<sup>8</sup> Para mais informações sobre revistas de cultura ver: CRESPO (2011, 2004); MARTINS (2001); BEIGEL (2003). Fizemos a opção pelo conceito “revista de cultura” por se aproximar da maneira como o *Mensario* foi classificado em seu aparecimento: revista nacional de alta cultura.

Ler o *Mensario*, portanto, para seus produtores, era oferecer aos leitores condições ideais de formação do sujeito para a inserção, continuidade e/ou participação nos meios considerados cultos do cenário nacional. Reside nisso seu projeto editorial enquanto proposta cultural de intervenção na sociedade pela via da formação intelectual e/ou manutenção das condições de intelectualidade dos brasileiros para quem o impresso se destina. Prosseguimos com a exposição do anúncio:

Com uma média de 300 páginas, em papel de superior qualidade, com índice por autores e por assuntos, cada volume do Mensario DO ‘Jornal do Commercio’ reunirá a principal colaboração de um mez e apparecerá sempre na segunda quinzena do mez seguinte ao dos trabalhos publicados nesta folha. Esperamos, com essa iniciativa, ir ao encontro dos desejos frequentemente manifestados pelos nossos leitores, procurando servir á intelligencia e á cultura do paiz, de acordo com os propósitos que nos anima na imprensa brasileira (JORNAL DO COMMERCIO, 16 de fevereiro de 1938, Anno 111, edição n°116, p.1).

A periodicidade mensal de publicação é que denota o próprio nome do impresso, essa é uma das características que definem o que é uma revista. E toda revista possui uma dimensão gráfica que tem no seu volume de páginas uma das imagens *a priori* identificadas pelo leitor. Reunindo as principais colaborações publicadas aos domingos de um único mês, cada revista publicada será extensa em relação ao número de páginas. O *Mensario* é de fato uma revista mensal volumosa. Porém, o grande número indicado no anúncio, bem como a definição do tipo de papel, vem também a informar a escolha da revista uma condição de proximidade ao tipo livro e coaduna com o tipo de leitor que se vislumbra atingir com este volumoso impresso, capaz de se ler mensalmente um grande número de páginas e/ou colecionar grandes volumes impressos em condições de preservação do escrito melhores do que os jornais. A informação da sua apresentação gráfica com índice por assunto e temas também legitima esta escolha pela revista próxima ao livro. Anuncia-se também o que se espera da revista e como será seu conteúdo, que reunirá algumas colaborações de um mês do jornal. Esta parte do anúncio é de suma importância para entender o conteúdo deste suporte escrito. Informa que existe uma seleção do que deveria ser incluído e nisso reside o ponto central do processo editorial da revista.

Procuramos informações sobre o período de publicação de cada volume do *Mensario*. Visitamos novamente a página da Hemeroteca Virtual da Biblioteca Nacional e percorrendo edição por edição de 1938 conseguimos encontrar as datas de publicação dos volumes daquele ano, quando foi possível. Apresentamos abaixo os dados encontrados em relação aos 04 primeiros tomos (12 números) de 1938:

**Quadro - Período de publicação de cada número do Mensário de 1938.**

Edição do <i>Jornal do Commercio</i> na qual foi anunciada a publicação de um número do Mensario	Mês de referência do mensario	Tomo	Volume	Número
Jornal do Commercio, Anno 111, n.132, p.1. Segunda e terça-feira, 07 e 08 de março de 1938	Janeiro de 1938	I	I	1
Jornal do Commercio, Anno 111, n.152, p.1. Quinta-feira, 31 de março de 1938	Fevereiro de 1938	I	II	2
Jornal do Commercio, Anno 111, n.179, p.1. Segunda-feira, 02 e 03 de maio de 1938	Março de 1938	I	III	3
Jornal do Commercio, Anno 111, n.205, p.1. Quinta-feira, 02 e 03 de junho de 1938	Abril de 1938	II	I	4
Jornal do Commercio, Anno 111, n.230, p.1. Sexta-feira, 01 de julho de 1938	Maio de 1938	II	II	5
Jornal do Commercio, Anno 111, n.258, p.1. Quarta-feira, 03 de agosto de 1938	Junho de 1938	II	III	6
Jornal do Commercio, Anno 111, n.281, p.1. Quarta-feira, 29 e 30 de agosto de 1938	Julho de 1938	III	I	7
Jornal do Commercio, Anno 112, n.02, p.2. Domingo, 02 de outubro de 1938	Agosto de 1938	III	II	8
os jornais de novembro e dezembro na Hemeroteca da Biblioteca Nacional não estão digitalizados	Setembro de 1938	III	III	9
os jornais de novembro e dezembro na Hemeroteca da Biblioteca Nacional não estão digitalizados	Outubro de 1938	IV	I	10
Jornal do Commercio, Anno 112, n.80, p.1. Segunda e terça-feira, 03 de janeiro de 1939	Novembro de 1938	IV	II	11
Não encontramos	Dezembro de 1938	IV	III	12
Jornal do Commercio, Anno 112, n.135, p.1. Quinta-feira, 09 de março de 1939	Janeiro de 1939	V	I	13

**Fonte:** Hemeroteca Virtual da Biblioteca Nacional. <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/> acesso em 08 de maio de 2020 as 09:45.

Esses dados permitem compreender melhor a temporalidade de publicação e circulação dos volumes. Não havia um cronograma rígido previamente estabelecido, e a periodicidade mensal se aplicava apenas à origem do conteúdo selecionado das edições do *Jornal do Commercio*. Observa-se a intenção de manter a publicação de um volume por mês, embora essa regularidade não tenha se concretizado plenamente. Tampouco existia um padrão fixo para as datas de lançamento, já que o modelo observado no primeiro ano não se repetiu nos seguintes. Ainda assim, entre março de 1938 e setembro de 1946, foram publicados 99 números da coleção do *Mensario*, todos correspondendo aos 99 meses de circulação do *Jornal do Commercio* no período de janeiro de 1938 a março de 1946, sem fusão de volumes e sem interrupção no fluxo editorial.

A seleção de autores e textos, posteriormente posta em circulação, é central para compreender as representações formadas sobre aquilo que a intelectualidade deveria reler e preservar como referência para pesquisas futuras, a partir do já publicado no *Jornal do Commercio*. Na produção da revista, a retórica empregada apresenta-se como resposta aos anseios do público, convertendo intenção em ação. No entanto, ao final do anúncio de lançamento, percebe-se que o conteúdo deveria, sobretudo, atender aos interesses da inteligência e cultura nacional, “[...] de acordo com os propósitos que nos anima na imprensa brasileira”. E qual seria, afinal, esse propósito dos editores e redatores? Elmano Cardim afirmava que as páginas da imprensa deveriam ser concebidas como instrumentos de educação da nacionalidade<sup>9</sup>.

Sem a soma de informações e lições que contém um jornal, com a cultura que espalha através da sua colaboração, sem a tradição que se sublinhou no seu passado, a educação nacional não se beneficiaria da força que acumula e da luz que projeta esse agente poderoso da civilização que é a imprensa. Na história do Jornal do Commercio, essa missão da imprensa está, como em nenhum outro órgão, afirmada de forma inconclusa (CARDIM, 1978, p.50).

Educar a sociedade por meio da comunicação constituía o objetivo central que o diretor atribuía à imprensa. Nesse sentido, o *Mensario* foi concebido como instrumento educativo, apresentando-se em formato de revista e resultando da criteriosa seleção de textos anteriormente publicados no *Jornal do Commercio*. Sua circulação inscrevia-se em uma nova temporalidade e respondia às demandas de um contexto histórico específico: o Estado Novo.

## **2. A recepção do *Mensario*: uma coletânea para guardar e ler depois**

Utilizando o acervo digital da Biblioteca Nacional, por meio da ferramenta de busca por período e da palavra-chave “*Mensario do Jornal do Commercio*”, foram identificadas 137 ocorrências entre os anos de 1930 e 1939, distribuídas em sete impressos distintos, das quais 123 se encontravam nas próprias páginas do *Jornal do Commercio*. A análise desse material permitiu identificar o período de circulação da revista, as datas de publicação de cada número, seus preços e aspectos de sua materialidade, além de oferecer indícios sobre sua circulação e recepção no cenário da época<sup>10</sup>.

Como Roger Chartier afirma, a leitura “[...] é sempre apropriação, invenção e produção de significados” (1999, p. 77). Por isso, podemos vislumbrar por meio da recepção que os leitores possuem certa liberdade de deslocar ou subverter o que foi pretendido para o *Mensario* enquanto projeto editorial. As representações que fizeram dependeram das condições de leituras existentes naquele momento. A princípio, pareceu-nos que a evocação desse suporte escrito enquanto produto do jornal presente na sua capa e no anúncio de aparecimento do mesmo poderia atuar no horizonte de possibilidades de leituras definindo, *a priori*, que o mesmo seria visto como suplemento ou coleção de textos reunidos e não como uma revista de cultura. Porém, a apropriação é feita por meio das possibilidades historicamente variáveis e que são socialmente

<sup>9</sup> A defesa de Elmano Cardim acerca da imprensa como “educadora da nacionalidade” insere-se no contexto das políticas culturais do Estado Novo (1937–1945), que atribuíram à imprensa um papel ativo na formação moral e cívica dos cidadãos. Nesse período, veículos como o *Mensario* operavam como mediadores simbólicos entre o Estado e a sociedade, difundindo conteúdos que reforçavam o nacionalismo, a centralização política e a legitimação cultural das elites. Ao afirmar tal função, Cardim alinhava o projeto editorial do *Jornal do Commercio* e do *Mensario* às diretrizes do regime, em consonância com o ideário de que a imprensa deveria não apenas informar, mas também instruir e modelar comportamentos compatíveis com a ordem política vigente.

<sup>10</sup> O site da Hemeroteca Digital Brasileira está disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>.

desiguais e por isso cada leitor, a partir de suas próprias referências, que são individuais e sociais, históricas ou de âmbito existencial, dará sentido à sua leitura (CHARTIER, 2002). Michel de Certeau (1994, p. 262) afirma que, o leitor não “[...] toma nem o lugar do autor nem um lugar de autor. Inventa nos textos a ‘intenção’ deles” combinando fragmentos de leitura e criando algo “[...] não-sabido no espaço organizado por sua capacidade de permitir uma pluralidade indefinida de significações”.

Dias depois do lançamento do *Mensario*, no sábado, 12 de março de 1938, na seção “Varias Notícias”, costumeiramente escrita pelo diretor da redação, vê-se o início de um movimento de recolher o que os outros periódicos comentavam sobre a recepção do primeiro exemplar. As informações foram encontradas sob o título de “O *Mensario* do Jornal do Commercio. O seu apparecimento – Comentarios da Imprensa”. Não sabemos como se deu a escolha do que o jornal gostaria de compartilhar dos comentários publicados por outros órgãos da imprensa sobre o lançamento do *Mensario* para além do que está escrito abaixo do título: “manifestações de aplauso”. No texto lê-se a recepção que os sujeitos da imprensa fizeram do *Mensario*:

o apparecimento do *Mensario* do ‘Jornal do Commercio’, no qual reunimos a principal colaboração publicada nesta folha durante o mez, tem despertado um grande interesse em todos os circulos culturaes do paiz. As manifestações de aplauso que temos recebido, quer pessoalmente, quer por cartas e telegrammas, muito nos desvanecem, pela comprehensão e apoio a iniciativa que tivemos no propósito de servir á intelligencia e á cultura do paiz, de accordo com os propósitos que nos animam na imprensa brasileira. Reproduzimos a seguir os commentarios feitos por jornaes do Rio, aos quais somos profundamente reconhecidos (JORNAL DO COMMERCIO, 1938, anno 111, n.136, p.04).

Ao afirmar que o conteúdo do *Mensario* era a principal colaboração do mês, indica que algumas colaborações não participaram da publicação do suporte impresso. Em seguida, informa a recepção dele em todos os círculos culturais. As manifestações recebidas por cartas, telegramas e pessoais, informam que o propósito da publicação foi compreendido e que seus objetivos de servir à inteligência e a cultura do país estavam sendo percebidos.

A primeira recepção citada pelo *Jornal do Commercio* foi a que os redatores do jornal *O Globo* fizeram sobre o *Mensario*. Encontramos também outros dois sueltos<sup>11</sup> de *A Noite* e do *Jornal do Brasil*, que fizeram semelhante exposição ao primeiro citado. O suelto do *O Globo* está transcrito abaixo:

Os nossos colegas do *O Globo* publicaram hontem o seguinte suelto: Os nossos colegas do ‘Jornal do Commercio’ sempre, e normalmente, publicaram um retrospecto annual que interessava e interessa, vivamente a observação da critica e das classes conservadoras. Não ha quem ignore os beneficios dessa publicação, inteiramente de índole economica, financeira e commercial. Mas, são tantas as publicações que, sem aquelle caracter, traz o decano da nossa imprensa, tantos os estudos e ensaios curiosos, biographias e observações que elle estampa, especialmente nas suas edições de domingo, que bem se comprehende como a sua iniciativa, de agora – e é esta que registramos – recolhendo

---

<sup>11</sup> Sueltos: (notícias soltas, espirituosas).

em volume, mensalmente os seus principaes escriptos assignados, represente de facto um apreciável serviço prestado ás nossas rodas intellectuaes. Realmente, acaba, de apparecer o primeiro número do “Mensario” do “Jornal do Commercio”, farto de algumas centenas de paginas, e no qual se transcrevem ou compendiam os principaes estudos que vieram á lume no velho orgão, no mez de janeiro. Se é certo que uma das características do que se escreve no jornal é a transitoriedade, não é menos certo que pelo processo do ‘Mensario’ se salvam em grande parte do esquecimento muitos trabalhos que por negligencia, modestia ou o que seja de seus autores, tão depressa participam apenas da vida silenciosa, senão mysteriosa das collecções (Jornal do Commercio, 1938, anno 111, n.136, p.04).

Como está escrito no recorte de *O Globo* acima, o *Mensario* recolhia “em volume, mensalmente os seus principais escriptos assignados”. Recorda-se que as notícias, em geral, não eram assinadas, o que indica que os textos produzidos pelos colaboradores possuíam dinâmica distinta de produção e circulação em relação ao restante do jornal. Ainda, *O Globo* citou o *Retrospecto Comercial*, publicação anual do *Jornal do Commercio*, como exemplo das atividades editoriais e mercadológicas da empresa. Essa menção situa o *Mensario* como objeto de consumo das classes conservadoras nacionais<sup>12</sup>, compostas por segmentos sociais que, segundo Boris Fausto (1999) e Lilia Schwarcz e Heloisa Starling (2015), buscavam preservar as estruturas políticas, econômicas e culturais existentes, conciliando modernização técnica com manutenção da ordem social e da hierarquia de poder.

Posteriormente, *O Globo* indica que o impresso ultrapassava essa esfera inicial de público, sendo necessário criar uma publicação voltada a outro segmento: os intelectuais<sup>13</sup>. No contexto brasileiro das décadas de 1930 e 1940, o termo *intelectual* designava indivíduos com capital cultural elevado, capazes de intervir no debate público por meio da produção e circulação de ideias, obras e interpretações sobre a sociedade. De acordo com Bourdieu (1996), esses agentes ocupavam posição específica no campo cultural, disputando legitimidade e autoridade simbólica. No Brasil, segundo Sérgio Miceli (1979), eram frequentemente vinculados a instituições culturais, editoras, jornais e revistas, atuando como mediadores entre o Estado, as elites e o público letrado. Para Jean-François Sirinelli (1996), o intelectual se definia também por sua inserção em redes de sociabilidade e por um engajamento, explícito ou difuso, em causas políticas, culturais e sociais, desempenhando papel estratégico na construção de representações coletivas.

<sup>12</sup> No contexto das décadas de 1930 e 1940, as *classes conservadoras*, no período, referiam-se aos segmentos sociais que defendiam a preservação das estruturas políticas, econômicas e culturais existentes, alinhando-se frequentemente a projetos de modernização conservadora, que conciliavam inovações técnicas e administrativas com a manutenção da ordem social e da hierarquia de poder. Conforme Fausto (1999) e Schwarcz & Starling (2015), tais classes estavam compostas por elites agrárias, setores empresariais emergentes e intelectuais orgânicos a esses grupos, operando como força de resistência a transformações estruturais mais profundas.

<sup>13</sup> O termo *intelectual*, no contexto brasileiro das décadas de 1930 e 1940, designava indivíduos com capital cultural elevado, capazes de intervir no debate público por meio da produção e circulação de ideias, obras e interpretações sobre a sociedade. Segundo Bourdieu (1996), esses agentes ocupam posição específica no campo cultural, onde disputam legitimidade e autoridade simbólica. No Brasil, conforme Miceli (1979), eram frequentemente vinculados a instituições culturais, editoras, jornais e revistas, exercendo papel de mediadores entre o Estado, as elites e o público letrado. Para Sirinelli (1996), o intelectual também se define pela inserção em redes de sociabilidade e por seu engajamento, seja ele explícito ou difuso, em causas políticas, culturais e sociais, o que lhes confere papel estratégico na construção de representações coletivas.

Sobre o conteúdo, não sabem, ao certo, se era a transcrição ou o compêndio dos principais estudos publicados em um mês. Porém, afirmam que a existência do objeto impresso se mostrou necessária pela transitoriedade do jornal e de suas condições materiais. Assim seriam salvos, em outro suporte, os estudos desenvolvidos naquelas páginas da velha folha diária, como valiosos instrumentos de leitura e releituras posteriores. Valoriza com isso o projeto do *Mensario* e o representa como uma coleção de textos transcritos e/ou compendiados das páginas do *Jornal do Commercio*.

A prática de expor a recepção do primeiro volume do recém lançado impresso nas colunas da seção “Varias Noticias” permaneceu com a apresentação de outros setores da produção cultural brasileira. Importante referência feita é a produzida por Carlos Américo Barbosa de Oliveira, presidente da Associação dos Professores Catholicos do Distrito Federal<sup>14</sup>, que produziu um ofício e enviou à direção do *Jornal do Commercio* para comentar a recepção do *Mensario*. O ofício foi também exposto na seção “Varias Notícias” da quarta-feira do dia 30 de março de 1938.

#### O Mensario do Jornal do Commercio

Congratulações da Associação dos Professores Catholicos. Do Sr. Dr. C. A. Barbosa de Oliveira, Presidente da Associação dos Professores Catholicos do Distrito Federal, recebemos o seguinte officio, cujos termos nos desvanecem: ‘A Associação dos Professores Catholicos, na sua finalidade educativa, encontra preciosa colaboração social e pedagógica nas edições de domingo desse importante órgão da Imprensa Brasileira. Nestes termos, foi com especial prazer registrado o aparecimento do ‘Mensario’, verdadeiro livro que reunira os artigos publicados naquellas edições, tornando mais fácil a consulta e a leitura, esta, as vezes, adiada por falta de tempo para faze-la, logo após a publicação no jornal. Trago, pois, em nome da nossa A. P. C. sinceros parabéns pela Idea da collectanea que o ‘Mensario’ apresenta, como enorme serviço prestado as classes cultas do nosso paiz – classes que muito devem ao ‘Jornal do Commercio’, sempre prompto para divulgar trabalhos cujo interesse e valor dispensam elogios’ (JORNAL DO COMMERClO, 1938, ANNO 111, n. 151, p.3, grifos do autor).

Importante e necessário salientar no discurso da Associação de Professores Católicos do Distrito Federal o lugar de colaboração social e pedagógica que as edições dominicais do jornal ocuparam nas leituras dos membros dessa organização. Por serem católicos, estes professores fizeram parte da tomada de posição política nos anos de 1930 e da crítica à visão educacional escolanovista. Ao creditar a ação de produzir o impresso, representado mais uma vez como livro e como coletânea, a retórica valoriza a ação como serviço prestado às classes cultas brasileiras, indicando quem seria o leitor. Dessa forma, os professores dessa associação se viam como parte dessa “classe” de cultos, ou melhor, intelectuais. Ao fim, a referência ao *Mensario* é postulada como parte de outras que viam nele a possibilidade de ler os produtos culturais da

<sup>14</sup> Associações de Professores Católicos (APCs) começaram a se organizar a partir de 1928, sistematizado nos anos de 1933 e 1934, sobretudo pelo professor Everardo Backheuser, construído e divulgado de modo mais orgânico pela Confederação Católica Brasileira de Educação (CCBE) e por seu órgão oficial, a Revista Brasileira de Pedagogia. Em 1933, depois da cisão com os "profissionais da educação" da Associação Brasileira de Educação (ABE), os educadores católicos reunidos em APCs, para fortalecer sua organização, fundaram a CCBE, que tinha como objetivo a luta pelo ensino religioso nas escolas e a defesa das "idéias avançadas" e "progressistas", do mundo moderno, mas lendo-as à luz dos critérios e com a ponderação da encíclica *Divini illius magistri*, de Pio XI. Para saber mais, veja: Sgarbi, (1997). acesso: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/10594> 23 de outubro de 2021 as 10:12.

intelectualidade brasileira de forma mais fácil e acessível. Um objeto que poderia ser lido a qualquer momento, na correria do dia, ou mesmo em outros dias, em outra temporalidade, deslocada da época da publicação. O que não poderia ser feito com o jornal pela perenidade de seu tipo de impresso.

As representações sobre o *Mensario* entre aqueles que tiveram a oportunidade de lê-lo no mês de seu lançamento o conferiram à condição de coletânea de textos e repositório do jornal, assim como o representavam como livro e volume espesso de páginas. Em 10 de março de 1938, uma quinta-feira, na seção “*Varias Noticias*”, como as anteriores, Herbert Moses, presidente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), em ofício em nome dessa, indica a importância desse objeto como “utilíssimo” e como ação do “decano da Imprensa carioca” que “enriquece, inestimavelmente, os arquivos da história jornalística patrícia e da uma demonstração incançável de emprehendimentos culturais” (JORNAL DO COMMERCIO, 1938, ANNO 111, N.134, p. 06).

A criação do *Mensario*, para a ABI, é vista como parte de uma ação cultural que produziu um objeto que contém em si condições de leitura da história. Essa visão é parte das imagens apresentadas anteriormente. Portanto, no âmbito do lançamento, os leitores o viram como um arquivo, uma coletânea dos textos do jornal, de fácil leitura e maior durabilidade do que as folhas periódicas diárias. Como um objeto que deveria estar acessível e disponível, como afirma Moses, “[...] nas bibliotecas e gabinetes de estudo o manuseio constante dos admiráveis da alta cultura social, política e econômica, insertos diariamente no tradicional órgão da cultura brasileira” (JORNAL DO COMMERCIO, 1938, ANNO 111, N.134, p. 06).

Outro caso emblemático encontra-se na seção intitulada *Academia Brasileira*, publicada na edição de sábado, 19 de março de 1938, do *Jornal do Commercio*. Essa seção, dedicada exclusivamente à Academia Brasileira de Letras (ABL), tinha por objetivo divulgar informes, registrar discursos de posse e noticiar eventos organizados pela instituição e por seus membros. Tratava-se, portanto, de um espaço regular de visibilidade e consagração simbólica da ABL e de sua produção cultural. Nesse contexto, Edgar Roquette-Pinto — médico, antropólogo e educador, pioneiro da radiodifusão no Brasil e imortal da ABL — afirmou que “[...] muito se honrava em ser portador do 1º fascículo do ‘Mensario do Jornal do Commercio’, correspondente a Janeiro de 1938, offerta da redação a Academia” (JORNAL DO COMMERCIO, 1938, anno 111, n.142, p.4). Ao notificar que o exemplar em suas mãos era uma doação à Academia, reforça-se a hipótese de que a empresa do periódico havia encaminhado exemplares para diferentes instituições culturais. Em outro momento, Roquette-Pinto valoriza o trabalho de Elmano Cardim como “[...] homem de talento e alta cultura, espírito aberto aos grandes influxos dos progressos”, representando o *Mensario* como espelho da continuidade da prática jornalística, intelectual e histórica do *Jornal do Commercio*, como podemos ler abaixo:

O ‘Mensario do Jornal do Commercio’ é a affirmação decisiva do bello rumo que vae seguindo o sucessor de Felix Pacheco. E, já no primeiro fascículo, uma das mais lindas publicações do paiz. Já não serão folhas soltas, sujeita ao azar que persegue os diários, as monographias, os ensaios, os artigos que fazem do grande jornal uma das grandes forças espirituales do Brasil. Pensa o orador que a Academia recebe com alegria o ‘Mensario’, honra de uma iniciativa cheia de utilidade e belleza (JORNAL DO COMMERCIO, 1938, anno 111, n.142, p.4).

A exaltação da materialidade de nossa fonte como fator de apreciação do valor de sua publicação é um dos fatores que todas as leituras anteriores também destacaram. O impresso é visto em primeiro plano, como um objeto que permite a leitura dos artigos de colaboração em outras condições e a publicação, dessa forma, como útil e bela. Aqui, o destaque vai para a comparação com o jornal e a força retórica presente ao tomar como sua a voz da Academia Brasileira de Letras para agradecer o exemplar doado.

Lemos Britto fez um movimento semelhante ao de Roquette-Pinto. O crítico da seção “Bazar de Livros” da revista *Vanguarda* fez um longo comentário sobre o primeiro volume do *Mensario* que foi republicado na edição n.144 do *Jornal do Commercio* de 1938, como podemos ler abaixo:

Servido por uma plêiade de jornalistas de escola dirigido por espíritos altruístas e abertos as claridades dessa assistência espiritual ao Brasil, hontem José Carlos Rodrigues e Felix Pacheco, hoje Elmano Cardim, o “Jornal do Commercio” foi e continua sendo a “Grande Encyclopedia” a que me referi, pois tanto ou mais que as instituições officiaes de cultura, tem elevado, ininterruptamente, a todas as classes e aos mais reconditos pontos do território pátrio o producto escolhido, seleccionado, dessa elaboração scientifica, literária, artística, influindo de maneira decisiva na evolução geral do paiz (JORNAL DO COMMERClO, 1938, anno 111, n.144, p.4).

Essa referência consagra o periódico como uma *Grande Encyclopédia* e reconhece a atuação do *Jornal do Commercio* como uma forma de ação cultural com função educativa. Comparando-o às iniciativas oficiais, o acadêmico ressalta que o alcance histórico do jornal se estendia a todo o território nacional, tornando seu repertório de textos e informações mais efetivo e abrangente que o das próprias instâncias públicas. Nesse sentido, não se tratava apenas de um jornal, mas de uma verdadeira encyclopédia; um agente de promoção da educação nacional. A leitura implícita é a de que faltava um meio de preservar de modo sistemático essa produção cultural. O *Mensario*, assim, apresenta-se como arquivo e coletânea indispensável, tal como afirma Lemos Britto:

Com este ‘Mensario’ o decano da imprensa brasileira fica sendo, de facto e definitivamente, a Grande Encyclopedia, aberta a todos os espíritos, alarga e evita a dispersão de tantos escriptos magnificos, resguardando-os da sorte que se reserva ás edições dos jornaes, lançadas de momento a momento á febril curiosidade. Agora, pelo menos, se poderá dizer – scripta manet [sic] (JORNAL DO COMMERCIO, 1938, anno 111, n.144, p.4).

A publicação em estudo foi recebida como aquela que deveria preservar os escritos publicados no jornal. É o arquivo da produção cultural. Palavras escritas permanecem se o formato, o suporte, são adequados para isso. *Verba volant, scripta manent!*<sup>15</sup> Era a ideia da eternidade do escrito, do discurso, do intelectual, representada por um objeto.

---

<sup>15</sup> Tradução livre: “As palavras voam, os escritos permanecem.”

Dois anos depois, em 1940, o já citado Percy Alvin Martin, professor em Stanford e estudioso da História do Brasil, produziu uma resenha sobre o *Mensario* no periódico chamado *Homework Latin American Studies*, editado nos Estados Unidos da América. O texto foi lido e publicado na seção “Varias Notícias” da edição dupla 08 e 09 de abril de 1940. Assim a redação do *Jornal do Commercio* expressou a leitura da resenha:

No ultimo volume de “Homework Latin American Studies”, conhecida resenha bibliographica editada nos Estados Unidos o Sr. Percy Alvin Martin, professor da Universidade Stanfond, ocupando-se da História do Brasil, refere-se ao “Mensario do Jornal do Commercio” nos seguintes termos, que muito nos penhoram: “Merece menção a iniciativa do “Jornal do Commercio” e de seu erudito director Dr. Elmano Cardim, lançado em 1938 uma publicação mensal com o nome de “Mensario do Jornal do Commercio”.

Todos os curiosos dos assumptos brasileiros são accordes em que esse diário, que orgulhosamente conta mais de um século de existência, é ao mesmo tempo, um órgão de informações e um jornal de opinião. Cada numero seu, especialmente as edições dos domingos, contem artigos de grande importância. Muitos dos mais notáveis escriptores do paiz, com especialidade os historiadores, são seus assíduos collaboradores. Até 1938, essas contribuições escapavam á maioria dos interessados, sendo pouco conhecidas e lidas fora do Brasil (JORNAL DO COMMERClO, 1938, Anno 113, N.159, p.4)

Martin lia o *Jornal do Commercio* como um “órgão de informações e um jornal de opinião”. Isso quer dizer que ele entende que a função social desse periódico vai além do jornalismo da notícia diária. Quando define Elmano Cardim como “erudito director”, implica em sua ação de criação do *Mensario* e condução da empresa Rodrigues & Co., uma representação enquanto intelectual. Com isso, este suporte escrito é fruto de uma ação de erudição e parte da proposta de divulgação das opiniões sobre os diversos assuntos brasileiros presentes nas edições do periódico, principalmente nas dominicais.

O levantamento prosopográfico realizado por Raphael Machado<sup>16</sup> (2023) evidenciou que o *Mensario* operava em estreita conexão com as principais instituições intelectuais brasileiras e com organismos internacionais de cooperação cultural. Entre os 797 colaboradores identificados, 224 eram membros de academias e institutos como a Academia Brasileira de Letras (ABL), o Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB), a Academia Brasileira de Ciências (ABC) e a Associação Brasileira de Educação (ABE), responsáveis por 2.298 textos, mais da metade (52,8%) de todo o conteúdo publicado. Destaca-se, ainda, a expressiva presença de integrantes da Comissão Brasileira de Cooperação Intelectual (CBCI)<sup>17</sup>, sediada no Itamaraty desde 1937, da qual seis dos nove membros do comitê executivo colaboraram com a revista, somando 104 textos (SOUZA, 2015; MACHADO, 2023, p. 427).

<sup>16</sup> Pode-se ler o levantamento prosopográfico e sua análise em: MACHADO, 2023, p.426-449.

<sup>17</sup> A Comissão Brasileira de Cooperação Intelectual (CBCI), instituída oficialmente em 1937, vinculava-se à política de aproximação cultural promovida pela Liga das Nações e pela sua Comissão Internacional de Cooperação Intelectual, da qual o Brasil fazia parte desde a década de 1920. No contexto do Estado Novo, a CBCI atuou como instrumento de diplomacia cultural, articulando intercâmbios, eventos e publicações que buscavam inserir intelectuais brasileiros no circuito internacional e, simultaneamente, projetar uma imagem oficial da cultura nacional.

O PENClub do Brasil<sup>18</sup>, criado em 1936 sob os moldes do PEN Internacional, reuniu escritores e diretores de grandes jornais e revistas, configurando-se como um dos principais salões de sociabilidade letrada da capital federal (GAIOTTO, 2018). Dos 52 membros fundadores, 34 publicaram no *Mensario*, totalizando 924 textos, cerca de um quarto do corpus da coleção, com destaque para Afonso de E. Taunay (398 textos) e João Luso (332 textos). O cruzamento das pertenças institucionais mostra que mais de 60% dos sócios da ABE e dos membros do PEN Club colaboraram com a coleção, bem como mais de 50% dos integrantes do IGHMB e da ANH. Esses índices revelam que a revista funcionou como um espaço privilegiado de legitimação e circulação de vozes oriundas da alta cultura, reforçando seu papel como instrumento de distinção (BOURDIEU, 2007) e de pedagogia cultural voltada à formação de um público restrito, mas socialmente influente.

A análise quantitativa e temática evidencia que os textos sobre História ocupam lugar central no *Mensario*, não apenas pelo volume, mas também pelo perfil dos colaboradores, historiadores de ofício e intelectuais ligados a instituições de prestígio. O ano de 1938 marca o início de uma divulgação mais intensa e efetiva desses textos, especialmente no exterior. Essa estratégia editorial dialoga diretamente com a atuação de Elmano Cardim na CBCI, desde 1937, e no PENClub do Brasil, desde 1936, instituições que tinham como objetivo principal a promoção da cultura nacional e seu intercâmbio com as chamadas “nações amigas”. Sob essa ótica, a criação do *Mensario* pode ser lida como parte de um projeto de internacionalização da produção intelectual brasileira e de consolidação simbólica do próprio Jornal do Commercio como órgão produtor dessa cultura.

Destaca os historiadores por seu lócus de ofício e possivelmente de atração maior da leitura e porque os textos sobre o tema da história são a maioria no *Mensario*. Define 1938 como marco para a divulgação maior e mais efetiva desses textos, principalmente no exterior. Se pensarmos que Elmano Cardim participava ativamente da Comissão Brasileira de Cooperação Intelectual desde 1937 e do PENClub desde 1936<sup>19</sup>, e que essas instituições tinham como objetivo principal a divulgação da cultura nacional e seu intercâmbio com as nações amigas, a proposta de criação desse suporte de leitura poderia ser lida sob essa ótica de internacionalização da cultura nacional e do próprio órgão produtor, como o professor norte-americano elogia no texto. Para ele, esse problema de arquivamento e divulgação dos textos internacionalmente foi resolvido com a publicação do *Mensario*:

Para resolver esse problema, o “Jornal do Commercio” começou a publicação do “Mensario” em Janeiro de 1938. Cada numero contem de 200 a 350 paginas de duas columnas. Além dos artigos acima mencionados, a revista insere a secção de critica de livros, publicada no jornal nas suas edições de domingo.

<sup>18</sup> O PENClub do Brasil, fundado em 1936 como seção nacional do *PEN International*, reunia escritores, jornalistas e intelectuais com o objetivo de defender a liberdade de expressão e fomentar o diálogo literário internacional. No entanto, durante o Estado Novo, seu funcionamento esteve condicionado às restrições políticas e ao alinhamento às diretrizes culturais do regime, o que moldou suas iniciativas e redes de sociabilidade intelectual (MACHADO, 2023).

<sup>19</sup> A Comissão Brasileira de Cooperação Intelectual (CBCI), instituída oficialmente em 1937, vinculava-se à política de aproximação cultural promovida pela Liga das Nações e pela sua Comissão Internacional de Cooperação Intelectual, da qual o Brasil fazia parte desde a década de 1920. No contexto do Estado Novo, a CBCI atuou como instrumento de diplomacia cultural, articulando intercâmbios, eventos e publicações que buscavam inserir intelectuais brasileiros no circuito internacional e, simultaneamente, projetar uma imagem oficial da cultura nacional. Já o PEN Club do Brasil, fundado em 1936 como seção nacional do *PEN International*, reunia escritores, jornalistas e intelectuais com o objetivo de defender a liberdade de expressão e fomentar o diálogo literário internacional. No entanto, durante o Estado Novo, seu funcionamento esteve condicionado às restrições políticas e ao alinhamento às diretrizes culturais do regime, o que moldou suas iniciativas e redes de sociabilidade intelectual (MACHADO, 2023).

O “Mensario” é, realmente uma revista preciosa para o conhecimento da Historia do Brasil e certamente acabará sendo encontrada em todas as bibliothecas dos Estados Unidos” (JORNAL DO COMMERClO, 1938, Anno 113, N.159, p.4)

Essa foi a primeira menção identificada em que o *Mensario* é explicitamente caracterizado como revista. Para Martin, tratava-se de uma leitura “preciosa para o conhecimento da História do Brasil”, reconhecendo-a como fonte relevante para estudo e pesquisa sobre o passado nacional. Sua apreciação reforça a imagem já construída por outros leitores e colaboradores, que viam no *Mensario* um arquivo e uma coletânea, capaz de preservar o escrito e prolongar sua circulação. Ainda não é possível afirmar se a publicação esteve presente em outras bibliotecas norte-americanas; contudo, em 2020 localizamos um exemplar nas *Stanford Libraries*<sup>20</sup>. Curiosamente, o mesmo volume também integra o acervo da *National Library of Australian*<sup>21</sup>, fato que amplia o interesse pela análise de sua circulação internacional, mas que não é nosso foco neste trabalho.

Outro registro internacional a respeito do periódico também foi produzido por Martin, desta vez incluído no *Handbook of Latin American Studies*, edição de 1938, publicado e editado pela Comissão de Estudos Latino-Americanos da Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos, com apoio financeiro da *Fundação Rockefeller*<sup>22</sup>. Esses comentários, somados às análises de outros autores norte-americanos dedicados aos estudos latino-americanos, foram reproduzidos pelo responsável pela seção “Livros Novos” do *Jornal do Commercio*, em 21 de abril de 1940, conforme apresentado a seguir.

#### Seção Livros Novos

*Handbook of Latin American Studies*: 1938 – Harvard University Press – Cambridge -1939.

“Esta importante publicação annual, a mais completa rezenha bibliographica da America Latina, iniciada em 1935, é considerada, pela sua admiravel organização, uma preciosa fonte de consulta, segura e ampla, que vem prestando ajuda inestimável aos estudiosos do desenvolvimento cultural dos povos americanos de origem iberica” (JORNAL DO COMMERClO, 1938, ANNO 113, n.170, p.04).

Destacamos o trânsito de textos e autores nos dois caminhos, entre os EUA e a América Latina, em especial o Brasil, nesses anos de 1930 e 1940. A criação de uma comissão para estudos sobre a América Latina colocou em evidência a procura dos autores por objetos de leitura que pudessem auferir condições de estudos sobre a região. Em

<sup>20</sup> Encontramos o volume I do tomo I de 1938. Ver: <https://searchworks.stanford.edu/view/365723>. Acesso em 27 de novembro de 2020 as 09:11.

<sup>21</sup> Encontramos o primeiro volume do tomo I de 1938 na National Library of Australian. <https://catalogue.nla.gov.au/Record/3117577>. acessado em 27 de novembro de 2020.

<sup>22</sup>A Comissão de Estudos Latino-Americanos (*Hispanic Foundation*), criada em 1939 no âmbito da *Library of Congress*, tinha por objetivo coordenar e fomentar pesquisas sobre a América Latina, reunindo especialistas e promovendo a produção de bibliografias, catálogos e estudos críticos. Entre suas iniciativas mais relevantes destaca-se a publicação anual do *Handbook of Latin American Studies* (HLAS), bibliografia seletiva e anotada sobre estudos latino-americanos, publicada desde 1936 pela *Division Hispánica* da *Library of Congress*. O financiamento inicial contou com o apoio do *American Council of Learned Societies*, da *Rockefeller Foundation* e da *Carnegie Endowment for International Peace*, consolidando o HLAS como a mais antiga e prestigiada referência bibliográfica na área de estudos regionais, além de integrar-se ao conjunto de ações culturais e científicas promovidas pela Fundação Rockefeller no continente americano durante a primeira metade do século XX. Ver: <<https://sistema.bibliotecas-bdigital.fgv.br/bases/handbook-latin-american-studies-hlas-online>>. Acesso em 27 de novembro de 2020 às 09:25.

contrapartida, publicações como essa e lidas no Brasil indicam que havia um comércio internacional de periódicos e a circulação do debate sobre temas e assuntos específicos. Por isso, a seleção de textos, temas e autores no *Mensario* é prova da seleção cultural que a empresa dispunha de melhor para divulgar, nacional e internacionalmente, da cultura escrita brasileira, de acordo com seus preceitos editoriais. Ler essa publicação era ler uma imagem do Brasil e não sua totalidade cultural e por ela se produziam representações internacionais sobre a nação e seus produtores culturais. Na continuidade do texto da crítica presente na “Seção Livros Novos” vemos mais sobre isso:

Alguns estudos são especialmente dedicados ao nosso paiz, destacando-se os dos Srs. Percy Alvin Martin sobre historia; Samuel Putnam relativamente á literatura; Preston E. James, á geographia; Robert C. Smith, á arte e Max Handman, á nossa situação economica e financeira. O capitulo referente á educação na America Latina foi confiado aos Srs. Lourenço Filho e Ernesto Galarza. Das 470 páginas do volume são consagrados ao Brasil 140, reunindo 950 verbetes sobre livros e artigos publicados aqui ou no estranjeiro. Constitue, assim, o Handbook a mais perfeita bibliographia brasileira, excluídas as obras de medicina e engenharia, que não figuram ainda no plano geral da utilissima publicação. Cada um dos verbetes, mesmo os relativos a artigos de revista, é acompanhado de optimas notas elucidativas. Algumas dessas notas, como as que se referem aos romances dos srs. Erico Verissimo, José Lins do Rego, Jorge de Lima, e Graciliano Ramos e ás criticas de arte do sr. Santa Rosa, são particularmente interessantes”. (...). Entre as publicações periódicas das quaes foram citados numerosos artigos de collaboração, figuram o “Mensario do Jornal do Commercio”, a “Revista do Brasil”, o “Observador Economico e Financeiro”, a “Revista do Instituto Histórico e Geographico Brasileiro” e outras (...). (JORNAL DO COMMERClO, 1938, ANNO 113, n.170, p.04)

O *Mensario do Jornal do Commercio* figura, no excerto publicado pelo próprio jornal, como parte de um seletivo conjunto de periódicos brasileiros citados no *Handbook of Latin American Studies*, publicação organizada pela Comissão de Estudos Latino-Americanos da Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos e considerada, em 1938, “a mais perfeita bibliographia brasileira” então disponível. Essa inclusão o inscreve no circuito internacional da cultura escrita, no qual intelectuais estrangeiros, como Percy Alvin Martin (História), Samuel Putnam (Literatura), Preston E. James (Geografia), Robert C. Smith (Arte) e Max Handman (Economia e Finanças), mapearam a produção nacional a partir de leituras de periódicos e livros, enquanto nomes latino-americanos, como Lourenço Filho, diretor do INEP, colaboravam com análises especializadas. Entre as 470 páginas do volume, 140 foram dedicadas ao Brasil, reunindo 950 verbetes sobre obras publicadas no país e no exterior, sempre acompanhados de notas críticas que evidenciam a recepção de autores como Érico Veríssimo, José Lins do Rego, Jorge de Lima e Graciliano Ramos, e das críticas de arte de Santa Rosa. No quadro traçado pelo *Handbook*, o *Mensario*, ao lado da *Revista do Brasil*, do *Observador Econômico e Financeiro* e da *Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro*, é tomado como acervo de leitura e pesquisa que preserva e difunde a memória impressa nacional, confirmando a imagem que, como demonstra a tese, ele cultivava de si mesmo: a de arquivo e coletânea destinados à preservação da escrita e à formação de um repertório nacionalista. Sua

presença nesse rol não apenas legitima sua circulação como fonte de consulta para análises sobre o Brasil no exterior, mas também o insere no espaço simbólico de prestígio reservado às publicações que articulavam alta cultura, erudição e projeto pedagógico, projetando-o como objeto representativo da produção intelectual brasileira do período.

Assim como Percy Alvim Martin via o *Mensario* como uma revista, Levi Carneiro, jurista, diplomata, acadêmico e presidente da Academia Brasileira de Letras em 1941, também o incluiu entre as revistas brasileiras dignas de leitura. Essa consideração aparece na seção “Academia Brasileira”, do *Jornal do Commercio*, publicada no domingo, 14 de dezembro de 1941. Na sessão realizada na Casa de Machado de Assis, cujo conteúdo foi veiculado pelo jornal, Levi Carneiro apresentou uma proposta de relançamento da *Revista Brasileira*, antiga publicação que estava fora de circulação, citando o *Mensario* como exemplo das revistas em circulação naquele momento:

Aqui, então, avultam algumas, que se pódem inscrever no primeiro plano. Acima de todas, sem duvida, a “Revista do Brasil” – outro nome tradicional, tantas e tantas vezes ressurgido... E “Dom Casmurro”, que realiza o milagre hebdomadário, e o “Mensario” do “Jornal do Commercio”, que recolhe e guarda o melhor da sua collaboração excellente. E “Aspectos”. E “Illustração Brasileira”, que alia os primores da arte gráfica aos da literatura. E “Novas Directrizes”. E “Revista Academica”. E o pequeno e brilhante “Euclides”. Ainda outras - que não pretendo enumerar todas. Nessa publicações – e ainda em outras, nos suplementos literários dos quotidianos, como os do “Diarios de Noticias”, do “O Jornal”, do “Correio da Manhã” vibra a mais intensa atividade intelectual. No entanto, varias dessas revistas chegam à Academia. Nossa biblioteca não possue um só exemplar de quase todas elas. É bem certo que há muitas outras coisas que faltam á nossa biblioteca (JORNAL DO COMMERCIO, 1941, anno 115, N.65, p.4).

Essa análise breve em que Levi Carneiro elenca em ordem de importância os periódicos representa o *Mensario* como aquele que “recolhe e guarda o melhor da sua collaboração excellente”. Essa representação será dominante e fará parte do imaginário daqueles que o liam. Como parte da biblioteca da Academia Brasileira de Letras, o *Mensario* é parte integrante do rol de revistas e periódicos dignos de leitura e de consultas posteriores dos imortais. Costumeiramente, havia uma política de doação de exemplares dessa publicação, como pode ser lido na seção “Academia Brasileira” que informa ao fim dos textos as doações recebidas pela biblioteca e ao qual o *Mensario*, quando lançado, sempre está presente. Os integrantes dessa instituição também colaboraram para o *Jornal do Commercio*, como pode ser visto nos sumários da coleção do *Mensario* onde encontramos 13 textos assinados por Levi Carneiro.

Prática comum também vista nas páginas da *Revista da Semana*, onde encontramos diversas informações de recepção dos exemplares ao longo da década de 1940<sup>23</sup>. É o caso da edição 022 de 30 de maio de 1942 onde na página 10 podemos ler uma breve nota sobre a recepção do *Mensario do Jornal do Commercio* correspondente a Dezembro de 1941:

Trata-se de uma obra que está hoje assas divulgada e que contém os artigos de colaboração publicados durante os vários meses do ano pelo mais velho órgão da imprensa do Rio de Janeiro. Nomes ilustres nas letras, nas artes, nas ciências e é precisamente por essa razão que o prestígio e a aceitação do “Mensario” são cada vez mais acentuados (REVISTA DA SEMANA, Edição 022, 1942, 30/05/1942, p.10)

A informação de que o *Mensario* já estava “assas divulgado” indica que depois de quase quatro anos da primeira publicação o projeto editorial já estava consolidado. Seja pelo conteúdo, pelos autores que subscrevem os textos ou pela materialidade, o *Mensario* era motivo de consumo literário. Semelhante observação pode ser feita no *Correio Paulistano*, de 11 de maio de 1941. Na seção “Bibliographia”, lemos:

“Mensario” do “Jornal do Commercio” – (Artigos de colaboração) – Vol. I, Tomo XIII – Rio, 1941. Nesse volume acham-se enfeixados todos os artigos publicados naquelle orgam da imprensa carioca no mez de janeiro deste anno. “O Jornal do Commercio” vem, dessa maneira, facilitar largamente aos seus leitores a acquisição dos trabalhos publicados, o que constitue, sem duvida, grande beneficio ao publico (CORREIO PAULISTANO, 1941, N.26128, p.20)

A imagem produzida sobre o *Mensario* era de que ele facilitava a leitura dos artigos publicados no *Jornal do Commercio*. Com isso sua função pública era de acervo de textos, coletânea, mesmo visto sob o ângulo de uma publicação em formato de revista. Seu conteúdo era usado nas diversas produções intelectuais do cenário histórico. Exemplos disso podem ser lidos nas edições do *Autores e Livros: Suplemento Literário de A Manhã*. Publicado semanalmente, sob a direção de Mucio Carneiro Leão, da Academia Brasileira de Letras, e sob o jugo direto do DIP, o suplemento apresenta alguns usos do *Mensario* enquanto fonte de leitura.

É o caso de Humberto Campos que ao escrever sobre Carmem Cinira<sup>24</sup>, mobilizou o texto de Francisco Prisco intitulado “Pseudônimos femininos”, e que foi publicado no *Mensario* (n.I, Vol. I, janeiro de 1938), como referência de leitura e construção de seus apontamentos sobre a escritora. Já no número 05 da revista *Autores e Livros* de 01 de março de 1949, no texto Antologia da Literatura Brasileira Contemporânea, sem assinatura de autoria, encontramos como indicação de referência de leitura para a confecção do texto um artigo de Georges Le Gentil sobre Carlos Magalhães de Azeredo, com o título de “O Sr. Magalhães de Azeredo, escriptor brasileiro”, publicado, no *Mensario*, em janeiro de 1938, p.157-160 (AUTORES E LIVROS, 1949, Edição 005, Ano IX, Vol. X, Numero 5, p.56).

---

<sup>23</sup> Como pode ser visto em: Revista da Semana – Edição 10 – Ano 1943 – 06/03/1943 – p.6 (Agradecimento pelo recebimento do Mensario Tomo XIX, Vol. III e Tomo XX, Vol. I referentes a Setembro e Outubro de 1942); Revista da Semana – Edição 24 – Ano 1943 – 12/06/1943 – p.12 (Agradecimento pelo recebimento do Mensario Tomo XXI, Vol. III referente a março de 1943).

<sup>24</sup> CAMPOS, 1944, p.1

Em outra edição da *Autores e Livros* de novembro de 1949, notamos outra referência de artigo anteriormente publicado na coleção do *Mensario*. Desta vez foi no texto “Tereza Margarida da Silva e Horta, precursora do romance brasileiro”, de Alceu Amoroso de Lima (Tristão de Athayde) que mobilizou o artigo de Ernesto Ennes, intitulado “Uma escriptora brasileira do século XVIII”, publicado no Tomo II, Vol. III, do *Mensario* de junho de 1938, p. 989-996. Interessante é que o texto de Ennes foi publicado também, com o mesmo nome, em *Bazar*, Lisboa 5, 12 e 19 de agosto de 1938, e que seria posterior à publicação no *Jornal do Commercio* e no *Mensario*. E teria sido reproduzido ainda na *Revista do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo*, Vol. XXXV, dezembro de 1938 (AUTORES E LIVROS, 1949, Edição 014, Ano IX, Vol. X, Número 14, p.167).

Vê-se a circularidade e reprodução de textos originalmente publicados no *Mensario*, lidos e tomados como referência para estudos posteriores e/ou até mesmo republicados em outros periódicos. Textos que foram lidos e mobilizados como referência pelo menos três anos depois da publicação do último exemplar da coleção do *Mensario*, que ocorreu em setembro de 1946, referente aos textos publicados no *Jornal do Commercio* de março de 1946. Constatamos, então, que esse objeto ainda era fruto de leituras e consultas dos estudiosos nacionais.

Por fim, apresentamos um fragmento do texto de 1941 de Odilo Costa Filho publicado na *Revista Brasileira*, proposta por Levi Carneiro e agora já publicado, na seção “Revista das Revistas” em que o autor apresenta um amplo panorama sobre as revistas publicadas no Brasil nos últimos anos. Ele afirmou que “o brasileiro só últimamente é que aprendeu a ler revistas. Começou, porém, de verdade” (REVISTA BRASILEIRA, 1941, Edição 01, p. 240). O que indica a dificuldade de definir os tipos de revistas que existiam naquele cenário, seu consumo e a própria continuidade das publicações para além dos 07 números mágicos. No texto o autor menciona que haviam revistas que mereciam ser lida independente do posicionamento político: a *Revista do Brasil*, a *Cultura Política* e o *Mensario* do *Jornal do Commercio*. Nessa ordem, fez a crítica das três. Abaixo apresentamos o que escreveu sobre o *Mensario*:

#### O “Mensario do Jornal do Commercio”

Há uma frase popular que diz que a “Justiça, para ser boa, começa pelos de casa”. O autor desta resenha é suspeitíssimo para falar do “Jornal do Commercio”, onde completou sua formação espiritual, sob as mãos de mestres como Felix Pacheco e Victor Viana. A Academia também deve à grande folha centenária um apôlio que não cessou, desde os primeiros dias de sua existência. Mas a Justiça que vamos fazer ao “órgão oficial” da casa é pública e desafia contestação: o “Mensário do Jornal do Comércio” é uma das mais sábias e primorosas revistas que se editam na América. Reunindo a colaboração de alguns dos homens mais inteligentes do país e encerrando estudos sôbre todos os assuntos, o mensário também está ligado à Academia, reproduzindo as orações aqui pronunciadas nas sessões das quintas-feiras ou nas grandes comemorações (REVISTA BRASILEIRA, 1941, Edição 01, p. 245)

Ao creditar ao *Mensario* a edição das colaborações de alguns dos homens mais inteligentes do país, Odilo Costa Filho designa a revista como objeto da inteligência nacional. Sua representação enquanto revista que tem sido lida, no cenário de tantas outras, merece destaque, pelo fato de que ele atuou na redação do *Jornal do Commercio*, inclusive teve 05 textos publicados entre 1938 e 1941 na coleção do *Mensario*.

## Considerações finais

Falar do *Mensario* é também falar do *Jornal do Commercio* e de seu papel na consolidação de uma cultura escrita nacional mediada por elites intelectuais e econômicas. Produzido e lido por sujeitos que transitavam nas redes letradas nacionais e internacionais, o *Mensario* integrava um circuito editorial voltado à consagração cultural e à construção de uma memória intelectual do Brasil, como registrou a própria revista. Tal projeto refletia as sociabilidades e as hierarquias simbólicas do período, reunindo, em suas páginas, diferentes posições e visões de mundo, mas sempre dentro dos limites impostos pela cultura oficial e pelo ideário de alta cultura alinhado às diretrizes do Estado Novo. Como se lê na tese de Raphael Machado (2023, p. 287), “a revista operou como espaço de encontro e legitimação de autores já reconhecidos no campo intelectual, silenciando perspectivas que pudessem tensionar o consenso nacionalista vigente”.

Se pensarmos que Elmano Cardim participava ativamente da Comissão Brasileira de Cooperação Intelectual desde 1937 e do PENClub desde 1936, e que essas instituições tinham como objetivo principal a divulgação da cultura nacional e seu intercâmbio com as nações amigas, a proposta de criação do *Mensario* pode ser lida sob a ótica da internacionalização da cultura brasileira e da projeção simbólica do próprio órgão produtor. Como destacou um professor norte-americano em texto publicado na revista, o problema de arquivamento e divulgação internacional dos textos estava, em parte, solucionado com a existência do *Mensario*. Nesse contexto, o levantamento realizado demonstra que diversos membros do PENClub do Brasil e da Comissão Brasileira de Cooperação Intelectual figuraram entre os colaboradores da coleção, evidenciando uma sobreposição entre as redes de sociabilidade letrada e o corpo autoral selecionado para compor a publicação.

Essa constatação reforça a hipótese central de que o *Mensario* operou como instrumento de educação não formal e de diplomacia cultural do Estado Novo, articulando a difusão de valores e interpretações do Brasil em consonância com os interesses políticos e culturais do regime. Ao integrar escritores e intelectuais de prestígio vinculados a instituições de alcance nacional e internacional, o projeto editorial potencializou sua capacidade de influenciar públicos seletos e de reforçar uma imagem de país afinada com o ideário oficial. Entretanto, essa mesma rede de pertencimento institucional também evidencia as exclusões implícitas do projeto: a seleção de colaboradores e temas privilegiou vozes legitimadas por círculos de prestígio, restringindo a participação de intelectuais, escritores e educadores que não se enquadravam nos códigos simbólicos e nas afinidades políticas dessas elites. Assim, o *Mensario* consolidou-se não apenas como vitrine da produção cultural reconhecida, mas também como dispositivo de filtragem e silenciamento, moldando o que poderia ou não ser registrado como parte da memória letrada da nação.

O *Mensario* constituiu-se, portanto, como um produto cultural que não pode ser dissociado das redes de poder e das estratégias editoriais do *Jornal do Commercio*. O periódico funcionou como vitrine e repositório das vozes legitimadas pelo regime e pelos circuitos de prestígio da época, evidenciando um controle simbólico sobre quais discursos eram autorizados a circular. Tal controle não se dava apenas por exclusões explícitas, mas também por escolhas editoriais que privilegiavam determinados gêneros, autores e temáticas. Nesse sentido, o projeto editorial contribuiu para uma pedagogia cultural não escolar, capaz de moldar percepções sobre história, literatura, ciência e identidade nacional. O fim do *Mensario*, em setembro de 1946, esteve relacionado a um conjunto de fatores políticos, econômicos e editoriais que alteraram profundamente o cenário cultural do pós-Estado Novo.

Na leitura de Raphael Machado (2023, p.278), “a queda de Vargas e o processo de redemocratização trouxeram mudanças significativas nas redes de apoio e no ambiente de circulação das ideias.”. Elmano Cardim, que havia sustentado o projeto por quase uma

década, viu-se diante de um contexto em que a manutenção de uma publicação de alto custo, destinada a um público restrito, já não encontrava a mesma viabilidade financeira nem a mesma ressonância política. Como registrado na tese, o *Jornal do Commercio* “sofría com a perda de prestígio e com a mudança no perfil de consumo cultural no pós-guerra, quando novas editoras, revistas e jornais disputavam o mercado e a atenção de leitores mais diversificados” (idem, p. 412).

Do ponto de vista educacional e historiográfico, o encerramento do *Mensario* pode ser interpretado como o esgotamento de um modelo de mediação cultural que, embora eficaz para consolidar uma elite leitora e reafirmar um ideário de alta cultura, mostrou-se incapaz de dialogar com processos mais amplos de democratização do acesso à leitura e à produção intelectual. Como objeto de educação não formal, manteve-se atrelado a um projeto seletivo e excludente, reforçando hierarquias culturais e políticas, o que o coloca mais próximo de um “arquivo da consagração” do que de um espaço de pluralidade.

Lido criticamente, o *Mensario* é simultaneamente registro da pluralidade intelectual possível dentro das redes de sociabilidade de sua época e testemunho das exclusões e hierarquias que moldaram a esfera pública letrada brasileira. Ao mesmo tempo que preserva uma memória da produção cultural e intelectual dos anos finais do Estado Novo, expõe as tensões entre cultura oficial e dissidência, revelando os limites e as possibilidades de um projeto editorial situado na intersecção entre imprensa, política e cultura escrita.

## Referências

- BEIGEL, Fernanda. Las revistas culturales como documentos de la historia latinoamericana. *Utopía y Praxis Latinoamericana*. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela, v. 8, n. 20, p. 105-115, jan./mar. 2003. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8051127>.
- BOMENY, Helena Maria. *Três decretos e um ministério: a propósito da educação no Estado Novo*. In: PANDOLFI, Dulce (org.). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999. p. 139.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. 2. ed. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.
- BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- CAMPOS, Humberto; CARMEM, Cinira. *Autores e Livros: Suplemento Literário*. Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, ano IV, v. VII, n. 19, p. 1, 10 dez. 1944.
- CAPELATO, Maria Helena Rolim. O Estado Novo: o que trouxe de novo? In: DELGADO, Lucilia de Almeida Neves; FERREIRA, Jorge (orgs.). *O Brasil Republicano – O tempo do nacional-estatismo: do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo*. v. 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. p. 109-143.
- CARDIM, Elmano. *No sequicentenário do “Jornal do Commercio”*. Rio de Janeiro: Gráfica Olímpica Editora, 1978.

CARNEIRO, Levi. Na Academia. *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, anno 115, n. 65, p. 4, 1941.

CASTANHO, Sérgio. História cultural e educação: questões teórico-metodológicas. In: XAVIER, Libânea; TAMBARA, Elomar; PINHEIRO, Antonio (orgs.). *História da Educação no Brasil: matrizes interpretativas, abordagens e fontes predominantes na primeira década do século XXI*. Vitória: EDUFES, 2011. p. 109-143.

CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHARTIER, Roger. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. São Paulo: Editora UNESP / Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.

CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. 2. ed. Lisboa: DIFEL, 2002.

CHARTIER, Roger. *A história ou a leitura do tempo*. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

COSTA FILHO, Odilo. A Revista das Revistas. *Revista Brasileira*, n. 01, p. 240-245, 1941.

CRESPO, Regina (org.). *Revistas en América Latina: proyectos literarios, políticos y culturales*. Colección Miradas del Centauro. Cidade do México: Ediciones y Gráficos Éon, 2010. Disponível em: <http://www.elem.mx/obra/datos/209952>. ISBN: 9786077519676 / 9786070207419.

CRESPO, Regina. Revistas culturais e literárias latino-americanas: objetos de pesquisa, fontes de conhecimento histórico e cultural. In: FRANCO, Stella Maris; JUNQUEIRA, Mary Anne (org.). *Cadernos de Seminários de Pesquisa*. São Paulo: USP/Humanitas, 2011. v. 2, p. 98-116. Disponível em: <https://leha.fflch.usp.br/sites/leha.fflch.usp.br/files/inline-files/CSP2.pdf> Acesso em: 16 fev. 2020.

FAUSTO, Boris. *História do Brasil*. 11. ed. São Paulo: Edusp, 1999.

FARIA FILHO, Luciano Mendes. Sociabilidades, edição, educação: o Anuário Brasileiro de Literatura como projeto educativo (1937-1944). *Educar em Revista*, Curitiba, v. 33, n. 65, p. 51-66, jul./set. 2017. DOI: <https://doi.org/10.1590/0104-4060.53220>.

GADOTTI, Moacir. *História das ideias pedagógicas*. 9. ed. São Paulo: Ática, 2005.

GAIOTTO, Mateus Américo. *O P.E.N. Clube do Brasil (1936–1954): a era Cláudio de Souza*. 2018. 181 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Estadual Paulista, Assis, 2018.

GOMES, Ângela Maria de Castro (org.). *Capanema: o ministro e seu ministério*. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 2000.

LEVENE, Ricardo. Sem título. *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, anno 111, n. 118, p. 4, 18 fev. 1938. Seção Varias Notícias.

MACHADO, Raphael Ribeiro. *O Mensario do Jornal do Commercio e o seu projeto cultural e educativo (1938–1946)*. 2023. 641 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de Ouro Preto, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Programa de Pós-Graduação em Educação, Mariana, 2023.

MARTIN, Percy Alvin. Sem título. *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, anno 111, n. 118, p. 4, 18 fev. 1938. Seção Varias Notícias.

MARTINS, Ana Luíza. *Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República. São Paulo (1890-1920)*. São Paulo: Edusp/Fapesp/Imprensa Oficial, 2001.

MENSARIO do “Jornal do Commercio”. *Artigos de Collaboração*. Rio de Janeiro: Typographia do Jornal do Commercio, Rodrigues & Co., 1938.

MICELI, Sérgio. *Intelectuais e classe dirigente no Brasil (1920–1945)*. São Paulo: Difel, 1979.

MOSES, Herbert. Mensario do Jornal do Commercio. *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, anno 111, n. 134, p. 6, 1938. Seção Varias Notícias.

NUNES, Clarice. As políticas públicas de educação de Gustavo Capanema no Governo Vargas. In: BOMENY, Helena Maria (org.). *Constelação Capanema: intelectuais e políticas*. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 2001. p. 103-125.

O GLOBO. Sem título. *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, anno 111, n. 136, p. 4, 1938. Seção Varias Notícias.

OLIVEIRA, Carlos A. Barbosa de. O Mensario do Jornal do Commercio. *Jornal do Commercio*, anno 111, n. 151, p. 3, 1938.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi. O pensamento de Azevedo Amaral. In: OLIVEIRA, Lucia Lippi; VELLOSO, Monica Pimenta; GOMES, Ângela Maria de Castro (org.). *Estado Novo: ideologia e poder*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

REVISTA BRASILEIRA. A Revista das Revistas. *Revista Brasileira*, n. 01, p. 240-245, 1941.

ROQUETTE-PINTO, Edgar. Recebidos. *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, anno 111, n. 142, p. 4, 1938. Seção Na Academia.

SCHWARCZ, Lilia Moritz; STARLING, Heloisa Murgel. *Brasil: uma biografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

SGARBI, Antonio Donizetti. *Igreja, educação e modernidade na década de 30: escolanovismo católico construído na CCBE, divulgado pela Revista Brasileira de Pedagogia*. 1997. 226 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1997.

SIRINELLI, Jean-François. *Os intelectuais*. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

SEM AUTOR. O Mensario do Jornal do Commercio: o seu apparecimento – Comentarios da Imprensa. *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, anno 111, n. 136, p. 4, 1938. Seção Varias Noticias.

SEM AUTOR. *Handbook of Latin American Studies*. *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, anno 113, n. 159, p. 4, 1938. Seção Varias Noticias.

SEM AUTOR. *Handbook of Latin American Studies*. *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, anno 113, n. 170, p. 4, 1938. Seção Livros Novos.

SEM AUTOR. *Antologia da Literatura Brasileira Contemporânea. Autores e Livros: Suplemento Literário de A Manhã*, ano IX, v. X, n. 5, p. 56, 1949.

SEM AUTOR. *Bibliographia. Correio Paulistano*, n. 26128, p. 20, 1941.

SEM AUTOR. *Mensario do Jornal do Commercio. Revista da Semana*, edição 022, p. 10, 30 maio 1942.

VELLOSO, Monica. Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, n. 9, p. 57-74, 1997. ISSN: 0104-4478.

VIDAL, Diana Gonçalves; MAGALDI, Ana Maria Bandeira de Mello. Educação e história cultural: possibilidades, invenções e construções. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 31, n. 2, p. 263-272, maio/ago. 2005.