

ANNUNCIOS: PROJEÇÕES DO COTIDIANO EDUCACIONAL EM MINAS GERAIS 1825-1842

Raquel Menezes Pacheco – UFMG

Agência Financiadora: CNPQ e FAPEMIG

Introdução

No século XVIII, a utilização de anúncios nos jornais era uma prática corrente em reinos como o da Inglaterra e Escócia, no entanto, ela não era bem vista por aquelas pessoas da sociedade de maior prestígio e reputação. Um século mais tarde, porém, o uso dos anúncios de jornais passou a ser considerada uma maneira fácil e rápida de se divulgar aquilo que se desejava.

Os anúncios de jornais tornaram-se então, “uma arte de exaltação de virtudes”, dos diversos produtos oferecidos. As várias qualidades atribuídas a eles, que circulavam em meio aos leitores, nem sempre eram reais. “No anúncio procura-se ‘atrair, prender, absorver’ a atenção do leitor de jornal, de modo todo especial: com objetivos práticos e imediatos, através de palavras capazes de conquistar o leitor para o anunciante ou para o objeto anunciado [...]” (FREYRE, 1979, p.XLVII).

A utilização, de anúncios de jornais como fontes ou objetos de pesquisas científicas, se iniciou em 1930, no Brasil, e Gilberto Freyre foi o precursor. Ele estudou anúncios de escravos publicados em dois importantes jornais no século XIX, o *Diario de Pernambuco* e *Jornal do Commercio*. Em sua obra *O Escravo nos Anúncios de Jornais Brasileiros do Século XIX*, destaca a importância da análise antropológica, sociológica do estudo de anúncios jornalísticos.

Os anúncios de jornais são elementos extremamente valiosos, pois fornecem possibilidades de fazer interpretações através de “retalhos” que representam parte importante da nossa história.

Anúncios publicados pelo periódico *O Universal* (1825-1842)

O Universal foi um jornal longo e de significativa circulação publicado em Ouro Preto, Minas Gerais, no século XIX. Ele buscou, entre outras coisas, produzir a legitimidade do caráter pedagógico dos jornais do período.

Impresso na *Oficina Patricia de Barbosa e Cia*, era publicado três vezes por semana e possuía, em geral, quatro páginas. Nelas não se encontrava qualquer imagem. Graficamente os textos eram distribuídos em duas colunas e separados em “seções” que vão se afirmando ao longo das publicações. Elas recebem títulos como *Noticias Estrangeiras*, *Artigos de Officio*, *Variedades*, *Annuncios*, dentre outros nomes que aparecem com mais ou menos frequência, utilizando as mesmas formas gráficas.

No que diz respeito ao conteúdo do periódico, em suas páginas eram encontradas notícias não apenas da província de Minas Gerais, mas de todo o Império brasileiro e outros lugares, como da Europa e da América. Os problemas sociais e estruturais vividos nas províncias, a economia, a política e a educação são temas que eram frequentemente debatidos ao longo das edições do periódico.

A sessão que aparecia n`*O Universal* sob título de “Annuncios” não tinha periodicidade estabelecida no jornal, poderia aparecer tanto em números seguidos quanto demorar várias edições para ser publicada, ocupando, o final da última página. Dentre os anúncios publicados, enviados por leitores, apenas alguns possuíam datas, localidades e autoria explícitas. Para ser publicado eram cobrados 20 réis a linha (*O Universal* 18/07/1825, p.4), e a partir de 1835, 40 réis, sendo que os anúncios dos “assinantes” eram publicados gratuitamente (*O Universal* 16/12/1835 nº2070 p.04).

Assim como todo o conteúdo do jornal, os anúncios tratavam de diversos assuntos: escravos ou animais desaparecidos, lançamento de outros periódicos, cobranças de dívidas, produtos e imóveis a serem negociados, enfim, um vasto repertório que era comercializado.

Objetivos e Metodologia: percurso de pesquisa

Essa pesquisa é inspirada no trabalho realizado por Maria Beatriz Nizza da Silva (2007) com o periódico, *Gazeta do Rio de Janeiro* (1808-1822). Assim como o dela, o nosso objetivo principal foi de aproximação das práticas cotidianas da sociedade local. A especificidade dessa pesquisa em relação àquela é buscarmos apreender os aspectos educacionais, escolares ou não, presentes em *O Universal*, que não são tão perceptíveis em outros documentos históricos e, a partir deles formar projeções de um ambiente educacional mineiro, na primeira metade do século XIX.

Para pensar sobre a importância dos anúncios de jornais, a metodologia de pesquisa e a análise dos resultados, utilizamos a obra de Gilberto Freyre já citada acima. Em complementaridade, o trabalho de Helena de Araujo Neves, *Propagandas das Instituições de Ensino de Pelotas – RS: Visibilidade ao Espaço Escolar (1875-1910)* nos permitiu uma visão mais publicitária dos anúncios e nos proporcionou pensar sobre questões como a hierarquização dos espaços físicos onde ocorriam as aulas.

Os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa foram: a leitura panorâmica de todas as edições do periódico; a enumeração dos jornais que possuíam a sessão estudada; a leitura e transcrição (grafia original) de todos os anúncios que tratavam sobre a temática de interesse; a separação de categorias e subcategorias para o que fora transcrito; a contabilização dos anúncios já divididos; e a elaboração de tabelas e textos que poderiam auxiliar na formulação dos resultados encontrados.

No sentido de atingir nossos objetivos separamos os anúncios transcritos em duas categorias. Na primeira delas, *Instrução*, agrupamos as propagandas que chamam atenção dos leitores para o início, término e preços de aulas; os que marcam e convidam as pessoas para presenciar a aplicação de Exames Públicos de Alunos; e os que anunciam concursos ou nomeações para a ocupação de cadeiras públicas. A segunda categoria, *Comércio de Impressos* agrupou anúncios que tratavam da comercialização de qualquer tipo de impresso, como por exemplo, novos periódicos, obras literárias, dicionários, entre outros.

Resultados

A Tabela 1 abaixo foi elaborada no intuito de quantificar e analisar os resultados encontrados através dos anúncios transcritos. É importante destacarmos a grande quantidade de anúncios pertencentes às duas categorias bases, *Instrução* e *Comércio de Impressos* (quando somados), perante a quantidade total de anúncios de determinado ano.

As funções das categorias escolhidas para estarem presentes na tabela são as seguintes: além da primeira coluna (Ano), que designa qual foi o ano analisado e da segunda (Publicações) que representa o número de publicações do periódico em determinado ano, elaboramos as seguintes categorias:

- **Publicações que contém a sessão *Annuncios***: Mostra a quantidade de edições do jornal que possuem a sessão em questão, pois, como já foi dito, nem todas as publicações contém propagandas.
- **Anúncios dentro da sessão *Annuncios***: Quantifica as propagandas que existem dentro da sessão em questão, pois, como percebemos, *Annuncios* podem conter mais de uma propaganda.
- **Anúncios dentro da categoria *Instrução***: Indica o número de anúncios que se referem à categoria *Instrução*.
- **Anúncios dentro da categoria *Comércio de Impressos***: Indica o número de anúncios que se referem à categoria *Comércio de Impressos*.
- **Anúncios não-inéditos em *Instrução* e *Comércio de Impressos***: Representa a quantidade de anúncios que se repetem nas categorias *Instrução* e *Comércio de Impressos* em cada ano.

Tabela 1





















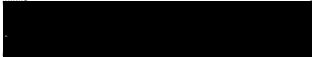


Vertical line on the left side of the page.



109





Através dessa tabela, conseguimos perceber que, durante quase todo o período de circulação do periódico, o número de anúncios que fazem parte da categoria *Comércio de Impressos* é superior ao número de anúncios da categoria *Instrução*.

Na categoria *Comércio de Impressos* o objetivo é comercializar. Jornais, obras literárias, dicionários, compêndios, e diversos escritos de cunho político são anunciados a partir de 20 réis. As chamadas *folhinhas de reza* e as *folhinhas d`algibeira* marcaram forte presença nas propagandas. Junto à descrição do produto era dito o seu preço, o local onde era comercializado e algumas vezes o autor do impresso. Através dessa categoria foi possível percebermos o grande contato que a população mineira tinha com o mundo letrado, comercializando obras literárias, várias vezes escritas em uma língua estrangeira. Os anúncios também nos permitem identificar os locais de negociação dos impressos. Alguns deles eram vendidos na tipografia do próprio jornal, outros só eram encontrados em lugares onde eram vendidos também outros produtos, como a *Loja de Forbes*, ou em locais mais específicos como a *Caza de Patricio P. Campos*.

Na categoria *Instrução*, temos 89 anúncios relacionados às aulas seguidos de 50 anúncios sobre a ocorrência de Exames Públicos de Ensino que se sobrepõem ao restante. Por meio das transcrições conseguimos obter também informações sobre os cursos que eram ministrados, alguns dos professores que os ofertavam e até mesmo os locais onde eles ocorriam. Esses elementos foram fundamentais para percebermos importantes aspectos de trajetórias de professores, já que alguns deles anunciam suas aulas em vários anos do periódico; a hierarquização dos cursos, sendo que aqueles considerados, na época, mais importantes ou de mais fácil acesso, eram os mais freqüentados. Percebemos ainda que, os professores, para atrair o olhar dos leitores, geralmente, fornecem o endereço onde ocorreriam as aulas. E que, ao longo dos anos, eles mudaram de endereço, transferindo-se para ruas que eram consideradas “melhores” ou de “maior fama”.

O trabalho de pesquisa está em andamento, mas diante do exposto é possível concluir que a análise dos anúncios, publicados em *O Universal*, nos permite por um lado, com base na categoria *Comércio de Impressos*, analisarmos as práticas de letramento numa perspectiva histórica, e assim, apreender a história dos suportes e

objetos de escrita; dos processos de acumulação, circulação e distribuição da escrita; e as possibilidades de acesso à escrita e as conseqüências sociais e culturais da imprensa (SOARES, 1995).

Por outro lado, com base na categoria *Instrução*, podemos apreender o processo de escolarização em Minas Gerais, por meio de elementos que nos fornecem os anúncios. As aulas, a ocupação de Cadeiras Públicas de Ensino e, principalmente, os Exames Públicos de Alunos se relacionam com a organização do serviço de instrução pública na província mineira. A instituição de Seminários, os concursos para as Cadeiras Públicas de Ensino e os Exames Públicos de Alunos formavam um conjunto de estratégias pensadas a partir de políticos e intelectuais no sentido de legitimar o processo de escolarização e formar uma sociedade letrada preocupada com a formação das novas gerações.

Referências Bibliográficas

FREYRE, Gilberto. *O escravo nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX*. 2. ed. São Paulo: Ed Nacional; [Recife]: Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais, 1979.

SILVA, Maria Beatriz Nizza da. *A Gazeta do Rio de Janeiro (1808-1822): Cultura e Sociedade*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2007.

SOARES, Magda Becker. Língua escrita, sociedade e cultura: relações, dimensões e perspectivas. *Revista Brasileira de Educação*, Belo Horizonte, n.0, p. 5-16, set./dez. 1995.

Sítio

NEVES, Helena de Araujo. *Propagandas das Instituições de Ensino de Pelotas – RS: Visibilidade ao Espaço Escolar (1875-1910)*. (Disponível em: <http://www.anped.org.br/reunioes/32ra/arquivos/trabalhos/GT02-5455--Int.pdf>. Acesso em 20 de Janeiro de 2010).

Periódico

Universal (O). Ouro Preto: Officina Patrícia de Barboza e Cia.; Officina Patrícia do Universal, 1825 – 1842.