

A configuração da Publicidade nos impressos Paraenses: 1820 a 1850¹

Danyllo Melo Pereira BEMERGUY²
Netília Silva dos Anjos SEIXAS³
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

Resumo

Ao visualizarmos um jornal do século XXI, mais especificamente, o caderno de classificados, ficamos perdidos com a diversidade de anúncios, a quantidade de páginas, a disposição dos textos. Como a Publicidade impressa chegou ali? Ou melhor, como se deu todo o processo, ao longo das décadas, para que ela se tornasse o que é hoje? Com este trabalho,⁴ visamos observar uma pequena parte dessa trajetória nos principais periódicos paraenses na primeira metade do século XIX. O *corpus* de análise compreendeu oito jornais, fundados em Belém entre as décadas de 1820 e 1850, em que foram observados os meses de janeiro e julho. Observamos como e o que anunciavam, assim como as mudanças no decorrer dos anos. Na pesquisa, exploratória e descritiva, tomamos como base bibliográfica o catálogo Jornais Paraoaras e os estudos realizados por Marialva Barbosa, Gilberto Freyre e João Carrascoza.

Palavras-chave: História da Publicidade; Jornais Paraenses; Século XIX; Amazônia.

Introdução

Com este artigo, visamos traçar um panorama da publicidade na primeira metade do século XIX, nos periódicos paraenses. Na pesquisa, observamos os seguintes jornais: O Paraense (1822-1823), A Voz das Amazonas (1827-1828), O Sagitário (1829-1830), Sentinella Maranhense na Guarita do Pará (1834), Treze de Maio (1840-1862), O Paraense (1842-1844), Diário do Gram-Pará (1853-1892) e A Epocha (1853-?) (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985). Apesar de ter existido até a década de 60, O Treze de Maio foi visto apenas no período previsto para o estudo. Outros títulos circularam, porém, muitos se perderam.

Esses foram alguns dos títulos selecionados para a pesquisa, listados no catálogo de Jornais Paraoaras (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985) e disponíveis para consulta no setor de Microfilmagem da Biblioteca Pública Arthur Vianna, em Belém, Pará. Tiveram

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Publicidade e Propaganda da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará (UFPA). Bolsista PIBIC-CNPq do projeto de pesquisa “A Trajetória da Imprensa no Pará”. Email: mpbdanyllo@gmail.com.

³ Professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará. Orientadora e coordenadora do projeto de pesquisa “A trajetória da imprensa no Pará”. Email: netilia@uol.com.br.

⁴ Este artigo é resultado de estudo realizado no projeto de pesquisa “A trajetória da imprensa no Pará”, apoiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Edital Universal MCTI/CNPq Nº 14/2012. O projeto é desenvolvido na Faculdade de Comunicação e no Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA).

grande expressividade nas décadas em que circularam, com a característica de serem efêmeros (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985).

Para traçar um panorama da publicidade nesses impressos, fizemos um recorte por amostras de cada década, de 1820 ao final da década de 1850. Utilizamos dois meses do ano: janeiro e julho, cada um no início de um semestre, possibilitando um distanciamento de cinco meses entre eles para uma melhor visualização das mudanças ocorridas entre as datas. Quando não havia edições disponíveis no mês escolhido, ou quando estavam danificadas, observamos o mês mais próximo, que podia estar à frente ou atrás. Alguns títulos foram vistos em sua totalidade, como O Paraense de 1822, por sua importância, pelo fato de terem existido por curto período e com poucas edições disponíveis.

Os principais autores que tomamos como base para este trabalho foram: Marialva Barbosa (2010), que conta os avanços tidos pela imprensa desde o século XIX; Gilberto Freyre (2010), com sua pesquisa relacionada aos escravos nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX; João Carrascoza (2007), com um estudo sobre o avanço do texto publicitário; e o catálogo da Biblioteca Pública do Pará Jornais Paraoaras (1985), que traz levantamento dos jornais paraenses de 1822 a 1985, quando foi publicado.

A publicidade impressa no Pará surgiu timidamente em O Paraense (1822-1823) e foi crescendo nos periódicos seguintes. As primeiras publicidades apareciam com o nome de “AVIZOS”, localizadas nas últimas páginas dos jornais. Como ponto de partida, questionamos: O que vendiam? Como anunciavam? Quem anunciava? Quais mudanças ocorreram no decorrer das décadas? Estas e outras questões, procuramos responder nesta pesquisa, ainda de cunho exploratório e descritivo

Buscamos entender, para além dos anúncios, o que ocorria na sociedade na época de suas veiculações, pois isso também possui importância para um estudo como este. Segundo Barbosa (2007, p.12), “quando a história aparece, surge apenas como pano de fundo, como conjuntura na qual os personagens se movimentam, e não como uma dimensão constituída dos seres e das suas ações”. Dessa forma, é importante considerar o valor dos processos sociais para o entendimento do que era publicizado nos jornais.

Breve histórico da imprensa no Brasil e no Pará

A imprensa brasileira surgiu com A Gazeta do Rio de Janeiro, em 1808. Antes disso, não podemos falar sobre sua existência, pois “só há imprensa quando a ideia do público como espécie de abstração-concreta se torna o desejo dominante das publicações” (BARBOSA, 2010, p.20). A imprensa também fez com que a publicidade fosse empregada nos jornais. O

primeiro anúncio brasileiro foi publicado ainda na A Gazeta do Rio de Janeiro e tinha como temática a compra de uma morada de casas de sobrado (CARRASCOZA, 2007). No início, os jornais eram criados por um número restrito de pessoas, sendo ligados à política.

Observamos, portanto, que as letras impressas passam a ser vistas como possibilidade de difusão de ideias, usadas particularmente com sentido político. Elaborados por indivíduos letrados, esses periódicos, folhetos e panfletos amplificam os debates e polêmicas políticas. Há, portanto, uma cultura política no nascedouro e começa-se a visualizar a imprensa como o *locus* privilegiado do espaço público (BARBOSA, 2010, p.51).

No Pará, o surgimento da imprensa foi marcado pela publicação da primeira edição de O Paraense, em 22 de maio de 1822, comandado por Filipe Alberto Patroni Martins Maciel Parente e companheiros, “que defendia a liberdade de imprensa e um sistema constitucional que assegurasse os direitos da sociedade civil” (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985, p. 13), convicções trazidas de Portugal, do período vintista.

Com o movimento vintista, a liberdade de imprensa, regulada por legislação própria, passou à condição de direito dos cidadãos do Portugal transoceânico, de arcabouço jurídico que assegurou, no caso brasileiro, a organização dos primeiros jornais do país. Graças a esse caminho, a linguagem política, liberal e antiliberal praticadas no Portugal constitucionalista chegou com alguma fluidez ao Brasil e esteve presente no vocabulário político das forças que atuaram no processo da independência brasileira (COELHO, 1989, p.18).

Patroni e seus companheiros implantaram no Pará as bases de uma imprensa dotada de ideologias políticas.

Proclamada a nossa independência em 1822, poucos reflexos teve ela no território paraense: apenas alguns nacionalistas como Filipe Patroni, Batista Campos, os irmãos Vasconcelos e outros, pugnavam por nossa separação de Portugal. Data dessa fase o aparecimento do 1º Jornal na Amazônia: O *Paraense*, de curta, mas vibrante vida (ROQUE, 1968, p. 346).

O primeiro jornal paraense circulou até o número 70, finalizando sua edição em fevereiro de 1823 (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985). Outros jornais se seguiram, de curta duração e periodicidades diversas, nas décadas seguintes, até surgir o primeiro cotidiano (SEIXAS, 2011a). A imprensa diária no Pará surgiu com o Diário do Gram-Pará, no dia 10 de abril de 1853, fundado por José Joaquim Mendes Cavalleiro, seu principal redator, e Antônio José Rabello Guimarães, ambos portugueses. Trazia em suas páginas crônicas humorísticas e políticas (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985). O último exemplar circulou no dia 15 de março de 1892 e informava que eram “obrigados a suspender ou interromper a publicação desse Diário” (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985, p. 43).

Década de 1820: a gênese da publicidade nos impressos paraenses

As primeiras publicações impressas no Pará (e na Amazônia brasileira) ocorreram na década de 1820 e, nelas, já se encontra a presença não só de notícias, mas também de “avizos”. Dos onze jornais que circularam na década (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985; SEIXAS, 2011a), apenas dois estão disponíveis para consulta no setor de Microfilmagem da Biblioteca Pública Arthur Vianna: O Paraense (1822-1823), com 22 edições conservadas, e A Voz das Amazonas (1827-1828), com apenas uma edição disponível. Foram jornais de curta duração, tinham de 4 a 8 páginas, eventualmente publicavam “avizos” nas últimas páginas e ambos tinham uma ligação forte com a política. As edições selecionadas podem ser visualizadas no Quadro 1:

Quadro 1: Jornais paraenses e edições consultados na década de 1820

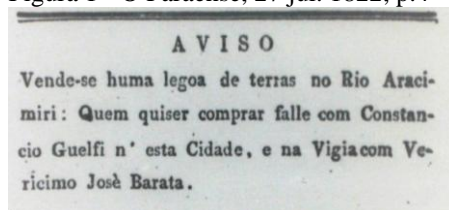
Década	Jornal	Ano	Nº de edições analisadas
1820	O Paraense	1822	22
	A Voz das Amazonas	1827	1

Fonte: Setor de Microfilmagem da Biblioteca Pública Arthur Vianna.

O Paraense possuía de 4 a 6 páginas (com o acréscimo de suplementos). Na maioria das vezes, as páginas estavam organizadas em duas colunas, mas havia dias em que possuía apenas uma. Suas colunas foram divididas por dois traços verticais apenas no primeiro exemplar. Não possuía número de páginas como identificação. Nas 22 edições observadas, percebemos que o periódico era veiculado às quartas e aos sábados, mas no dia 3 de agosto de 1822 foi às ruas em uma sexta.

No dia 16 de julho de 1822, foi publicado um “avizo” informando sobre a escolta de policiais armados na captura dos escravos fugidos. Citou também a lei que vigorava para quem mantivesse esses escravos em seu domínio. Na edição de 27 de julho de 1822, foi publicado outro “avizo” que tratava da venda de “huma legoa de terras no rio Aracimirí”,

Figura 1 - O Paraense, 27 jul. 1822, p.4



Fonte: Biblioteca Pública Arthur Vianna

informando o nome das pessoas que deveriam ser procuradas e os locais onde encontrá-las. Este foi o primeiro “avizo” com fins comerciais encontrado na pesquisa (Figura 1).

A Voz das Amazonas (1827-1828) era um órgão do governo veiculado duas vezes por semana e administrado pelo Cônego Silvestre Antunes Pereira da Serra. A primeira edição foi publicada no dia 3 de fevereiro de 1827 (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985). Há apenas uma edição disponível desse periódico, correspondente ao dia 5 de março de 1827, contendo quatro páginas, também sem identificação do número de cada uma, duas colunas não

separadas por linhas e com um “avizo” na quarta folha. Tratava da partida de algumas pessoas para o Rio de Janeiro, as quais não tinham se despedido dos familiares e amigos por falta de tempo, mas tornavam pública a situação, na esperança de serem lidos.

Foram esses os três “avizos” encontrados no período. O que falava sobre o comando dado aos guardas era um pouco mais extenso, parecia mais com um dos informes do periódico do que com os outros dois, que eram curtos e descreviam o assunto a ser tratado com objetividade e caso houvesse interesse comercial, informava a quem deveriam procurar para que a venda ocorresse.

Década de 1830: a Cabanagem e suas influências na sociedade

Na década de 1830, a sociedade paraense passava por algumas mudanças por conta das revoltas ocorridas no período da Cabanagem (1835–1840), movimento revolucionário que aconteceu na Amazônia, com o início pautado na “luta entre as correntes nacionalistas e conservadoras: os primeiros com o partido *Filantrópico*; os segundos com o partido *Caramuru*” (ROCQUE, 1967, p. 347). Foi um dos poucos movimentos nitidamente popular dentro do território brasileiro (ROCQUE, 1967).

Nessa década, foram dois os periódicos analisados: O Sagitário (1829-1830), com uma edição disponível, e o Sentinella Maranhense na Guarita do Pará (1834), com duas. Podemos observar o número de edições consultadas no Quadro 2:

Quadro 2: Jornais paraenses e edições consultados na década de 1830

Década	Jornal	Ano/Mês	Nº de edições analisadas
1830	O Sagitário	183? ⁵	1
	Sentinella Maranhense na Guarita do Pará	1834	2

Fonte: Setor de Microfilmagem da Biblioteca Pública Arthur Vianna

O Sagitário surgiu no dia 8 de outubro de 1829. Era órgão dos liberais moderados, com publicações semanais e depois bissemanais, redigido por Luiz José Lazier, antigo tipógrafo de O Paraense. Com o passar do tempo, conseguiu sua tipografia própria, a terceira a se estabelecer na província. O jornal teve fim no dia 29 de dezembro de 1830, com o número 76 (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985).

⁵ Os dados da Biblioteca Pública Arthur Vianna e da Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro informam o ano da única edição disponível como sendo 1838, o que se constitui em equívoco em relação às datas de início e fim do periódico que constam no Catálogo Jornais Paraoaras (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985). A leitura do microfilme do jornal na Biblioteca Pública Arthur Vianna não permite saber a data exata, pois o ano se encontra com o último número ilegível (183?). A partir da evidência da década e também de outros autores, como Salles (1992), concluímos pela consideração da edição do jornal como sendo de 1830.

Embora O Sagitário tenha surgido na década de 1820, a edição disponível em acervo é datada de 25 de fevereiro de 183[?], razão pela qual foi incluído para ser analisado na década de 1830. Possuía 4 páginas com identificação. A edição observada está indicada como sendo de número 109, o que nos indica que a numeração do periódico era sequencial e se somava no decorrer das edições. Estava dividido em duas colunas, com uma linha vertical separando-as. Não foram encontrados “avizos”, um indício de que, provavelmente, ainda no início dessa década, eles poderiam vir ou não no jornal.

O jornal Sentinella Maranhense na Guarita do Pará teve a primeira edição em 26 de setembro e a segunda em 4 de outubro de 1834, sob a responsabilidade de Camillo José Moreira Jacarécanga, redação de Vicente Ferreira Lavor Papagaio e impressão na tipografia própria do cônego Baptista Campos (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985). Substituiu o jornal O Publicador Amazoniense, de Batista Campos, mas sua numeração continua de um jornal que era publicado por Papagaio no Maranhão, o Sentinella Maranhense. As críticas feitas ao presidente da Província do Pará fizeram com que terminasse em sua segunda edição, porém, possuiu importância pelo momento pré-Cabanagem (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985).

As duas edições publicadas tinham 4 e 8 páginas. O número de páginas iniciava em 301 (na capa), continuação do jornal publicado no Maranhão. Havia informações sobre o custo da edição avulsa e também da assinatura por trimestre, informava-se também onde efetuar o pagamento para quem quisesse assiná-lo. Um “avizo” foi encontrado na edição do dia 4 de outubro de 1834, no final da oitava página: trazia informações sobre uma habitação no Igarapé Una, descrita como “boa caza de vivenda”, e com nome do proprietário para entrar em contato. Não foi possível identificar se era venda, aluguel ou troca, pois a palavra encontra-se ilegível.

O período foi marcado por grandes conflitos sociais, lutas pelo poder e liberdade, como afirma Salles (2009, p. 133), quando diz que “a Cabanagem se caracterizou como movimento tipicamente social, com algumas expressões de autêntica guerra de libertação”. Do ponto de vista da publicidade, no entanto, pouco se pode avançar na análise, em razão da escassez de dados. O único “avizo” encontrado possui as mesmas características da década anterior, sobre a venda de uma propriedade: era curto, objetivo e informava o nome e local do anunciante para a realização da venda.

Década de 1840: os anúncios sobre escravos e a expansão do número de avizos

A partir da década de 1840, os periódicos tiveram avanços em sua estrutura, com o uso de ilustrações, títulos, maior frequência e número dos “avizos”, além da mudança de tamanho, e sobre o que anunciavam. Essas eram características de outros jornais brasileiros na década de 40 do século XIX, sobretudo do Rio de Janeiro, como aponta Barbosa (2010):

Os anúncios publicitários se misturam ao texto, fazendo daquele impresso uma única obra. O sentido de novo, de transformações e, sobretudo, de mudanças na vida cotidiana é representado pelos anúncios que colocam na cena dos periódicos novas máquinas, novos hábitos, novos remédios, enfim, novos produtos e serviços à disposição do público (BARBOSA, 2010, p.74).

Dessa década, dois foram os jornais analisados no Pará: O Treze de Maio (1840-1862) e O Paraense (1842-1844). O primeiro possuía, na maioria das vezes, de 4 a 8 páginas que seguiam em ordem crescente, mas, a partir do dia 7 de setembro de 1844, passaram a ser numeradas de acordo com a quantidade na edição. Os “avizos” vinham, muitas vezes, nas duas últimas páginas, pois era comum a vinda de um quadro com os preços dos principais gêneros do período na última folha. O tamanho das páginas em 1840 era de 28x20 cm, chegando a 29x21 cm em 1849. Não foram encontrados os tamanhos dos jornais anteriores à década de 40.

O Paraense (1842-1844) era um jornal de publicação semanal, redigido por Joaquim Mariano de Lemos (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985). Possuía de 4 a 8 páginas, sempre começando pela página 1. Era formado por duas colunas, sem linha separando-as; não foi encontrado o tamanho do periódico. Publicava alguns títulos acima do que se anunciava, os quais vinham em negrito e em letras maiúsculas. Por vezes, percebemos o uso da palavra “annuncios” referente ao que comumente era descrito nos “avizos”. As edições consultadas estão organizadas no Quadro 3:

Quadro 3: Jornais paraenses e edições consultados na década de 1840

Década	Jornal	Ano	Mês	Quant.	Mês	Nº de edições analisadas
1840	Treze de Maio	1840	Maio	6	Julho	3
		1841	Janeiro	9	Abril	6
		1843	Abril	5	Julho	9
		1844	Janeiro	9	Julho	4
		1845	Janeiro	4	Julho	6
		1846	Janeiro	5	Julho	5
		1847	Janeiro	7	Abril	5
		1848	Maio	5	Julho	8
		1849	Janeiro	7	Maio	3
			1842	- ⁶	-	Dezembro

⁶ Não foram encontrados os meses assinalados e os que mais se aproximavam foram usados na segunda metade do ano.

	O Paraense	1843	Janeiro	2	Julho	3
		1844	Janeiro	4	Março	1

Fonte: Setor de Microfilmagem da Biblioteca Pública Arthur Vianna.

Os “avizos” continuavam trazendo anúncios sobre vendas de habitações e saídas de pessoas para outras localidades, mas também passaram a ser publicados os que tratavam de serviços e produtos, aumentando a cada edição. Eventualmente eram separados por travessões. A fim de atender as necessidades dos leitores, os periódicos abriram espaço para venda de animais; compras e vendas de gêneros alimentícios; trabalhos oferecidos, como carpinteiros; ou procurados, como ama de leite; términos de sociedades; abaixo-assinados; leilões; venda de bilhetes de teatro e de escravos, cujo comércio era de grande importância para a época. “É natural – repita-se – que numa sociedade patriarcal e escravocrática como a nossa, no tempo do Reino e do Império, os anúncios de maior significação fossem os de escravos: compras, vendas, troca, aluguel, leilões e fugas” (FREYRE, 2010, p. 95).

O Treze de Maio circulou pela primeira vez em 13 de maio de 1840. Possuía publicação bissemanal, trissemanal e a partir de 1º de outubro de 1855, tornou-se diário. Era um órgão oficial e noticioso, tratava de assuntos de interesse geral. Fundado por Honório José dos Santos, substituiu o jornal Folha Commercial do Pará (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985). Seu título faz alusão ao dia em que a cidade foi invadida pelas tropas da legalidade, em 1836, quando o comandante Soares de Andrea desembarcava em Belém, pondo fim ao movimento Cabano na capital paraense (SEIXAS *et al*, 2011b). Era impresso em tipografia própria e foi o primeiro jornal de longa duração do século XIX. Encerrou suas atividades no dia 31 de outubro de 1862, substituído pelo Jornal do Pará (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985).

Em relação às décadas anteriores, uma das principais mudanças foi a inserção de ilustrações em alguns “avizos”, as quais destacavam o assunto ao qual o “avizo” se referia. De acordo com Seixas (2011c), nessa década de 1840, tanto o jornal O Paraense quanto o Treze de Maio apresentavam mudanças gráficas.

O primeiro traz uma maior quantidade de fios, alguns tracejados e escassos desenhos de uma pequena mão fechada com o indicador aberto apontando, possivelmente com a finalidade de destaque, de chamar a atenção para o que é dito em seguida no título ou no texto (algumas vezes, a mão aparece no meio do texto). Já em o Treze de Maio se vê, além desses sinais, outros desenhos, como de casas (quando se “avisa” sobre um aluguel), de navios (quando se fala sobre a partida dessas embarcações) e até mesmo de um homem falando para crianças ou jovens sentados (quando se trata do anúncio de um professor de aulas diversas). Esse jornal também faz uso de letras capitulares no início dos textos, o que não acontecia com os demais (SEIXAS, 2011c, p. 284-285).

De fato, durante a realização desta pesquisa, observamos a presença de duas ilustrações publicadas no dia 20 de maio de 1840, uma referente ao “aluguel de quartos” e a outra a “aulas de leitura”. Também encontramos “avizos” sobre a chegada de profissionais à cidade, como um “habil relojoeiro”; e sobre remédios como “purgativos e tônicos”, “pílulas da família”, “remédio contra lombriga”, “elixir que extrahe callos dos pés” e “vacina gratuita”, descrevendo seus benefícios. Anunciava-se sobre a procura de emprego (“pharmaceutico quer arranjar-se em alguma botica”) e sobre a “coleta de impostos de prédios urbanos”, achados e perdidos, furtos de objetos, venda ou leilões de gêneros alimentícios, bebidas, bilhetes de loteria, tabacos, serviços de barbeiro, costura, “avizos” de “retratos coloridos e Dagueriotypos”⁷ e movimentos no porto. Anunciava-se sobre produtos e objetos relacionados ao vestuário, como “chapeo”, “sortimento de fazendas” e “sapatos para diferentes públicos”. Observamos, portanto, que a modernização da produção dos jornais aconteceu junto com a modificação da linguagem dos textos dos “avizos”, inclusive com o uso de novos elementos gráficos, embora de maneira paulatina.

Referindo-se aos subtítulos das notícias policiais do século XX, Barbosa (2007, p.51) diz que estes “resumem o conteúdo, motivando a leitura ou possibilitando o entendimento a partir da visualização de breves elementos textuais”. Embora sua afirmação seja a propósito do jornalismo, é possível aproximá-la da publicidade com relação aos títulos, muito usados nesse período, como forma de atrair o leitor. Sobre uma peça publicitária no ano de 1942, Carrascoza (2007) afirma que o grande número de exclamações e reticências servia para dar ênfase. Podemos observar que essas características já estavam em alguns dos “avizos” analisados, como em um dos títulos que usou exclamações para dizer: “Mingao de arrô gente! Está quentinho!”. Havia também títulos que traziam preços para chamarem a atenção do leitor, como “Aluguel de sobrados por 100\$000 rs”. Um “avizo” informava sobre um baile de carnaval, com uma possível promoção, na compra de mais de um ingresso, e outro ofereceu uma gratificação para quem soubesse quem havia desenterrado o corpo de uma senhora.

Nos dois jornais foram encontrados “avizos” relacionados a escravos. Dentre os “avizos”, destacamos os que tratavam de fugas, compras e vendas, embora houvesse também aqueles sobre escravos para aluguel e leilão. Os “avizos” relativos às vendas traziam características positivas daqueles escravos, as funções em que eram bons, como na cozinha, na lavoura, ou se possuíam boa fisionomia, realçando suas qualidades. Os próprios donos dos

⁷ Esse anúncio evidencia a presença da atividade fotográfica na cidade de Belém no período.

escravos eram os anunciantes. Diz Freyre (2010, p.12), sobre a valorização das qualidades dos escravos nos anúncios dos jornais brasileiros no século XIX: “Os que ofereciam à venda, troca ou aluguel não podiam deixar de lhes sobressair as qualidades – o que também tem importância, porque ficamos sabendo o que os senhores mais apreciavam”. Os anúncios relacionados à compra algumas vezes eram diretos: diziam que procuravam escravos. Outras vezes, especificavam a idade, o sexo e o tipo de trabalho que eles iriam desempenhar.

Já os “avizos” que anunciavam as fugas eram mais trabalhados, algumas vezes extensos. Falavam das características físicas, como cabelo e marcas no corpo, a roupa que usavam no momento da fuga, se eram falantes ou tinham alguma qualidade para trabalhos específicos. Os formatos dos “avizos”, em grande parte, seguiam uma sequência: em texto descreviam, na maioria das vezes, o nome do anunciante ou dono do escravo; o nome do escravo ou a cor da pele, como “mulato”, “preto”, “pardo”, “negra”; a descrição das “peças” (como eram chamados naquele período), com suas características físicas e comportamentais; e, por fim, as recompensas e protesto contra quem os desse “coito” ou os mantivesse sob seus domínios. Sobre essa descrição detalhada, havia o interesse de que o escravo fosse encontrado, por isso, “explica-se o forte elemento de honestidade que caracteriza esses anúncios: quem tinha seu escravo fugido e queria encontrá-lo precisava dar traços e sinais exatos” (FREYRE, 2010, p.106). Por meio do que se anunciava, percebemos o que ocorria na época: a miscigenação da sociedade e os maus-tratos que os escravos sofriam, causados por seus donos ou pelos trabalhos que desempenhavam, vistos por intermédio das marcas em seus corpos.

Foram encontrados “avizos” de escravos dizendo serem libertos, como o “aparecimento de preta com filho dizendo que é liberta”. Talvez soubesse que aquela palavra a libertaria da escravidão. Dois “avizos” desse período estavam fora do que habitualmente circulava: “uma carta de alforria, deixada em herança para escravos”, demonstrando, provavelmente, a gratificação de seus serviços ou sua lealdade, merecedores do direito de sair daquela condição; e outro que dizia para as pessoas não entregarem nada aos escravos que dissessem ter sido solicitado pelo proprietário (anunciante), para evitar esse tipo de situação, a partir daquele dia, os escravos seriam enviados portando um bilhete. Possivelmente, escravos faziam esses pedidos em nome do anunciante como forma de se vingarem dos maus tratos que sofriam.

A década de 1840 trouxe avanços nos impressos, com destaque aos “avizos”. Ocasionalmente, encontramos a palavra “anúncios” no local onde era comum a escrita de “avizos”. O que era anunciado se destinava principalmente aos homens, mas houve ampliação

do número de “avizos” voltados para o público feminino, quando passaram a anunciar sobre vestuários e calçados. Houve uma variedade de produtos e serviços divulgados nos periódicos e os escravos eram tratados de maneira comercial nos anúncios. O que acontecia com aqueles escravos? Pelos indícios encontrados nas últimas folhas dos jornais, observamos que eram verdadeiros objetos, sendo valorizados, quando a intenção era o lucro, ou desvalorizados na esperança de que os devolvessem. Era preciso uma boa condição financeira para possuí-los.

Década de 1850: mudanças nos anúncios e a inserção de produtos estrangeiros

Na década de 1850, os “avizos” tornaram-se mais atrativos ao leitor, com diferentes tamanhos e formatos de fontes, bordas trabalhadas e a expansão das ilustrações. Os jornais começaram a ser diários e, com eles, há uma maior periodicidade dos “avizos”, que passaram a ser divididos em seções, demonstrando uma melhor organização por categorias. Os anúncios sobre produtos estrangeiros e sobre vestuário passaram a ocupar um espaço privilegiado. Percebemos também algumas influências da literatura, com relação a rimas e figuras de linguagem. Observamos as edições do jornal Treze de Maio publicadas nos anos 50, do Diário do Gram-Pará (1853-1892), que também foi visto apenas no período em destaque, e de A Epocha (1853-?), organizados no Quadro 4.

Quadro 4: Jornais paraenses e edições consultados na década de 1850

Década	Jornal	Ano	Mês	Quant.	Mês	Nº de edições analisadas
1850	Treze de Maio	1853	-	-	Novembro	8
		1854	Janeiro	11	Julho	13
		1855	Janeiro	12	Julho	14
		1856	Janeiro	26	Julho	27
	Diário do Gram-Pará	1857	-	-	Julho	5
		1858	Fevereiro	8	Julho	22
	A Epocha	1859	Janeiro	23	Julho	24

Fonte: Setor de Microfilmagem da Biblioteca Pública Arthur Vianna.

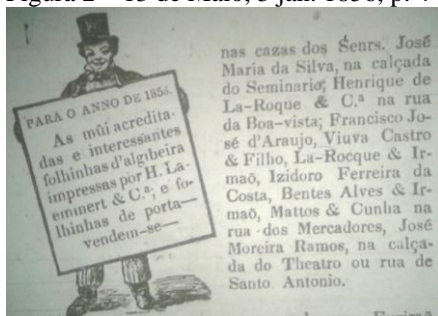
O jornal Treze de Maio passou por algumas mudanças nessa década, mas ainda trazia similaridades com a década anterior, em relação às colunas e às páginas. Em 1853, as duas colunas do periódico já eram divididas por uma fina linha horizontal e a antiga escrita “avizos” dá lugar aos “avizos diversos”. O tamanho passou de 35x24 cm, em 1853, para 34x24 cm, em 1856. Travessões continuavam sendo utilizados como forma de separar o conteúdo publicitário.

Há um aumento na quantidade de ilustrações, agora vindas em anúncios de “venda de carro”, “quarto de cazas”, “dentista que coloca dentes artificiais com toda perfeição”, “fábrica

francesa de chapéus de sol”, “escravos fugidos” ou de “folhinhas d’ algibeira” (Figura 2). Encontramos também um “avizo” de “óleo que promete impedir a queda de cabelos”. Os escravos ainda eram tema dos anúncios, mas, algumas vezes, eram isolados na seção “Escravos fugidos”. Anunciava-se também a venda de “tintas de escrever”; “areias para escriptores” e produtos regionais como “potes de uzo de copaíba”. Outro anúncio dizia: “Na tinturaria francesa limpa-se cazacas, tinge-se nodoas de qualquer fazenda, tinge-se cabelo e por pouco preço”. Os “avizos” traziam novidades para cativar o leitor pela visão, com o uso de diferentes tipografias ou rimas, como em “ha Fazendas muito boas, Por mui pouco Dinheiro, Travessa do Pelourinho Em caza de Barateiro”.

Anunciavam-se também serviços de almoço e jantar em hotéis, fábricas de chocolate ou locais que vendiam medicamentos, como em botecos homeopáticos, ou os serviços de um doutor. Surgiram “avizos” anunciando lojas de joias e roupas. Carrascoza (2007), sobre as peças publicitárias de outras regiões do Brasil na década de 1900, observou um grande uso de

Figura 2 – 13 de Maio, 3 jan. 1856, p. 4



Fonte: Biblioteca Pública Arthur Vianna

adjetivos e da ênfase para destacar as qualidades dos produtos. Também encontramos essas características nos dois periódicos paraenses no período analisado, como em “Excellentes pennas de Zinco muito superior as de aço (...)”.

Sobre os jornais do sul e do norte do Brasil publicados ao longo do século XIX, Barbosa (2010, p. 64) explica: “Através de recursos gráficos (itálicos, letras maiúsculas, traços gráficos os mais diversos, palavras soltas, como espécies de títulos sintéticos, por exemplo), indicam a mudança de assunto, a inclusão de um destaque, a divisão do periódico por secções”. Essas características também foram observadas no cotidiano Diário do Gram-Pará, outro jornal que circulou nessa década. Os títulos e as secções dos “avizos” já não eram soltos, como nos periódicos anteriores, mas com uma certa organização. Percebemos o uso de bordas trabalhadas, principalmente quando se anunciava sobre lojas de jóias, também com tamanhos e fontes diferenciados nos títulos.

A parte comercial do jornal Diário do Gram-Pará, nas últimas páginas, era dividida em secções: leilões, “avizos marítimos”, “avizos diversos”, compras, vendas e, às vezes, escravos fugidos. Os leilões, que antes vinham dentro de “avizos”, agora já estão separados, informando o dia, o anunciante, o local onde ocorreriam e o que seria leiloado. Os “avizos marítimos” traziam notícias do porto. Os produtos e serviços – os mesmos mencionados nas

décadas passadas - já eram separados entre si por finos traços e encontrados dentro de “avizos diversos”, que se dividiam em compras, vendas e escravos fugidos.

Vários “avizos” se referiam a vestuários masculinos e femininos: lojas de alfaiates, fazendas, “pannos”, “chapeos”. Encontramos um “avizo” com o uso de seis fontes, revelando

Figura 3 - Diário do Gram-Pará,
18 fev. 1858, p.3



Fonte: Biblioteca Pública Arthur
Vianna

versatilidade da fonte tipográfica, um indício do avanço da tecnologia da época (Figura 3). Remédios também tinham espaço, como o “xarope do bosque”, e produtos estrangeiros, como os “tamancos chineses”. Possuía títulos que chamavam a atenção do leitor, como “Os barateiros”, “Bom e Barato” e “Atenção por dois minutos”. Também foi observado um “avizo” que ocupou duas, das três colunas do jornal Diário do Gram-Pará, a qual trazia o que hoje conhecemos como *garantia*, quando fala que “os concertos das obras compradas nesse estabelecimento são grátis”.

Sobre peças publicitárias de outras regiões do Brasil, na década de 1900, Carrascoza (2007) cita algumas características comuns, como o uso do apelo a autoridade, a função conativa e figuras de linguagem, que também foram encontradas no nosso *corpus*. O apelo à autoridade, que deixa o que se anuncia com mais valor, usando nomes de especialistas ou pessoas ligadas ao produto, como na venda de “dois magníficos pianos do afamado autor Allisson, em caza de Federico Vionce”, que cita um conhecido autor para a venda dos pianos. Encontramos a função conativa em “vamos correndo, compre o recém chegado tabaco”, dando uma ordem ao leitor para que vá em busca do tabaco, o mais rápido possível, e figuras de linguagem, como a antítese no trecho que diz “muito, por pouco dinheiro”. O tamanho dos “avizos” também aumentou, como o das “Luvas de Pelica”, que passou de 40 linhas: ele trazia quem (o comerciante) e o que se anunciava, com as descrições dos produtos e em que estabelecimento efetuar a compra.

A *Epocha* tem a primeira edição datada de 20 de fevereiro de 1853. Era uma folha política e comercial, com tipografia situada na Rua do Espírito Santo, n. 16, de publicação bissemanal e, depois, diária (BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ, 1985). Foram poucas as informações encontradas sobre o jornal. Tinha 50x36 cm, dividido em três colunas, mas a partir do mês de julho passou a ter quatro. Também era dividido em seções. Em janeiro de 1859, a publicidade aqui estudada vem sob o nome de “annuncios diversos”, mas, em julho do mesmo ano, torna-se “avizos diversos”.

Os “avizos” de A Epocha relacionavam-se a “fábrica de gaz ogeneo”, que vendia líquido para iluminação de objetos como candeeiro. Entre os assuntos estrangeiros trazidos

Figura 4 - A Epocha, 15 jan. 1859, p. 4



Fonte: Biblioteca Pública Arthur Vianna

nos “avizos” havia charutos e cigarros havanos; manteiga inglesa; fazendas inglesas, francesas, alemãs; objetos chegados de Lisboa e New York; pregos americanos. Uma das edições trouxe um “avizo” que ocupou por completo uma das páginas, era da “GUELFE FREIRE”, relacionado à venda de joias e com a borda trabalhada como a moldura de um quadro. Ainda percebemos que o “avizo” foi dividido em subtemas, cada um com sua fonte e produtos, como obras de ouro, de prata, e que eram encontrados no mesmo endereço (Figura 4).

Referindo-se às publicidades veiculadas no rádio na segunda metade do século XX, Carrascoza (2007, p.92) descreve o slogan como “frase ou oração que sintetiza as qualidades do produto e convida para o consumo [...]”. Conseguimos visualizar essa denominação quando vimos o “avizo” sobre “Canto da Fortuna: Bom, Bonito e Barato”, que enfatiza o produto com três qualidades. Também foram encontrados “avizos” sobre venda de fogos de artifício, de “cazaes de porquinhos da China”, “Phosfato de ferro”, que apresentavam características do produto.

O texto publicitário passou por grandes mudanças nesse período, novas formas para prender a atenção do leitor, como o uso de fontes, bordas e tamanhos diferenciados, além do aumento na publicização de produtos estrangeiros.

Conclusão

Este trabalho teve como objetivo observar a configuração da publicidade nos jornais paraenses das décadas de 1820 a 1850. Diante dos dados obtidos pela pesquisa no acervo do setor de Microfilmagem da Biblioteca Pública Arthur Vianna e com base bibliográfica, buscamos traçar um caminho percorrido pela publicidade nos primórdios da imprensa paraense, observando as mudanças ocorridas no período selecionado.

Identificamos alguns dos principais produtos e serviços divulgados nesses “avizos”. Os anunciantes eram, na maioria das vezes, os donos dos produtos e/ou comerciantes, ora informando como encontrá-los, ora deixando o endereço da tipografia para que o contato fosse feito. O público, antes dominado por homens, foi se expandindo e passou a dar espaço ao público feminino. Os anúncios passaram também por modificações em sua disposição: os poucos e pequenos “avizos” de habitações e saídas do início da imprensa deram lugar aos

grandes “avizos” ilustrados de produtos relacionados ao vestuário e aos bens e serviços. Mas não ocorreram apenas mudanças nos jornais, a sociedade passou por muitas transformações, como em relação às revoltas ocorridas durante a Cabanagem (1835–1840) e à escravidão, ao longo do período analisado, e à modernização na década de 1850 no que diz respeito à produção das notícias e anúncios, nos impressos que se tornaram diários. Diante disso, percebemos o quão importantes foram esses “avizos” para a construção da nossa história; por meio deles, podemos interpretar algumas ocorrências do passado, entendendo um pouco mais de um trajeto até chegar ao nosso presente, ou seja, o início de algumas mudanças ocorridas, ao longo dos séculos, para a publicidade chegar ao que é hoje. A pesquisa continua, com as décadas seguintes.

Referências

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil, 1800-1900**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

_____. **História cultural da imprensa: Brasil, 1900 – 2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BIBLIOTECA PÚBLICA DO PARÁ. **Jornais Paraóaras: catálogo**. Belém: Secretaria de Estado de Cultura, Desportos e Turismo, 1985.

CARRASCOZA, João Anzanello. **A evolução do texto publicitário**. 7. ed. São Paulo: Futura, 2007.

COELHO, Geraldo Mártires. **Letras & baionetas**. Belém: Cultural CEJUP, 1989.

FREYRE, Gilberto. **O escravo nos Anúncios de jornais brasileiros do século XIX**. 4. ed. São Paulo: Global, 2010.

ROCQUE, Carlos. **Grande enciclopédia da Amazônia**. v.2 Ex.1 Belém: Amazônia Editora, 1968.

SALLES, Vicente. **Memorial da Cabanagem**. Belém: CEJUP, 1992.

SEIXAS, Netília Silva dos Anjos. Panorama da imprensa em Belém: os jornais de 1822 a 1860. In: MALCHER, Maria Ataíde *et al* (Org.), **nComunicação midiaticizada na e da Amazônia**. Belém: FADESP, 2011a, p. 225-248.

SEIXAS, Netília Silva dos Anjos; SILVA, Camille Nascimento; PAULA, Julieth Corrêa; FERNANDES, Phillippe Sendas de Paula. O “triunfo da legalidade”: Cabanagem e discurso no jornal Treze de Maio. In: MONTEIRO, Gilson Vieira; ABBUD, Marina Emília de Oliveira Pereira; PEREIRA, Mirna Feitoza (Org.). **Estudos e perspectivas dos ecossistemas na comunicação**. Manaus: EDUA, 2011b, p. 269-283.

SEIXAS, Netília Silva dos Anjos. O uso da imagem na mídia impressa de Belém: percurso e configuração. In: PEREIRA, Ariane; TOMITA, Íris; NASCIMENTO, Layse; FERNANDES, Márcio (Org.). **Fatos do passado na mídia do presente: rastros históricos e restos memoráveis**. São Paulo: Intercom e-livros; UNICENTRO, abril de 2011c, p. 279-306.

_____. **A trajetória da imprensa no Pará**. Projeto de pesquisa, Edital Universal MCTI/CNPq Nº 14/2012. Em andamento. Belém: UFPA, 2012.