

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
PROGRAMA DE PÓS - GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

CAROLINE DE LARA

**"AGORA SOU OUTRO!": PROPAGANDAS E EDUCAÇÃO SANITÁRIA NOS
ALMANAQUES DE FARMÁCIA (1900-1945)**

PONTA GROSSA

2016

CAROLINE DE LARA

**"AGORA SOU OUTRO!": PROPAGANDAS E EDUCAÇÃO SANITÁRIA NOS
ALMANAQUES DE FARMÁCIA (1900-1945)**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em História, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Estadual de Ponta Grossa, como parte das exigências para a obtenção do título de Mestre em História.

Orientador: Prof. Dr. Niltonci Batista Chaves

Co-orientador: Prof. Dr. Marco Antonio Stancik

PONTA GROSSA

2016

Ficha Catalográfica
Elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação BICEN/UEPG

L318 Lara, Caroline de
 "Agora sou outro!": propagandas e
 educação sanitária nos almanaques de
 farmácia (1900-1945)/ Caroline de Lara.
 Ponta Grossa, 2016.
 138f.

 Dissertação (Mestrado em História,
 cultura e identidades - Área de
 Concentração: História, cultura e
 identidades), Universidade Estadual de
 Ponta Grossa.

 Orientador: Prof. Dr. Niltonci Batista
 Chaves.

 Coorientador: Prof. Dr. Marco Antonio
 Stancik.

 1.Propagandas. 2.Representação.
 3.Imaginário. 4.Progresso. I.Chaves,
 Niltonci Batista. II. Stancik, Marco
 Antonio. III. Universidade Estadual de
 Ponta Grossa. Mestrado em História,
 cultura e identidades. IV. T.

CDD: 801.659



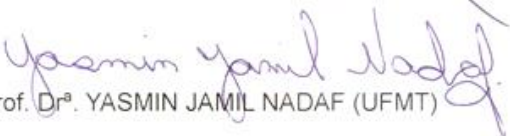
TERMO DE APROVAÇÃO

CAROLINE DE LARA

**“ AGORA SOU OUTRO!” :
PROPAGANDAS E EDUCAÇÃO SANITÁRIA NOS ALMANAQUES DE FARMÁCIA
(1900-1945).**

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Curso de Pós-Graduação em História – Mestrado em História, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Estadual de Ponta Grossa, no dia 30 de agosto de 2016, pela seguinte banca examinadora:


Prof. Dr. NILTONCI BATISTA CHAVES (UEPG)
Orientador


Prof. Drª. YASMIN JAMIL NADAF (UFMT)


Prof. Drª. ROSÂNGELA WOSIACK ZULIAN (UEPG)

Ponta Grossa, 30 de agosto de 2016.

Aos meus pais, meu filho e marido,
pelo incentivo e amor incondicional.

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, professor Dr. Niltonci Batista Chaves por aceitar em caminhar ao meu lado nos desafios propostos pelo ofício do historiador, por acreditar em minha função como historiadora em desenvolver tal pesquisa e também pelos encaminhamentos racionais por ele sempre problematizado nas orientações.

Ao meu co-orientador, professor Dr. Marco Antonio Stancik, por contribuir, desde o início do mestrado, com minhas fontes, por sua preocupação em relação a bibliografia utilizada, pelo desenvolvimento desta dissertação bem como pelas contribuições no exame de qualificação.

Ao professor Dr. Erivan Cassiano Karvat pelo cuidado e compreensão em todos os trâmites acadêmicos.

Às professoras Myriam Sacchelli e Rosangela Zulian, pelo total apoio e incentivo durante esta jornada dissertativa e também pelas contribuições desta durante o exame de qualificação.

À professora Dr^a Yasmin Jamil Nadaf, pela enorme atenção sempre dedicada à mim, pelo seu entusiasmo e incentivo com a minha pesquisa e especialmente, pela enorme generosidade em possibilitar que minha pesquisa fosse realizada, a partir da digitalização de sessenta almanaques de farmácia, bem como por sua preocupação em sempre enviar materiais de auxílio que pudessem colaborar com o desenvolvimento da dissertação.

Às amigas de ofício Cristiane, Jessica, Letícia, Daniela, Sanny, Denise e Mariana, que sempre estiveram próximas, me auxiliando e incentivando a continuar traçando este caminho, às vezes árduo, porém tranquilo quando podemos contar com amizade sincera e com boas gargalhadas.

Esta consideração se estende ao casal de historiadores Rubia e Dones, os quais me incentivaram, disponibilizando tempo, quando me via angustiada com a escrita da dissertação, e que sempre se colocaram à disposição para me ajudar e até mesmo para bater um papo acompanhado também de boas gargalhadas.

Ao amigo Jonathan Molar, que desde o início da escrita do projeto, colocou-se à disposição para me auxiliar nas inquietações históricas e nos debates com as fontes.

Aos meus pais, Dirceu de Lara e Soeli de Lara e minha avó materna Ana Schechtel, que sempre acreditaram em minha capacidade como historiadora e que diariamente me incentivaram no desenvolvimento da minha pesquisa, me incentivando a não pensar nas dificuldades, apenas na minha real intenção. À minha irmã Clareth de Lara que junto dos meus pais, procurou me incentivar e acreditar em minha capacidade.

Ao meu marido Arionaldo Andrade, por acreditar em mim, dividir responsabilidades, compreender a correria e desgaste da vida acadêmica, por transmitir segurança, amor e carinho, por acreditar que conseguiria desenvolver até o final esta pesquisa e por me incentivar à questionar as fontes, bem como o contexto em que vivemos.

Ao meu amor, meu filho Derek Yohan pelo seu carinho, preocupação e paciência em compreender que a ausência da mãe se fazia necessária, pois esta dissertação é para ele.

Sintam-se todos e todas, co-autores desta dissertação! Muito obrigada!

O Tempo inventou o almanaque; compôs um simples livro, seco, sem margens, sem nada; tão-somente os dias, as semanas, os meses e os anos. Um dia, ao amanhecer, toda a terra viu cair do céu uma chuva de folhetos; creram a princípio que era geada de nova espécie, depois, vendo que não, correram todos assustados; afinal, um mais animoso pegou de um dos folhetos, outros fizeram a mesma coisa, leram e entenderam. O almanaque trazia a língua das cidades e dos campos em que caía. Assim toda a terra possuiu, no mesmo instante, os primeiros almanaques. Se muitos povos os não têm ainda hoje, se outros morreram sem os ler, é porque vieram depois dos acontecimentos que estou narrando. Naquela ocasião o dilúvio foi universal. [...] Assim, as semanas, assim os meses, assim os anos. E choviam almanaques, muitos deles entremeados e adornados de figuras, de versos, de contos, de anedotas, de mil coisas recreativas. E choviam. E chovem. E hão de chover almanaques. O Tempo os imprime, Esperança os brocha; é toda a oficina da vida.

(Machado de Assis)

RESUMO

Os almanaques estiveram presentes entre vários povos, do Ocidente ao Oriente. Percorrendo os séculos, esse tipo de publicação contou com conteúdos diversificados, desde jogos de lazer, à conselhos morais, de saúde e higiene, constituindo-se assim, numa publicação ímpar, desde o século XV até a atualidade. No Brasil foi a partir do século XVIII que houve a disseminação desse tipo de material a partir dos chamados almanaques das cidades. Em meados do século XIX, são os almanaques de farmácia que passaram a ser os mais utilizados e consultados em território nacional. Através de sua persuasão, essas publicações absorveram as discussões nacionais acerca de nacionalidade, progresso e reformulação do novo cidadão brasileiro, aquele que iria progredir juntamente com o país e ajudá-lo a caminhar para um horizonte mais profícuo. O ideal do cidadão brasileiro passou a ser representado nas propagandas dos almanaques de farmácia, atingindo o imaginário social. Desta forma, tais ferramentas persuasivas foram importantes na disseminação de noções de higiene, profilaxia e educação sanitária, corroborando com o projeto de progresso da nação. Discutiram sobre as doenças do campo, da cidade, perpassando pelas crianças e mulheres. Dialogaram com os discursos do saneamento rural e higienização dos corpos. Assim, as propagandas dos almanaques de farmácia foram importantíssimas ferramentas de apoio de um ideal de modernização pelo viés da saúde e educação sanitária, principalmente durante as primeiras décadas do século XX.

Palavras-chave: Propagandas. Representação. Imaginário. Progresso.

ABSTRACT

The almanacs were present among the peoples of the West to the East. Walking through the centuries, this kind of publication was diverse content, from leisurely games to moral advice, health and hygiene, being thus in a unique publication, from the fifteenth century to the present. In Brazil it was from the eighteenth century there was the spread of such material from so-called almanacs cities. In the mid-nineteenth century, the almanacs that have become the most used and consulted in the country. Through persuasion, these publications have absorbed national discussion about nationality, progress and reformulation of new Brazilian citizen, one that would safeguard the country and help you move towards a more fruitful horizon. The ideal of the Brazilian citizen was represented in advertisements of almanacs, reaching the social imaginary. Thus, such persuasive mechanisms were important tools persuasive in disseminating notions of hygiene, prevention and health education, confirming the progress of the nation project. They discussed about the diseases of the field, the city, passing by children and women. Dialogued with the speeches of rural sanitation and hygiene bodies. Thus, advertisements of almanacs were very important tools to support an ideal of upgrading the perspective of health and health education, especially during the first decades of the twentieth century.

Keywords: Advertising. Representation. Imaginary. Progress.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa Almanaque Capivarol, 1942.....	29
Figura 2 – Capa do folheto Jeca Tatuzinho, 13ª edição	42
Figura 3 – Folheto Jeca Tatuzinho, 1944.....	43
Figura 4 – Folheto Jeca Tatuzinho, 1944.....	44
Figura 5 – Folheto Jeca Tatuzinho, 1944	45
Figura 6 – Folheto Jeca Tatuzinho,1944	45
Figura 7 - Depoimento Almanak Xarope São João, 1936	60
Figura 8 - Depoimento Almanak Cabeça do Leão do Dr. Ayer, 1938.....	60
Figura 9 - Depoimento Satosin, 1939.....	61
Figura 10 - Depoimento Satosin, 1939.....	61
Figura 11 - Depoimento Almanack Elixir de Inhame, 1938	63
Figura 12 - Depoimento Almanak Silveira, 1935.	64
Figura 13 - Depoimento Almanak Silveira, 1941	64
Figura 14 - Depoimento Almanak Silveira, 1941.	65
Figura 15 - Depoimento Almanach Capivarol, 1934.....	67
Figura 16 - Depoimento Almanach Capivarol, 1930.....	68
Figura 17 – Propaganda Almanaque do Biotônico, 1939	70
Figura 18 – Almanak do Dr. Richards, 1909.....	73
Figura 19– Almanak de Barry, 1913.....	74
Figura 20 – Almanak de Barry, 1913.....	75
Figura 21 – O Pharol da Medicina, 1908.....	76
Figura 22 – Almanack Xavier, 1932	78
Figura 23 – Propaganda Almanak Cabeça do Leão do Dr. Ayer, 1938.....	82
Figura 24 - Propaganda Almanaque Biotônico Fontoura, 1942	87
Figura 25 - Propaganda Almanaque do Biotônico, 1939.....	87
Figura 26 – Propaganda Almanaque do Biotônico, 1935	91
Figura 27 – Propaganda Almanaque Biotonico Fontoura, 1942.....	93
Figura 28 – Propaganda Almanaque do Biotonico, 1939	94
Figura 29 – Propaganda Almanaque Agrícola Elixir Brasil, 1942.....	96
Figura 30– Propaganda Almanack d'A Saúde da Mulher, 1938.....	98
Figura 31 – Propaganda Almanaque Agrícola Elixir Brasil, 1942.....	100

Figura 32 – Propaganda Almanaque Agrícola Elixir Brasil, 1942.....	101
Figura 33 – Propaganda Almanack Cabeça do Leão do Dr. Ayer, 1934.....	104
Figura 34 – Propaganda Almanack Xavier, 1937	107
Figura 35 – Propaganda Amanach d'A Saúde da Mulher, 1938.	108
Figura 36 – Propaganda Almanaque Guaraina, 1940	110
Figura 37 – Propaganda Almanach d'A Saúde da Mulher, 1938.....	112
Figura 38– Propaganda Almanaque do Biotonico, 1939	115
Figura 39 – Propaganda Almanach d'A Saúde da Mulher, 1929.....	117
Figura 40 – Propaganda Almanaque do Biotonico, 1942	119

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Tabela de relação de enfermidades, medicamentos e respectivos almanaques de farmácia..... 54

TABELA 2 – Tabela de coleta de dados presentes nas propagandas dos almanaques de farmácia de acordo com Análise de Conteúdo.....79

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1 OFICINA DA VIDA – ORIGEM DOS ALMANAQUES	23
1.1 A CHUVA DOS ALMANAQUES DAS CIDADES.....	26
1.2 PANACEIA EM PÁGINAS: ALMANAQUES DE FARMÁCIA BRASILEIROS	26
1.3 PERSUSÃO SEDUTORA: O BEM PARA A SAÚDE.....	31
1.4 O CIDADÃO BRASILEIRO EM DISCUSSÃO	32
1.5 O CIDADÃO BRASILEIRO NÃO É ASSIM, ESTÁ ASSIM!: UM NOVO OLHAR PARA O BRASILEIRO	36
1.6 OS INTELECTUAIS BRASILEIROS ADEREM À DISCUSSÃO: O JECA TATU DE MONTEIRO LOBATO.....	38
1.7 A DISSEMINAÇÃO DO JECA TATU E O IDEAL DE HIGIENIZAÇÃO.....	40
2 OS ALMANAQUES DE FARMÁCIA: APRESENTAÇÃO DO CORPUS.....	46
2.1 “TODO BOM BRASILEIRO DEVE CONSUMIR PRODUTOS BRASILEIROS”: A PRESENÇA DO NACIONALISMO NOS ALMANAQUES DE FARMÁCIA.....	47
2.2 A DISPUTA DO MERCADO E AS PROPAGANDAS	49
2.3 NOMES EM DESTAQUE: OS CASOS DAS PATENTES	51
2.4 BÁLSAMOS QUE CURAM: AS DOENÇAS NAS PROPAGANDAS DOS ALMANAQUES DE FARMÁCIA.....	53
2.5 ALÉM DO CONVENCIONAL: OS DEPOIMENTOS COMO ESTRATÉGIA	59
2.6 NA MULHER A BELEZA, NO HOMEM O VIGOR: A CRIAÇÃO DAS PROPAGANDAS.....	69
2.6.1 Autores dos traços: desenhistas e caricaturistas nas propagandas.....	71
2.6.2 Literatos e parcerias na arte de criar	71
2.7 NACIONAIS E ESTRANGEIROS: DIFERENÇAS ENTRE OS ALMANAQUES DE FARMÁCIA.....	72
2.8 OS ALMANAQUES DE FARMÁCIA NACIONAIS E SUA EXPLORAÇÃO: ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	79

3 PARA ALÉM DO INFERNO EM VIDA: HIGIENIZAÇÃO E EDUCAÇÃO SANITÁRIA PARA O PROGRESSO: PROPAGANDAS EM ANÁLISE	84
3.1 AS CONCEPÇÕES DO <i>PERIGO PARA A RAÇA</i> E DO <i>AGORA SOU OUTRO!</i>	86
3.2 SÍFILIS: A DEFESA DA SIMULADORA PARA ALÉM DA FELICIDADE E DA DESGRAÇA	95
3.3 O QUE HÁ ENTRE PAIS CRIMINOSOS E A FORÇA DO EXERCÍCIO FÍSICO	103
3.4 EM PRIMEIRO LUGAR, O LAR FELIZ OU O SUPLÍCIO MENSAL?	113
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	122
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	126
ANEXOS	131
ANEXO A – Propaganda Biotônico Fontoura de 1942 exemplificando a estratégia da reutilização das peças publicitárias	132
ANEXO B - Tabela de coleta de dados presentes nas propagandas dos almanaques de farmácia de acordo com Análise de Conteúdo	134

INTRODUÇÃO

Aconselhar e instruir a partir da persuasão de textos e imagens, esta é a principal função das propagandas dos almanaques de farmácia. Publicações ímpares e testemunhos de uma época, os almanaques de farmácia se revelam como importantes mecanismos na inserção de novos hábitos de higiene, profilaxia e tratamento de enfermidades, atuando dessa forma, como agentes do processo de civilização e progresso. No início do século XX, houve o aumento na circulação de medicamentos, colaborando com uma maior disseminação dos almanaques de farmácia, num momento de grande polarização da vida urbana e rural.

Esta pesquisa concebe as propagandas dos almanaques de farmácia como propagadores das transformações sociais do Brasil nas primeiras décadas do século XX, a partir de dois eixos, educação e saúde.

A partir desse pressuposto, procurei unir duas vias de interesse na pesquisa em História, o poder de persuasão das imagens e as características das propagandas, como auxiliares do mecanismo de propagação de ideais de educação sanitária, os quais corroboravam com as intenções de progresso da República recém instituída.

Assim, as tramas existentes no processo de produção das propagandas, me acompanharam desde a graduação, momento onde desenvolvi meu trabalho de conclusão de curso intitulado “A representação feminina nas propagandas do jornal Diário dos Campos de 1945”. Na elaboração do projeto de mestrado, coloquei-me a explorar outras fontes compostas por propagandas, tendo sempre em mente, a relação entre texto e imagem, então, encontrei os almanaques de farmácia e toda sua gama de informações, de dicas de agricultura e fases da lua, passando pelas irreverentes cartas enigmáticas, até o encontro com as propagandas de medicamentos.

Ao iniciar o mestrado, delimitei a abrangência do recorte temporal, o qual inicialmente seria de 1937 à 1945. Nesse momento, contei com o auxílio do professor Dr. Marco Antonio Stancik, o qual me cedeu parte do seu acervo pessoal, composto por alguns exemplares de almanaques de farmácia. Assim, numa ampla pesquisa sobre essas publicações, deparei-me com a exposição Tempo de

Almanaque¹ a qual professora Dr.^a Yasmin Nadaf é idealizadora e posteriormente com seu acervo pessoal, composto por cerca de trezentos e sessenta almanaques de farmácia, com grande abrangência temporal e de laboratórios responsáveis pelas publicações de tais fontes.

Dessa forma, com o contato realizado diretamente com a professora Dr.^a Yasmin Nadaf, obtive alguns exemplares, os quais foram gentilmente digitalizados por uma equipe de técnicos e supervisionados pela referida professora. Contabilizando o acervo disposto pelo professor Dr. Marco Antonio Stancik e pela professora Dr.^a Yasmin Nadaf, tivemos acesso a um total de sessenta e quatro de farmácia composto por: Almanak Ilustrado Bristol (1902, 1909 e 1945); O Pharol da Medicina (1908); Almanack do Dr. Richards (1909); Almanak de Barry (1913); Almanach Panamericano de Ross (1925, 1929, 1933, 1935, 1940 e 1945); Almanaque d'A Saúde da Mulher (1929, 1935, 1938, 1942, 1943, 1944 e 1945); Almanaque Capivarol (1930, 1934, 1937, 1942 e 1943); Almanaque Bayer (1930); Almanaque Conselheiro Knox (1944); Almanak Xarope São João (1931, 1936 e 1937); Almanak do Urodonal (1931); Almanack Xavier (1932 e 1937); Almanack Elixir Prata (1934, 1937 e 1939); Almanak Cabeça do Leão do Dr. Ayer (1934, 1938 e 1941); Almanaque O Companheiro do Lar (1935); Almanaque Biotônico Fontoura (1935, 1939 e 1942); Jeca Tatuzinho (1944); Almanak Silveira (1935 e 1941); Almanaque Guaraina (1936, 1940 e 1943); Almanach Rhodia (1936); Almanack das Famílias (1936 e 1938); Almanach Scott (1936 – 1937, 1937 – 1938, 1938 – 1939 e 1939 – 1940); Almanack Jaccoud (1937); Almanak Elixir de Inhame (1938); Satosin (1939 e 1941); Almanaque Pariquyna (1941 e 1944) e Almanaque Agrícola Elixir Brasil (1942).

Diante de todo esse processo, as fontes possibilitaram um delineamento mais concreto da problemática, fio condutor desta dissertação, que é composta pela reflexão e debate das características das propagandas dos almanaques de farmácia, como auxiliares no processo de disseminação do ideal de progresso da nação, a partir do uso de medicamentos industrializados.

Para o debate acerca do progresso como ideal a ser compartilhado pelas propagandas dos almanaques de farmácia, embasamo-nos em Herschmann e

¹ Esta exposição reúne parte do acervo pessoal da professora Dr.^a Yasmin Nadaf e percorre o Brasil com a intenção de proporcionar ao visitante, um encontro ou reencontro com essas publicações, de alto valor para a cultura brasileira.

Pereira (1994), os quais dissertam sobre as formas de manifestações do paradigma do moderno nos hábitos internalizados e que seriam capazes de orientar reflexões de dado período. O final do século XIX e início do XX foram marcados por várias transformações, abrindo possibilidades para a absorção de novas ideias, pois

[...] assistimos ao desenvolvimento de várias estratégias de construção de um novo ordenamento político-cultural nacional, de uma República capaz de romper com o esquema das oligarquias regionais, consagrando assim, definitivamente, a emergência de uma sociedade urbano-industrial. (HERSCHMANN; PEREIRA, 1994b p.12).

Fazendo parte do imaginário da população e do discurso de intelectuais, o progresso passou a configurar projetos de intervenção da sociedade, juntamente com as noções de moderno e modernidade. Assim, consideramos que os aspectos aqui expostos, como a ciência e discussões acerca da saúde, são exemplificações do projeto e debates do Brasil moderno e progressista.

Tendo em mente todo o processo pós proclamação da República, buscou-se dialogar com teóricos que abordam questões relevantes aos debates em torno dos processos nos quais o Brasil passou como ações de diagnóstico da falta de estrutura do governo para com as populações dos locais mais ermos. Para isto, baseamo-nos nas discussões proporcionadas por Gilberto Hochmann (1996; 1998; 1999) juntamente com Nísia Trindade Lima (1996) e Cristina Fonseca (1999).

Nestes, pudemos captar o envolvimento do movimento sanitaria no primeiras décadas do século, em relação as endemias presentes no país, para além da capital nacional, bem como a crescente identificação da sociedade nacional no que diz respeito aos problemas sanitários desde a República. Também analisamos como um dos marcos do movimento pelo saneamento rural, o efeito da divulgação dos resultados da expedição médico-científica, realizada em 1912 pelo Instituto Oswaldo Cruz (IOC) pelo interior do Brasil e chefiada por Belisário Penna e Arthur Neiva, constatando uma população doente, abandonada e improdutivo e sem nenhuma identificação com a concepção de pátria pretendida pelo projeto oficial republicano. Este debate bateu de frente com a concepção até então muito forte na elite nacional, de que justificam a situação dessas populações, a partir de questões relacionadas à influência do clima e da degeneração da raça.

Sobre este último ponto, Lima e Hochman (1996) debatem sobre as questões relativas ao movimento sanitaria na Primeira República, com ressalvas às

discussões acerca da raça e da recuperação da integridade nacional, incluindo neste aspecto, o engajamento de vários setores da intelectualidade nacional (principalmente na criação da Liga Pró-Saneamento em 1918) que, a partir da distribuição de materiais informativos, tinham a intenção de estimular uma consciência nacional em relação à população mais afastada dos centros urbanos, os quais, com características distintas, seja social ou geograficamente, sofriam com o descaso dos governantes bem como com as doenças que assolavam as mais longínquas regiões do país.

Desses debates, duas correntes de concepção do brasileiro foram contestadas, “[...] a ufanista, que apresentava um retrato otimista e de exaltação do país, e a fatalista, inspirada nas teses de inferioridade racial.” (LIMA; HOCHMAN, 1996, p.25), onde aquela buscava a valorização das três raças, presente inclusive, na literatura romântica, com a exaltação do homem brasileiro e da natureza. Já na corrente fatalista, a ênfase era dada para a imagem negativa da população do interior, podendo ser exemplificada, na versão inicial do personagem de Monteiro Lobato, Jeca Tatu, o típico brasileiro do Vale do Paraíba.

Neste aspecto, procuramos debater a relação entre o movimento pelo saneamento e a participação de intelectuais, destacando aqui, o já citado Monteiro Lobato e seu “filho” Jeca Tatu. A partir do contato com vários autores que tratam das características desta obra e do criador - como Park (1999), Edler (2006), Casa Nova (1996), Bueno & Taitelbaum (2008), Schwarcz (2012), Diwan (2007) e Stancik (2005). Este diálogo possibilitou o aprofundamento do debate acerca da trajetória de Monteiro Lobato com a eugenia. Dessa forma, pudemos visualizar a presença de várias características do eugenismo nas obras de Lobato, especificamente no personagem Jeca Tatu, o qual seria a representação da mistura de raças, revelando em sua primeira fase, a hierarquia racial na qual Lobato acreditava, concebendo que o branco “[...] era superior ao negro e que a mistura entre raças diferentes resultava em seres inferiores, degenerados, tal qual era apresentado o Jeca Tatu naquele momento.” (STANCIK, 2005, p. 49).

Entretanto, após contatos com lideranças da campanha pelo saneamento, como Belisário Penna e Arthur Neiva, a “ressurreição” do Jeca foi configurada, levando em consideração, os aspectos ressaltados pela expedição médico-científica do IOC, bem como a presença avassaladora da miséria e da doença, esta tendo ênfase em seu tratamento a partir da ciência e seus mecanismos.

Neste ponto, segundo Stancik (2005) o pensamento de Lobato revela a particularidade da eugenia no Brasil, desenvolvida como ciência e movimento social, incorporando noções de repercussão do ambiente nas características hereditárias. Assim, a doença e miséria eram consideradas como elementos os quais comprometiam as futuras gerações, devendo ser combatidas pelo saneamento, pela boa alimentação e educação sanitária, ocupando assim, destaque nos discursos dos intelectuais adeptos da eugenia.

Sendo assim, para discussão das propagandas, procuramos formar um arcabouço teórico que correspondesse com o diálogo proposto entre imagens e textos. Assim, optou-se pelo trabalho com a ferramenta de Análise de Conteúdo, exposto por Laurence Bardin.

A análise de conteúdo, segundo Bardin (1977) é um conjunto de técnicas aplicadas na exploração das comunicações, onde suas descrições funcionam “[...] segundo procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.” (BARDIN, 1977, p. 34), com a intenção primordial de interpretá-los. Trabalhando a palavra enquanto prática realizada por emissores conhecidos, este tipo de análise possibilita a compreensão das significações que determinado conteúdo carrega com ele, mesmo que para tal, seja realizada uma espécie de taxonomia do material, trabalhando dessa forma para seu reconhecimento.

Baseando-se nas três etapas da análise de conteúdo classificada por Bardin (1977) – pré-análise; exploração do material e tratamento e interpretação dos resultados obtidos – elencamos alguns passos essenciais para a exploração das fontes. Como um dos primeiros passos, os almanaques de farmácia foram classificados a partir da noção da regra da homogeneidade presente na primeira fase da análise de conteúdo. Essa regra visa estabelecer uma organização para o *corpus* a ser analisado, a partir das similaridades entre as fontes.

Dessa forma, optou-se por trabalhar apenas com os almanaques de farmácia de origem nacional. Outra ferramenta utilizada como base para a exploração das fontes foi a análise e designação de índices, os quais possibilitaram o diálogo entre texto e analista, a partir da frequência dos dados expostos no conteúdo.

Assim, a escolha dessa ferramenta foi realizada a partir da divisão do conteúdo dos textos em parágrafos, onde em cada um deles, o índice foi elencado a partir da menção de determinado tema ali realizado pelo emissor. Dessa forma, é

possível visualizar os diversos temas presentes em cada peça publicitária, bem como a relevância de determinado assunto.

O passo seguinte para a exploração do material foi a escolha das unidades de registro, com a intenção de dar significação à codificação do material. Entre as várias alternativas de unidade de registro, o tema é a unidade mais característica da análise de conteúdo e considerado como uma

[...] unidade de significação que se liberta naturalmente de um texto analisado [...] Fazer uma análise temática, consiste em descobrir os núcleos de sentido que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido. (BARDIN, 1997, p. 105).

Na análise temática, o objeto/referente, ou seja, daquele que o emissor fala, são tratados como temas eixos, onde ao redor dele, o discurso se constrói e se organiza. Logo, o tema como unidade de registro é considerado como uma regra de recorte de sentido, geralmente utilizada para analisar opiniões, motivações de atitudes, valores, tendências entre outras (BARDIN, 1977).

Em relação às imagens, a análise será realizada a partir de uma reflexão iconográfica², constituída através da unidade de registro e da decodificação dos personagens, elementos presentes, características relevantes e quais as circunstâncias que estão envolvidos como local, papel, função, situação etc.

Isto posto, nossa concepção dos almanaques de farmácia, foi alicerçada pelo diálogo com Casa Nova (1996), Park (1999a), Nadaf (2011), Kuhlmann Jr. e Magalhães (2015) e Ferreira (2001). Tais autores tratam os almanaques de farmácia e suas propagandas como guias de aconselhamento (CASA NOVA, 1996, p. 69) que através de seu discurso, se propõe sério e verdadeiro, desde a primeira página do almanaque de farmácia, vendendo motivações pedagógicas através da persuasão, criando “[...] um clima de sinceridade e verdade que é capaz de imediatamente suscitar a adesão.” (CASA NOVA, 1996, p. 69).

Através dos signos da saúde e felicidade, os almanaques de farmácia, especificamente suas propagandas, traçam através da retórica da verossimilhança, a identificação do leitor com as características dos personagens expostos através das propagandas. A partir de sua característica de portador da modernidade os

² A iconografia é aqui concebida, a partir da assertiva de Meneses (2012) a qual considera a imagem como suporte sógnico, realizando a identificação das propriedades intrínsecas, bem como sua descrição, alimentando classificações e comparações.

almanaques de farmácia são considerados aqui, como aliados do aspecto civilizador, pois sua abrangência geográfica, capaz de chegar aos mais longínquos sertões e povoados, integrou o rural e urbano e transitou entre as mais variadas classes sociais (Ferreira, 2001).

Segundo Park (1999), os almanaques de farmácia são ao mesmo tempo, diferentes em suas semelhanças, pois, inseridos no contexto de produção, revelam-se verdadeiros manuais de prescrições, essenciais para o projeto civilizatório nacional. A partir da oferta de beleza física e mental, os almanaques de farmácia, segundo Nadaf (2011), assumiram a tarefa de educação sanitária e moral de grande parte da população brasileira, com a intenção de transformar o Brasil num território culto. Logo, seu caráter de agente pedagógico e político, visando o processo de civilização e progresso, divulgou regras de higiene, beleza e saúde, na tentativa de livrar o país da malária, amarelão, doença de Chagas entre outras, consideradas como patologias da pátria (HERSCHMANN, 1994a). Assim, além de pedagógico, esses almanaques transformaram-se em agentes políticos – de civilização e progresso -, cujo entorno, além do entretenimento, era divulgar regras de higiene, de saúde e de beleza. (NADAF, 2011, p. 133 – 134).

No caminhar da pesquisa, as fontes foram se revelando, assim como a necessidade de conceitos essenciais para sua exploração. Logo, optamos por trabalhar com o aparato conceitual do imaginário social, conceito utilizado nesta pesquisa, a partir das considerações de Bronislaw Baczko (1985). Para o autor, a influência dos imaginários sociais, depende do seu meio de difusão, para garantir assim, a dominação simbólica, a partir do estabelecimento de valores, noções e atitudes, como “verdades históricas”. Assim, os papéis sociais são estabelecidos em larga escala, a partir do controle da imaginação social, construindo lógicas e lugares, para que os sujeitos vivam no interior de todo esse aparato simbólico, com embates de legitimação das representações sociais.

Essas, por sua vez, são consideradas por Roger Chartier (1988; 1991) como responsáveis por interpretações do mundo, constituindo identidades para determinados grupos sociais. As lutas de representação revelam poderes e dominações, onde dessa forma, há a imposição de valores, os quais estão presentes no mundo de determinadas esferas sociais (CHARTIER, 1988), com uma finalidade específica, a ordenação e hierarquização da estrutura social.

Logo, esse suporte teórico-conceitual possibilitou a assimilação das propagandas de medicamentos relacionadas aos processos de progresso nacional, evidenciados a partir da presença de valores dialogados com as noções de educação sanitária, onde os personagens das propagandas eram uma espécie de espelho da representação e do imaginário social que seriam incutidos pelos ideais e projetos de emancipação social do país.

Diante do exposto, essa dissertação foi estruturada em três capítulos. No primeiro buscamos realizar um histórico dos almanaques, como num todo, desde sua origem no século XV, com suas características seculares, como por exemplo, o calendário e a página módulo, bem como os conteúdos ali existentes, até chegarmos aos almanaques nacionais, passando pelos almanaques das cidades até os almanaques de farmácia. Ainda neste capítulo, tratamos das características gerais dos almanaques de farmácia nacionais, com suas imagens, propagandas e características persuasivas, chegando à discussão da construção do novo cidadão brasileiro. Neste aspecto, procuramos trazer algumas discussões do início do século XX, como os resultados da expedição médico-científico do Instituto Oswaldo Cruz, bem como a participação de intelectuais engajados nos movimentos sanitários, levando em consideração aqui, a representação no brasileiro na figura do personagem de Monteiro Lobato, Jeca Tatu.

No segundo capítulo, apresentamos as características específicas dos almanaques de farmácia, diferenciando-os dos estrangeiros. Evidenciamos através de tabelas, o rol de almanaques de farmácia utilizados como fontes para essa pesquisa e as respectivas doenças, bem como os medicamentos relacionados para este fim. Buscamos adentrar nas especificidades das propagandas de medicamentos, ressaltando seus aspectos de semelhança e diferença, dando foco aos autores e intelectuais envolvidos em suas produções e inclusive no que diz respeito à variação persuasiva das propagandas desse tipo de publicação, como os depoimentos.

O terceiro capítulo é constituído pela análise de algumas propagandas dos almanaques de farmácia. Procuramos evidenciar a partir de todo referencial teórico, conceitual e metodológico, as características presentes que são relacionadas ao ideal de progresso da nação, bem como às novas práticas de educação sanitária.

Assim, a partir de propagandas com o tema do lavrador do campo, enfermo pela ancilostomose; do homem da cidade, acometido pelo mal urbano da sífilis; as

crianças envolvidas com essa enfermidade e também nas questões relacionadas ao desenvolvimento físico e mental, bem como as mulheres atingidas pelas dores e demais sintomas do ciclo natural, procuramos analisá-las tendo em mente suas características como dispositivos pedagógicos, visando corresponder com o projeto nacional de progresso.

1 OFICINA DA VIDA – ORIGEM DOS ALMANAQUES

Presente em vários povos, como chineses, gregos, romanos e com etimologia incerta³, a origem dos almanaques remonta ao século XV, aos antigos calendários e ao livro de horas⁴ medieval. Nesse momento, em forma de manuscrito, eles tinham por finalidade instruir seus leitores sobre festas santas, feriados, calendário lunar e religioso.

Sua popularidade surge em toda a Europa a partir do século XV. Segundo Le Goff (1990), foi na Alemanha que “nasceu” o primeiro almanaque impresso em 1455 e posteriormente em 1464 surgiram outros, como o almanaque de barbeiros, das corporações e em 1471 surge o primeiro almanaque anual. No século XVII houve a disseminação e consolidação da edição dos almanaques a partir da publicação de *O Mensageiro-Coxo (Der Hinkende Bote)* em 1640, o qual para Grützmann (2004) tornou-se um padrão de estrutura e edição seguido por editoras de países como França e Estados Unidos.

Para Le Goff (1990), foi no século XVII que a literatura popular acolhe, divulga e dissemina os almanaques, com características relevantes que os definem como uma publicação que possui muitas figuras, imagens e signos, sendo um veículo de informação que dirige-se às pessoas que leem pouco, bem como aos analfabetos.

Fazendo parte de vários momentos históricos, os almanaques estavam presentes, por exemplo, durante a Revolução Francesa com os principais símbolos e alegorias revolucionárias: Liberdade, Igualdade e Fraternidade. Segundo Park (1999), os almanaques foram utilizados na França de Luís XIV como publicidade militar, histórica e política.

Almanaques como “[...] *Le Grand Calendrier Compost des Bergers* (século XV), *Le Messenger Boiteux*, de Strasburg (século XVII), o *Poor Richard’s Almanak* (século XVIII), publicado por Benjamin Franklin, e o *Almanaque das Musas*.” (CASA NOVA, 1996, p. 18), também passaram a fazer parte do cotidiano das pessoas na Europa, com alto grau de procura e utilização.

³ As etimologias encontradas são várias. Para Casa Nova (1996) podem ser consideradas origens como a oriental, latim, céltico, árabe, indiano e grego, só para citar algumas.

⁴ Segundo Isabel Candolo Nogueira (2009), o livro de horas era na essência, um livro de orações para uso dos monges em monastérios, de grande circulação no período e introduzidos aos poucos pela comunidade cristã laica. Eles eram uma forma acessível de devoção particular cotidiana para a maioria dos cristãos. Sua popularidade iniciou-se no século XIV e perdurou até segunda metade do século XVI.

Considerado por Le Goff (1990) a obra-prima dos almanaques, *Le Grand Calendrier Compost des Bergers*, datado de 1491 foi o modelo para a maioria dos almanaques pelo mundo. Considerado o mais importante da França, suas principais características repousam em conteúdos seculares como clima, fases da lua, calendários agrícolas, horóscopo, conselhos morais, saúde, doença e remédios ligados ao zodíaco, ou seja, abordava vários aspectos do viver humano. (PARK, 1999).

Na Itália, os almanaques surgiram especificamente na cidade de Torino com conteúdos destinados aos proprietários de terras e fazendeiros. Eram publicações agrárias que divulgavam novas técnicas de cultivo do solo, mas com um detalhe, tinham a intenção de estabelecer um debate que se aproximasse ao cientificismo europeu (PARK, 1999). Havia também os almanaques destinados ao público menos letrado, aos militares, nobres e comerciantes.

Esse tipo de publicação, desde o século XVII pode ser considerado como um gênero ao mesmo tempo editorial e literário, com intenção de difundir textos de diversas naturezas. Para Chartier (1999), seu sucesso advém justamente da característica “[...] de um livro que pode ser, ao mesmo tempo, útil e prazeroso, didático e de devoção, tradicional e “esclarecido”.” (CHARTIER, 1999, p.10), unindo dessa forma a cultura erudita e popular num mesmo espaço.

A partir do século XVIII, visando sua permanência, os almanaques se adaptam para o próximo século, com modificações nos seus termos, vocabulários bem como nas suas formas. Essa adaptação está relacionada com o aumento do número de seções, distribuição dos conteúdos internos, presença das fases da lua, dicas sobre agricultura, calendário, folhinha, bem como às informações relacionadas à vida civil da população, com seus conselhos sobre comportamento moral, saúde e higiene, sempre visando atender as necessidades de um público específico, o leitor e leitora dos almanaques.

Caracterizado como um veículo comercial de massa, devido sua difusão ocorrer entre várias camadas sociais, os almanaques possuem objetos de leitura que a partir desses, constituem seus leitores, participando assim do mundo da cultura popular, onde o espaço para o lazer e utilidade geral o caracteriza enquanto uma leitura de acesso para todos.

A partir da invenção da imprensa, os almanaques anuais ganham destaque, sempre trazendo informações astrológicas e astronômicas, textos históricos,

políticos, dicas de cuidados com a saúde e medicina popular. Nesse momento, eram redigidos por médicos e astrólogos.

Com características presentes desde sua difusão, no século XV, até os dias atuais, sua organização sempre foi caracterizada por uma pluralidade de conteúdos, sendo um fator que pode ser considerado como essencial em sua continuidade de uso e procura. Assim, essa retomada ao aspecto editorial “[...] instaura uma prática cultural conservadora e ritualística que confere ao almanaque o sentimento de *déjà vu*” (GRÜTZMANN, 2004, p. 51), garantindo assim, uma familiaridade e identificação dos leitores e leitoras com os almanaques a partir do seu modelo editorial.

Levando em consideração o elemento editorial, o calendário, presente na maioria dos almanaques se torna um dado de destaque nesse gênero. É unânime na literatura sobre os almanaques a relevância desse elemento na sua estrutura, com sentido de regulador do tempo. Para Park (1999) é possível considerar que seria a partir do calendário que estaria a origem dos almanaques, já que esse termo inúmeras vezes é considerado como sinônimo daquele e vice-versa.

Possuidor de vários sentidos, especialmente o social e religioso, a página do calendário ou página módulo⁵, geralmente reúne as mais variadas modalidades de divisão do tempo, onde o ano natural é determinado a partir das variações das estações, da mudança das fases de lua e pela rotação das atividades agrícolas. O ano civil é marcado a partir de algumas regras estabelecidas pela astronomia e por convenções sociais com a fixação de diferentes datas e o ano religioso é composto pelos momentos litúrgicos e dias de santos. (GRÜTZMANN, 2004).

Assim, calendário e almanaque tornam-se detentores da função de guia temporal e cultural, organizando e administrando o tempo para assim, assegurar a continuidade da vida, e também para que seus leitores possam através deles, organizar seu cotidiano num ritmo cíclico entre trabalho, festas religiosas, feriados, dias santos, dia, mês e ano.

⁵ Esse termo é mencionado por Casa Nova (1996) para caracterizar uma página que serve como molde, modelo, o módulo. Sua função é a mesma em outras publicações semelhantes formando todo um sentido funcional.

1.1 A CHUVA DOS ALMANAQUES DAS CIDADES

Já em território brasileiro, foi a partir do início do século XVIII que os almanaques começaram a ter visibilidade. Nesse momento, eram comuns os almanaques das cidades (PARK, 1999), como o *Almanaque para a cidade da Bahia*, de 1812, o *Almanack administrativo, mercantil e industrial da Província de Pernambuco*, de 1860, entre outros, com conteúdos como valores de tarifas e horário de trens. Havia também o *Almanaque Literário das Fluminenses*, de 1890, destinado para o público composto por senhoras e os almanaques religiosos, com preces, textos hagiográficos e dias santos.

Essas publicações, caracterizadas pela diversidade de conteúdos, a partir do século XIX contaram cada vez mais com a presença de anunciantes, sempre os mais fortes em seu ramo. Eram anúncios de hotéis, lojas e fabricantes de medicamentos que tinham maior presença. Para Casa Nova (1996), os almanaques sempre foram um veículo de publicidade, mesmo sendo considerado como uma publicação popular.

Segundo Park (1999), na França havia anúncios de remédios nos almanaques, mas nenhuma publicação específica para atender tal ramo industrial. Já em Portugal no final do século XIX haviam duas publicações destinadas aos anúncios de medicamentos, o *Apiol dos Drs. Joret e Homnole* e o *Leptandrine Royer*, seguindo dessa forma, a proposta de publicidade da Agencia Primitiva dos Annuncios, de Portugal. Tal agência pensava que a relevância dos anúncios nos almanaques estaria na “[...] lembrança efetiva desde o primeiro até ao último dia do ano, em todas as casas, da mais rica à mais pobre [...]”. (CASA NOVA, 1996, p. 22).

É dessa forma que o almanaque, essa miscelânea de conteúdo e informação, passa a ser um veículo essencial na propagação de anúncios e propagandas de produtos nacionais e estrangeiros, incluindo aqui, os medicamentos. Esse processo se deu principalmente a partir do século XIX, num momento em que o horizonte nacional estava pautado na reformulação da sociedade.

1.2 PANACEIA EM PÁGINAS: ALMANAQUES DE FARMÁCIA BRASILEIROS

No Brasil a *Drogaria Granado* (RJ) publicava seus anúncios em jornais e revistas ao mesmo tempo em que elaborava um material próprio, *O Pharol da*

Medicina, publicado pela primeira vez em 1887, sendo considerado o primeiro almanaque de farmácia brasileiro e modelo para seus sucessores, mostrando a partir dos seus anúncios o mercado das doenças do momento.

Outros laboratórios, como *Daudt & Oliveira*, responsável pela produção de medicamentos como A Saúde da Mulher e Bromil, utilizavam as revistas - como o *Careta* - e semanários - como *A Lua* - para divulgar seus produtos. Além dos medicamentos citados acima, outros como a pomada cicatrizante Boro Borácica e o tônico Nutrion, passaram a contar a partir de 1906 com uma publicação própria, o almanaque *A Saúde da Mulher*.

Esse almanaque contou com a presença de desenhistas renomados - como K.Lixto, Vasco Lima, Raul Pederneiras - e poetas - como Olavo Bilac, Bastos Tigre, Alberto e Felipe de Oliveira - que participaram da difusão de medicamentos como A Saúde da Mulher, Bromil, da mesma forma que Monteiro Lobato colaborou na divulgação do Biotônico Fontoura. (CASA NOVA, 1996, p. 24).

Segundo Chartier (1999), a originalidade dos almanaques de farmácia está diretamente relacionada a três características: eram publicados por laboratórios farmacêuticos e utilizados como suporte publicitário; sua distribuição era gratuita e todos aceitavam cartas de leitores, onde esses se tornavam co-autores das publicações.

Ainda segundo o autor “sua importância para a cultura brasileira se mede em suas enormes tiragens de dois ou três milhões de exemplares e a sua forte presença nas lembranças de leitura, ou de escuta, dos mais modestos leitores.” (CHARTIER, 1999, p.10). Exemplo disso está no editorial do Almanach d’A Saúde da Mulher de 1929, momento de comemoração do 25º ano de publicação do almanaque, onde este “[...] apresenta-se sob um novo aspecto, apreciavelmente melhorado, com sua tiragem elevada a 2.500.000 exemplares e com 48 páginas em vez das 36 primitivas.” (ALMANACH D’A SAÚDE DA MULHER, 1929, p.01). Ou ainda, o Almanaque Capivarol de 1943 que destaca na página editorial, sua dedicação em publicar um material de qualidade que corresponda às expectativas de seus leitores, com tiragem de 2.800.000 exemplares.

Essas publicações, não fugindo à regra das europeias, eram compostas por uma gama de conteúdos

[...] entre os anúncios de produtos: conselhos culinários, provérbios, frases célebres, divertimentos (piadas, passatempos, jogos, desafios, carta enigmática) e informações para as mais diversas áreas. Todo esse

conteúdo cabia em um livrinho que variava em 16, 32 ou 48 o número de suas páginas impressas num pequeno formato de aproximadamente 13x18 cm. A publicação era anual, salvo raras exceções, semestrais ou mensais. (NADAF, 2011, p. 136).

Além dessas variadas características, as imagens são presença garantida nos almanaques de farmácia, consideradas como um cartão de visita, em sua capa, contracapa e páginas internas.

Em relação a essas imagens, assim como em outros casos, devemos ter em mente que elas não podem ser consideradas como portadoras da realidade em si, mas trazem “[...] traços, aspectos, símbolos, representações, dimensões ocultas, perspectivas, induções, códigos, cores e formas nela cultivadas.” (PAIVA, 2002, p. 19).

Essas imagens como indícios do passado, permitem que compartilhem os conhecimentos e experiências não-verbais que se configuraram, permitindo-nos segundo Peter Burke (2004), “[...] “imaginar” o passado de forma mais vívida.” (BURKE, 2004, p.17), pois elas nos instigam para o reconhecimento do processo cultural de dada sociedade em determinado período, sendo valiosas no sentido de reconstrução do cotidiano e da cultura das pessoas comuns, caracterizando-se como evidências da história de um determinado contexto. Dessa forma, as imagens possuem sentido de comunicação.

As capas (figura 1) dos almanaques são um atrativo a parte. Geralmente com desenhos adaptados ou fotos de agentes comerciais de modelos, atrizes ou cantoras famosas, esse elemento é tratado por Casa Nova (1996) como um apelo para a leitora, principalmente para aquelas que o almanaque é direcionado, a dona de casa e mãe. Os signos icônicos como cabelos, vestimentas da moda demonstram que

os índices de atualidade são os principais elementos de apelo e funcionam também como persuasão e sedução, aliados frequentes na imagem do *star system*. [...] Impõem-se modelos que o senso comum aceita dentro de suas limitações econômicas. Sub-repticiamente trabalha-se o desejo. A moda mostra no almanaque o momento cultural, assim como gestos, atitudes que a publicidade fixa para os leitores. (CASA NOVA, 1996, p. 75).



Figura 1 – Capa Almanaque Capivarol, 1942.

Segundo a autora, as capas são o cartão de visita dos almanaques de farmácia, pois a é a partir delas, que o leitor/leitora se motivará a abrir e desfrutar da publicação. Neste caso, a figura feminina remete a uma estrela do cinema norte americano, onde a beleza e a saúde se fazem presentes, resultando num elemento de alto poder persuasivo.

A capa difunde a moda a partir de um “[...] verdadeiro sistema de informações, que visam a difundir ou a confirmar modelos instituídos pelo sistema da moda [...]” (CASA NOVA, 1996, p. 75). Assim, as capas remetem à leitora, um ideal de beleza a ser seguido, construído e manipulado pela classe dominante, onde a partir da imagem, toda uma organização do sistema vai se construindo.

Para a autora, foi a partir das técnicas de publicidade dos Estados Unidos na década de 1920 que houveram várias transformações, onde os anúncios ficaram mais ilustrados, com desenhos ao gosto da época (*art nouveau*, *art deco*), com títulos variados, ora agressivos, ora que instigavam a imaginação do leitor, demonstrando assim a mudança de mentalidade das agências de propaganda. É dessa forma que a publicidade passa a direcionar seu discurso através da persuasão.

Além do caráter persuasivo, a imagem publicitária assume a característica pedagógica, imitando e reproduzindo uma visão de mundo, repetindo e fixando modelos, revelando-se uma eficaz estratégia de ensinar por meio do traço artístico. Apesar de ter uma aparência de trivialidade, essas imagens são riquíssimas em significação, permitindo usos variados, tornando-se um estereótipo ou modelo, bem como agente da educação popular a partir da consolidação dessas imagens e de seus signos icônicos nas mentalidades de seus leitores e leitoras.

Considerando a afirmação de Casa Nova (1996), o leitor que não saiba ler, que saiba pouco ou até mesmo o indivíduo que tem o domínio da leitura, mas a realiza de forma rápida, utilizará as imagens como uma espécie de decodificador de todo anúncio, aproximando-se do texto por deixar transparecer o que elas realmente pretendem representar, num movimento de complementação mútua.

Dessa forma, é levada em consideração sua característica como dispositivo pedagógico, pois através do seu conteúdo lúdico cultural “[...] o almanaque de farmácia [...] tal qual um “*mass media*” em seus primórdios, já é um instrumento de captação de receita publicitária e centro gerador de formações ideológicas, dependentes do capitalismo ou da dominação de classe.” (CASA NOVA, 1996, p.

80). Assim, essa mini-enciclopédia instrui o indivíduo de forma empírica e experimental, popularizando o que pode ser popularizado, ou seja, o conhecimento para a progressiva felicidade do homem.

Em boa parte dos almanaques de farmácia há a presença da figura feminina em suas propagandas. Sua representação, especificamente no almanaque *A Saúde da Mulher* gira em torno dos ditos problemas femininos: dores, regras escassas ou demasiadas, nervosismo e irritação. Corroborando com a identidade social da mulher mãe, esposa e dona de casa sustentada por várias instituições da sociedade, as propagandas desse almanaque direcionam atenção para o valor uterino feminino, a fim de ter na maternidade um emblema feminino.

Essa mulher debilitada e frágil passa a ser remediada, no caso desse almanaque, pelo medicamento *A Saúde da Mulher*. Esse valor é passado pelas imagens presentes nas propagandas, levando em conta todo o alcance que esse tipo de publicação possuía.

As mulheres que viviam no meio urbano, segundo Casa Nova (1996), liam os almanaques ou por modismo ou quando os encontravam nas farmácias. Já as mulheres do interior e zona rural, tinham nessas publicações, um verdadeiro guia para o seu cotidiano, sabiam do mundo ao seu redor através dele, uma vez que nessas localidades o acesso às escolas e à medicina era mais restrito.

Dessa forma, é a partir dessa carência vivenciada pela leitora do almanaque, que há a ação dessa publicação através de sua retórica, instaurando na mulher a percepção dos sintomas do seu corpo, fazendo uma analogia entre sintoma, causa e diagnóstico.

Pertinente lembrar que pela tradição histórica, os almanaques eram publicações direcionadas às pessoas de baixo poder aquisitivo (CASA NOVA, 1996), ao camponês, aos segmentos marginalizados, que muitas vezes sem ter livros e até mesmo a presença de médicos, poderiam contar apenas com os almanaques como auxiliares nas informações médicas, bem como em diversas instruções.

1.3 PERSUSÃO SEDUTORA: O BEM PARA A SAÚDE

No almanaque de farmácia sua função sedutora repousa no jogo do saber e poder através da ciência médica farmacêutica, onde a figura do portador da verdade é a “cura do corpo e doença que cega o espírito. É o *phármakon*. Veneno com

implicações sociais; engodo e ilusão que conduzem à alienação. Terapia e envenenamento. Religião e Ciência. Magia e fetiche.” (CASA NOVA, 1996, p. 15).

A saúde é o signo mais forte existente num almanaque de farmácia, não pelo fato de se tratar de um manual médico⁶ ou catálogo de medicamentos, mas sim pelo fator preponderante desse aspecto repousar principalmente numa ideologia de ordem e desenvolvimento do país pelo viés da higienização dos corpos nas primeiras décadas do século XX.

Com o advento da República, o positivismo proporcionou aos médicos/cientistas, através do método da observação e experimentação, a característica de “[...] “missionários do progresso”, “sacerdotes do conhecimento”, transformou a ciência no único caminho para se atingir a saúde plena do “corpo social”, a “civilização”.” (HERSCHMANN, 1994a, p.56). Dessa forma, esses cientistas acreditavam que organizar, prevenir e sanear os indivíduos seria basilar para a concretização do progresso da nação.

Nesse sentido, os signos positivistas - Ordem e Progresso - emergem sendo complementados pelos discursos dos almanaques de farmácia, incorporando sua função política pedagógica e assumindo a intenção de aprimorar o cidadão brasileiro, seja no espaço urbano ou rural, a partir da medicalização desse ambiente, com disciplinarização, política higienista e regras de conduta social e individual (PARK, 1990).

1.4 O CIDADÃO BRASILEIRO EM DISCUSSÃO

O cidadão brasileiro, herdeiro de características e projetos políticos de outrora, na qual era visto a partir de teorias de classificação de raças, passa por um processo de renovação aos moldes positivista, num momento entre a instauração da República e a nova característica social e econômica do país, a industrialização.

A teoria da superioridade e inferioridade das raças foi um ideal muito presente no Brasil durante o século XIX e início do XX. As ideias disseminadas a respeito da

⁶ Importante ressaltar que no Brasil do século XIX surgem os guias médicos mais importantes, são eles o *Formulário e Guia Médico* e *Dicionário de medicina popular*, ambos da década de 1840, do médico Pedro Luiz Napoleão Chernoviz. Esses manuais, segundo Guimarães (2005) foram inicialmente editados no Brasil e posteriormente na França, sempre em português, traziam informações descrição de doenças, medicamentos, doses a serem utilizadas, fórmulas de medicamentos, ou seja, um conteúdo que facilitou o entendimento da ciência médica. Pessoas de diferentes categorias o utilizaram, como donos de boticas, líderes religiosos que cuidavam de pessoas doentes, matriarcas da elite latifundiária, autodidatas, se tornando assim, um verdadeiro guia terapêutico.

visão da população brasileira pautada nessa dicotomia, contaram com ampla adesão por parte de vários intelectuais nacionais, por exemplo, Raymundo Nina Rodrigues, Arthur Ramos e Sílvio Romero.

Grande parte das ideias que embasavam esses autores advinha das teorias do darwinismo e evolucionismo social, principalmente após a publicação de “*A Origem das Espécies*” (1859) de Charles Darwin (1809 – 1882), os debates passaram a ganhar contornos sociais e culturais. Dessa forma, foi a partir das considerações de Herbert Spencer (1820 – 1903), que o cientificismo racial ganha destaque. Segundo esse, a superioridade estaria para os homens europeus e brancos, assim como a inferioridade estaria para os indígenas e indianos. Logo os superiores, cultural e racialmente teriam o poder de subordinar os mais fracos.

Essa lógica estaria pautada também em relação à sociedade industrial, considerada a mais evoluída e civilizada devido sua organização e divisão do trabalho, em contraposição às inferiores, ditas primitivas, as quais eram classificadas como homogêneas devido “[...] à incapacidade dos seus membros de alterar artificialmente as condições de existência e desse modo promover diferenciações econômicas.” (CHAVES, 2003, p. 30).

Relevante salientar que a teoria do darwinismo social não levou em consideração em hipótese alguma, o impacto causado pelo processo neocolonizador do século XIX que abalou indianos, indígenas e negros. Pelo contrário, tal processo poderia ser justificado a partir da dita inferioridade desses povos, logo, o homem europeu, com a civilização e progresso ao seu lado, levariam a luz para nações inferiores naturalmente.

Podemos citar como exemplo de intelectual adepto dessa teoria, Raymundo Nina Rodrigues (1862 – 1906) - fundador da Escola Científica, mais conhecida como Escola Baiana - professor de medicina legal e adepto dos estudos de craniometria, que discutiu sobre as questões nacionais a partir das ideias do cientificismo racial e do evolucionismo de Arthur de Gobineau (1816 – 1882). (RODRIGUES, 2009).

Vale ressaltar que o Brasil desse período discutia questões acerca da abolição e advento da República, que causaria mobilização por parte da intelectualidade sobre a construção do novo cidadão brasileiro, movimento esse que levaria à exclusão social dos negros.

Foi também nesse momento que as escolas de medicina ganharam destaque sobre a produção, propagação e aplicação dos conhecimentos científicos abordando

várias questões da sociedade brasileira. Chaves (2003) explicita que as principais escolas de medicina daquele momento estavam localizadas na Bahia e no Rio de Janeiro, ambas com atenção diferenciada. Esta última centrava seus estudos e ações nas doenças infecto-contagiosas, como febre amarela, sífilis, cólera, malária, na eliminação dessas doenças e na melhoria das condições de saúde e higiene pública, atendendo assim os anseios das elites brasileiras.

Na Bahia a atuação era concentrada na figura do doente, juntamente com os debates acerca da medicina legal, das questões raciais e na mestiçagem do povo brasileiro. Foi também alvo de estudos dessa escola, sob a liderança de Nina Rodrigues o estudo dos movimentos de massa e a atuação do indivíduo que conduzia tais movimentos, por exemplo, o Arraial de Canudos e a figura do líder Antônio Conselheiro⁷.

Dessa forma, a partir das ideias do cientificismo racial, do evolucionismo social, dos pressupostos da Escola de Criminologia Italiana de Scipio Sighele (1868 – 1913) e da Psicologia das Massas do francês Gustave Le Bon (1841 – 1931) que essa escola produziu estudos os quais trabalhavam com os ideais do racismo científico, bem como “[...] tipologias, patologias e sistemas classificatórios, para descrever o perfil da população mestiça brasileira, especificar características culturais e raciais dos mestiços e explicar, cientificamente, movimentos de massa a partir do seu condutor, o “doente”.” (CHAVES, 2003, p. 32)

A miscigenação segundo Schwarcz (1994) foi foco entre cientistas estrangeiros e nacionais, a qual se transformou num tema polêmico entre as elites locais. Os intelectuais brasileiros preconizaram cada vez mais as deficiências das teorias determinista, e ao fazer uma relação entre essas e a miscigenação da nação brasileira, a saída encontrada foi apregoar a adoção de um ideal científico sem levar à cabo sua teoria racial, não condenando a característica híbrida do povo “[...]à

⁷ Segundo Vanessa Sattamini Varão Monteiro (2009) Antônio Vicente Mendes Maciel, ou Antônio Conselheiro, foi responsável pela fundação da aldeia de Belo Monte (Bahia) em 1893. O final do século XIX e início do século XX foi marcado por várias transformações políticas e sociais – com a abolição dos escravos e proclamação da República - e também tecnológicas e científicas, advindas com a Segunda Revolução Industrial. Nesse momento, em que pairava na nação a fé no progresso, o qual seria capaz de sanar todas questões que tornavam o país “atrasado”, que inicia a Guerra de Canudos, um local com suas próprias normas, leis e ordem, o qual estava à margem do que fora instituído pela República. Para derrotar o grupo de Antônio Conselheiro foi necessário quatro expedições militares, as quais resultavam com poucos presos e muitos mortos. No final da guerra, com o arraial em chamas, alguns sobreviventes foram presos e no caso das mulheres e crianças, vendidos.

medida em que o país, a essas alturas, encontrava-se irremediavelmente miscigenado.” (SCHWARCZ, 1994, p. 138).

A virada do século foi momento de discussões acerca da ideologia da ordem e progresso, com apoio do Estado e da medicina. As atenções foram centralizadas na reformulação do novo cidadão brasileiro, considerando suas barreiras biológicas, culturais, sociais, geográficas e climáticas, tendo como principal objetivo a higienização dos corpos. Nesse processo,

o sujo, o doente, o fraco, enfim, tudo o que lembrava a morte deveria ser excluído dos corpos individual e social, para que a Saúde, a Beleza, a Felicidade, ou seja, a vida pudesse ser exuberante, mesmo que ilusoriamente. [...] A falta de saúde relaciona-se à desordem por ameaçar a hegemonia do grupo social dominante. (CASA NOVA, 1996, p.127).

Dessa forma, a miscigenação passaria a ser considerada como um dos principais elementos que causariam um entrave à civilização e à identidade nacional. Nesse sentido nos primeiros anos do século XX, intelectuais brasileiros passaram a questionar as ciências deterministas: apenas os aspectos raciais e climáticos seriam responsáveis pela inferioridade, atraso cultural e improdutividade do brasileiro?

A partir da década de 1910, médicos higienistas⁸ constataram que o povo era improdutivo não pela sua miscigenação e sim pelo abandono por parte das elites políticas. Um novo movimento político intelectual entre 1916 e 1920 passou a considerar a doença e o abandono do povo como maior mal e obstáculo para o desenvolvimento do país. O movimento pelo saneamento do Brasil e pela exclusão das endemias no meio rural passou a negar o determinismo racial e os fatores climáticos como causadores dos males da sociedade.

Esse grupo é considerado por Lima e Hochman (1996) como central na reconstrução da identidade nacional a partir da consideração de que a doença não era uma condição inerente a população brasileira. Segundo os autores “[...] a redenção nacional demandava ações centralizadas, nacionais e tecnicamente autônomas, que legitimariam o crescimento do papel do Estado brasileiro no campo da saúde pública.” (LIMA & HOCHMAN, 1996, p. 23).

⁸ Segundo Edivaldo Góis Júnior (2002), esse cientista surge entre final do século XIX e início do XX com um novo pensamento direcionado para a população, com ações de educá-la para os novos hábitos de higiene. Esse movimento passou a ser chamado de movimento higienista.

A frase “O Brasil é um imenso hospital”⁹ proferida pelo professor da Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro, Miguel Pereira em outubro de 1916, é uma crítica à política e à ordem social estabelecida no país durante a Primeira República.

Importante destacar que o movimento pelo saneamento do Brasil também foi estimulado pela Primeira Guerra Mundial, pelos debates em torno das questões nacionalistas bem como à posição republicana perante o descaso com as questões de saúde da população brasileira.

Os debates que envolviam os movimentos nacionalistas foram estimulados pelos problemas com o recrutamento e derrotas militares, onde no exterior e no Brasil houve o fortalecimento de questões que estimularam uma recuperação da nacionalidade, através do civismo, da saúde e alfabetização.

Tal movimento sanitaria pode ser tratado segundo Hochman (1998), como a representação de uma lenta, porém crescente identificação por parte da sociedade brasileira dos graves problemas sanitários que vinham ocorrendo desde a instauração da República. Essa percepção aconteceu principalmente a partir das campanhas pelo saneamento durante a gestão de Oswaldo Cruz na Diretoria Geral de Saúde Pública, na cidade do Rio de Janeiro, durante os anos 1903 – 1909.

Todas as ações que envolviam o movimento pelo saneamento, contou com a aceitação e participação das elites políticas e intelectuais do país. Dessa forma, o que proporcionou a força para motivar a continuidade dessa campanha, repousa na visão geral do Brasil, que caminhou para além da Avenida Rio Branco, o grande centro efervescente da capital nacional. De fato o Brasil era ao mesmo tempo um grande hospital e um vasto sertão. (HOCHMAN, 1998).

1.5 O CIDADÃO BRASILEIRO NÃO É ASSIM, ESTÁ ASSIM!: UM NOVO OLHAR PARA O BRASILEIRO

A expedição médico-científica teve um peso considerável para a mobilização das elites na campanha pelo saneamento. Essa expedição, iniciada em 1912, percorreu os estados da Bahia, Pernambuco, Pará e Goiás. Foi chefiada pelos

⁹ Segundo Hochman (1998), essa frase foi proferida durante um discurso para professores na Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro, caracterizando a visão que o movimento sanitaria difundiu a respeito do Brasil durante a década de 1910. O Hospital era a presença das endemias rurais espalhadas pelo país que assolava grande parte da população brasileira. Alguns autores consideram esta frase como símbolo do início da campanha pelo saneamento rural.

médicos Belisário Penna (1868 – 1939) e Arthur Neiva (1880 – 1943) com intenção inicial de realizar estudos para a construção de açudes solicitada pela Inspetoria de Obras contra as Secas. (LIMA & HOCHMAN, 1994).

Além do levantamento fotográfico, os membros da expedição apuraram as condições climáticas, sociais, econômicas bem como as doenças mais recorrentes nesses locais. Dessa forma, esse relatório propôs a necessidade de ações, por parte do governo, relacionadas à profilaxia dessa população.

O isolamento e abandono desta foram considerados por Penna e Neiva como resultado do descaso dos governantes, e não mais devido às questões raciais ou climáticas, que acarretavam, segundo governantes e alguns intelectuais, na preguiça e indolência desse homem. Assim, a profilaxia, auxílio, saneamento e higienização desse povo e do restante do Brasil seria tarefa do poder público.

Após o relatório de Penna e Neiva, algumas ações foram tomadas para que cada vez mais esse diagnóstico fosse levado em consideração. Como exemplo disso, o livro de autoria de Belisário Penna “*O saneamento do Brasil*” de 1918, ficou conhecido pela dedicação do autor em divulgar as questões referentes ao sanitarismo brasileiro. Nesse livro Penna propôs uma visão que relacionava doença, sociedade e política e a mudança de papel do governo federal no que diz respeito aos âmbitos de saúde pública e saneamento. (HOCHMAN, 1998).

Tratou também do descaso que o processo de crescimento urbano trouxe para o Brasil, onde a falta de conhecimento sobre suas características, gerou uma migração do sertão para as cidades, aumentando assim o índice de pobreza e de doenças, assim como o sentido oposto causou a disseminação no sertão do alcoolismo, sífilis, tuberculose etc.

A presença da doença no meio rural, principalmente a malária, doença de Chagas e ancilostomose (amarelão), essa que afetava 70% da população rural, passaram a ser consideradas pela campanha pelo saneamento rural, como alvo essencial de ações e cuidados por parte do governo federal.

O principal mal até então considerado pelos governantes eram a febre amarela e a varíola, porém, a permanência do ancilóstomo causava o enfraquecimento e improdutividade do cidadão, se tornando uma barreira para o desenvolvimento do Brasil, inclusive para as políticas de imigração.

Nessa direção, para combater a infestação e reinfestação da população pelas novas endemias, como a ancilostomose, foi necessária a atuação da ciência e da

educação para combater a propagação dessas doenças. Assim, segundo Hochman (1998), vários intelectuais se engajaram nos ideais de saneamento, com palestras, demonstrações de profilaxia, educação sanitária, criação de livros, propagandas etc.

A partir da fundação em 1918 da Liga Pró – Saneamento do Brasil, presidida por Belisário Penna, houve a intenção de pressionar o Legislativo para a criação de uma lei sanitária que pudesse alcançar toda população do Brasil. Criticavam também a partilha de poder entre as elites locais após a Constituição de 1891 como um dos principais obstáculos para a solução dos problemas que afligiam a população brasileira. (PONTE, 2010 p. 96).

1.6 OS INTELECTUAIS BRASILEIROS ADEREM À DISCUSSÃO: O JECA TATU DE MONTEIRO LOBATO

Vários intelectuais estavam inseridos nas discussões que o Brasil vivia no início do século XX. Debatiam sobre o nacionalismo, educação e saúde, como é o caso, por exemplo, de Casimiro de Abreu, Bastos Tigre, Emílio de Menezes, Manuel Bandeira, Olavo Bilac e Monteiro Lobato, os quais interiorizavam esses debates e as inseriam em suas obras. A relação dos poetas com as propagandas era significativa, pois além de afiançar a qualidade dos produtos, foram responsáveis por popularizá-los, através da irreverência da mensagem, tornando-as mais eficazes e capazes de atingir a população analfabeta, através da repetição auxiliando a memorização dos produtos promovidos.

Monteiro Lobato, por exemplo, abordava os temas debatidos, dúvidas e questionamentos que boa parte dos intelectuais colocava em pauta. Em 1914 passa a escrever artigos para o jornal O Estado de São Paulo, incluindo o caboclo como “piolho da terra”. Park (1999) nos conta que em seu artigo intitulado “A velha praga” de novembro de 1914, Lobato denuncia os maus hábitos dos caboclos de fazer queimadas a partir do personagem Jeca-Caboclo.

Com grande repercussão devido esse artigo, Lobato passa a publicar seus textos no jornal com mais frequência. Seu próximo texto, de dezembro do mesmo ano seria “Urupês”, revelando para o Brasil os costumes e práticas do personagem Jeca.

Neste texto ele é representado como um indivíduo alheio às questões referentes à nacionalidade, ao que ocorria ao seu redor e com costumes ímpares. Segundo Lobato (1914) entre as raças e sub-raças existentes, entre o

[...] criador de artes e indústrias, e o selvagem de taboinhas no beijo, uma existe a vegetar de cócoras, insensível ao evoluir circunvolvente. E que nada a põe de pé. Quando Pedro 1º lança ao eco o seu grito histórico, e todo o país acorda estrovinhado a crise de uma mudança de dono, o caboclo ergue-se, espia, e se acocora de novo. Pelo 13 de Maio, a um florido decreto de princesa, o negro famélico e cansado larga com um uff! O cabo da enxada, o caboclo olha, coça a cabeça, “magina” [sic], e deixa que do velho mundo venha quem nele pegue de novo. [...] Essa atitude social da raça não desatrema da posição diletta do indivíduo nos principais atos da vida. [...] A terra é sua, possui uma égua, um monjolo e uma espingarda de dois canos. Pesa nos destinos políticos do país com o seu voto e nos econômicos com o polvilho azedo de que é fabricante [...] Vota, não sabe em quem, mas vota. Patriotismo é sentimento desconhecido, ignorante como é tudo quanto conhece ao país. [...] A sua medicina bate com o civismo e a mobília em qualidade. Quantitativamente assombra. Da noite mental pirilampejam apózemas, cerotos, arrobes e eletuários escapos a sagacidade cômica de Mark Twain. Compendia-os um Chernoviz não escrito, monumento de galhofa onde não há de rir, pois que a rede na qual dois homens apressados levam para o cemitério as vítimas de tal farmacopéia é sem dúvida o espetáculo mais triste da roça. E aplica-os o “curador”, um Eusébio Macário de pé no chão e cérebro trancado como moita de taquaruçu. [...] (LOBATO, 1914, p. 06).

A partir do Jeca descrito por Lobato no conto *Urupês*, sua notoriedade passa a ser disseminada pelo meio intelectual, passando a dialogar com os discursos da medicina sanitária, saneamento e reurbanização. Estas são ideias que remetem ao progresso e civilização, processos esses, que marcaram as primeiras décadas do século XX no Brasil. Nesse sentido seria essencial “[...] tirar o cheiro da terra e dos excrementos que acompanham o habitante do campo, limpando e arejando suas residências, organizando os espaços, regularizando relações, abrindo caminho da casa do camponês à casa do futuro operário.” (PARK, 1999, p. 121).

Relevante considerar que o personagem de Monteiro Lobato passou por três fases de transformação: a primeira, o Jeca Caboclo, quando ele é apresentado como um ser vazio e adepto das queimadas, no artigo “A Velha Praga” de 1914. A segunda transformação viria após o contato do autor com o já mencionado livro de Belisário Penna “*O Saneamento do Brasil*”. Concebido em 1920, o personagem era o “Jeca Tatu e a ressurreição”, representado como um cidadão que vê na medicalização a possibilidade de cura. E em 1947 é o “Zé Brasil”, renovado e discutindo política, especialmente os ideais de Carlos Prestes. (PARK, 1999).

O Jeca passa a ser um referencial nacional a partir da aproximação, entre Monteiro Lobato e o farmacêutico Cândido Fontoura, os quais eram colegas de trabalho no jornal *O Estado de São Paulo* (EDLER, 2006, p. 97), especialmente a partir da criação de um elixir revitalizante, o *Biotônico Fontoura*.

Segundo Edler (2006) Cândido Fontoura formulou um fortificante para sua esposa que estava debilitada. Tempos depois ele fundou um laboratório em São Paulo para fabricar tal tônico. Certo dia Monteiro Lobato apresentou sintomas de fraqueza e utilizou o medicamento indicado por Fontoura e se sentiu renovado, batizando o medicamento de *Biotônico Fontoura*, o tônico da vida.

1.7 A DISSEMINAÇÃO DO JECA TATU E O IDEAL DE HIGIENIZAÇÃO

Entusiasmado com o resultado obtido, Lobato cria em 1920 o folheto Jeca Tatuzinho (figura 2), com tiragem de cinquenta mil exemplares (PARK, 1999), e posteriormente, impulsionado com a aceitação por parte da população por esta publicação, criou o *Almanaque Biotônico Fontoura* em 1924, considerado como uma peça de divulgação do Laboratório Fontoura. Assim, o almanaque “[...] divulgava ao público como se dava o ciclo de infestação pelo ancilostoma e os sintomas da ancilostomose, ensinando medidas de educação sanitária para a proteção contra a doença.” (EDLER, 2006, p. 97) bem como a publicidade do medicamento *Biotônico Fontoura* que combatia a ancilostomose por conter ferro em sua fórmula.

Essa publicação teve grande aceitação por parte da população. Segundo nos informa Bueno & Taitelbaum, até o ano de 1941 foram distribuídos dez milhões de exemplares. Sua eficácia como conteúdo político pedagógico foi tão grande que em 1982, ano de centenário do nascimento de Monteiro Lobato, foi criado o prêmio “Jeca Tatu” por ter sido o anúncio de maior sucesso na história das propagandas no Brasil. Esse prêmio foi criado pela agência CBBA (Castelo Branco e Associados) com a intenção fazer um homenagem “[...] à obra-prima da comunicação persuasiva de caráter educativo, plenamente enquadrada na missão social agregada ao marketing e à propaganda.” (BUENO & TAITELBAUM, 2008, p. 79).

Jeca Tatu, ou Tatuzinho, é a expressão do caboclo que sofria com as mazelas e abandono por parte do poder público. Na primeira página do folheto, aparece de cócoras (figura 3), era a representação do cidadão alheio à realidade, pois o mundo girava à sua volta e ele não dava conta da posição em que se encontrava, pois não possuía sentimento algum de nacionalidade, característica essa observada por Penna e Neiva durante a expedição médico-científica do Instituto Oswaldo Cruz (IOC) e reafirmada pelo já citado conto *Urupês* de Lobato.

Sofrendo com a ancilostomose devido à falta de higiene e as péssimas práticas cotidianas, como andar descalço o Jeca passa a ter conhecimento dos

males que os cercam após um encontro com um médico que passava pelo sítio onde ele morava que num rápido exame, constatou seu problema, o amarelão. Indicado pelo homem da ciência, Jeca e sua família passaram a utilizar a *Ankilostomina Fontoura* (figura 4) para tratar do ancilóstomo, e para ficar forte e saudável o remédio indicado foi *Biotônico Fontoura*. Incluíram em seus costumes a utilização de calçados, dentro e fora da casa, inclusive todos os animais da fazenda passaram a fazer uso de botinhas, para que eles não fossem contaminados com nenhuma doença.

Após o consumo desses medicamentos, o Jeca, que era o “[...] antimodelo da sociedade higiênica.” (CASA NOVA, 1996, p. 112) por sofrer com o amarelão, possuir maus costumes, andar descalço e consumir álcool, se tornou outro homem, dedicou-se ao trabalho (figuras 5 e 6) e quis recuperar o tempo perdido. Esse Jeca renovado estava disposto a viver conforme os ditames da modernidade e longe das doenças.

Com seu trabalho fez seu sítio crescer, passou a fazer criação de porcos para vender na cidade e ele, que antes só pitava seu fumo de rolo, agora “[...] só fumava charutos fabricados especialmente para ele, e só corria as roças montado em cavalos árabes de puro sangue.” (JECA TATUZINHO, 1944, p. 18).

O Jeca bode expiatório, assim considerado por Casa Nova (1996), foi escolhido pela elite econômica nacional como representação da situação de miséria em que grande parte da população brasileira vivia. Ele não teria lugar numa sociedade com ânsia de transformação na condição de doente. O corpo adoecido deveria ser mantido fora da sociedade, pois não teria lugar dentro da ordem e do progresso a qual a sociedade brasileira tinha por intento caminhar.

Ainda segundo a autora, para que esse cidadão excluído pudesse ser um elemento partícipe da sociedade, ele deveria ser guiado pela educação higiênica e compartilhar dos ideais econômicos da elite urbana. Signos como condutas, família, casamento, educação, sexualidade, são disseminados pelas propagandas auxiliando assim na propagação da ordem pelo viés da saúde, sendo utilizadas pelos almanaques de farmácia como um programa de ação social e educacional.



Figura 2 – Capa do folheto Jeca Tatuzinho, 13ª edição, 1944.



Figura 3 – Folheto Jeca Tatuzinho, 1944, p. 01.

Diante do exposto, durante as primeiras décadas do século XX, a medicalização do espaço urbano ganhou uma ferramenta importantíssima para a disseminação desse ideal no meio rural, os almanaques de farmácia. Nos anúncios dessas publicações, o Jeca Tatu é o símbolo do homem brasileiro, no ambiente rural que se estendia para o urbano, e a mulher era representada pela histeria, nervosismos causados pelas doenças genitais. (CASA NOVA, 1996).

Detentores da ciência e perpassando por conselhos de higiene, de saúde, de moral, utilidades domésticas e lazer, ou seja, vários assuntos reunidos num só mecanismo de persuasão, os almanaques de farmácia acompanharam os debates acerca das idealizações do novo cidadão brasileiro, aquele que seria capaz de levantar o Brasil rumo à civilização e progresso.

As propagandas que compõe esses almanaques, além de assumir a tarefa de promover o mais novo fetiche da sociedade capitalista, o remédio, o elixir, o tônico, que era capaz de reconstituir forças do homem, mulher, jovens, crianças e idosos, produziu sentido e colaborou com o discurso ideológico, o qual fazia parte da realidade social na qual estão inseridos.

Assim, os debates pelo desenvolvimento do Brasil foram fonte para os discursos dos almanaques, mostrando dessa forma os processos nos quais o país estava inserido. Exercendo intensa atração entre a população urbana e rural, elas passaram a ter como horizonte, melhores condições de saúde, higiene e consequentemente de trabalho, difundindo dessa forma valores nos quais a sociedade brasileira estava alicerçada para seu desenvolvimento pela ordem e progresso.



Figura 4 – Folheto Jeca Tatuzinho, 1944, p. 07.



Figura 5 – Folheto Jeca Tatuzinho, 1944, p. 11



Figura 6 – Folheto Jeca Tatuzinho, 1944, p. 13.

2 OS ALMANAQUES DE FARMÁCIA: APRESENTAÇÃO DO CORPUS

Os almanaques de farmácia, publicações características e com conteúdos seculares, foram muito divulgados no Brasil desde final do século XIX e durante o século XX, com maior popularidade nas primeiras décadas do século XX. Distribuídos anualmente pelos laboratórios dos medicamentos, saíam das fábricas que realizam a impressão dos rótulos dos medicamentos. Com característica popular e de fácil acesso, todos tinham contato com esse material, haja vista que sua distribuição era gratuita e seus conteúdos, segundo Park (1999) visavam direcionar seus leitores para uma leitura embasada menos pela decodificação e mais pela relação texto – imagem.

Delimitamos para a atual pesquisa um recorte temporal das fontes que permitisse uma melhor visualização das características de propagandas referentes ao processo de higienização dos corpos a partir da utilização de medicamentos industrializados, remetendo essa prática ao processo de progresso na nação. Dessa forma, sem a pretensão de cessar as discussões acerca das propagandas dos almanaques de farmácia e as citadas características, mesmo porque a quantidade dessas publicações existentes é muito significativa, optamos por trabalhar com almanaques de farmácia que fazem parte das quatro primeiras décadas do século XX (1900 – 1940), especificamente até o ano de 1945, momento do fim do Estado Novo.

Essa década é significativa no que diz respeito aos ideais de modernização, nacionalismo e higienização, propagados pelo Brasil República, bem como à política do Estado Novo e a figura de Getúlio Vargas. Inseridas neste processo, a população teria um papel essencial no que diz respeito ao “[...] uso de remédios modernos, diferentes das mezinhas populares, fabricados por laboratórios conceituados [...]” (JÚNIOR; MAGALHÃES, 2010, p.330), havendo uma contribuição com o ideal de civilização, que visava desatrelar o cidadão do passado racial, tendo na política centralizadora nacional a construção da nação e personificado na figura de Getúlio Vargas.

A partir dessas características, concebemos os almanaques de farmácia como relevantes materiais de pesquisa no que diz respeito às suas propagandas, como elementos portadores de significações referentes às noções que embasavam

novas práticas em relação ao desenvolvimento do país, a partir da higienização dos corpos e educação sanitária nas quatro primeiras décadas do século XX.

2.1 “TODO BOM BRASILEIRO DEVE CONSUMIR PRODUTOS BRASILEIROS”: A PRESENÇA DO NACIONALISMO NOS ALMANAQUES DE FARMÁCIA

Possuidores de várias características, podemos ressaltar nos almanaques de farmácia particularidades e semelhanças, o que os tornavam um material de alto poder persuasivo referente ao contexto os quais estavam inseridos. Exemplo disso é o almanaque de farmácia *Almanaque Guaraina*, onde publicava anúncios dos medicamentos produzidos pelos Laboratórios Raul Leite¹⁰, mas também era típica publicação de cunho nacionalista, haja vista que seu proprietário, o já citado Raul Leite, era figura de destaque no meio político dos anos de 1930, principalmente por ser membro ativo da Ação Integralista Brasileira (AIB)¹¹. As propagandas dos medicamentos desse laboratório também faziam parte de publicações dessa organização política, como por exemplo, a revista *Anauê* (FIORUCCI, 2012), representando bem a articulação do laboratório com os ideais do Integralismo.

É possível encontrar neste almanaque de farmácia, menções ao nacionalismo em suas páginas internas, principalmente no que diz respeito ao uso de medicamentos nacionais, com frases de estímulo considerando que “todo bom brasileiro deve consumir de preferência os produtos brasileiros.” (ALMANAQUE GUARAINA, 1936, p. 02), considerando que todos os brasileiros sejam patriotas “[...]”

¹⁰Raul Ferreira Leite era formado em farmácia e medicina. Criou em 1921 os Laboratórios Raul Leite, o qual contava com seções de nutroterapia, microbiologia, hormonoterapia, quimioterapia e produtos soroterápicos e químicos. O almanaque de sua criação, o *Almanaque Guaraina* foi criado em 1925 e perdurou até 1939, difundindo ideias higienistas. Estimulou a cultura com o programa “Bangalôs e Malocas” e o esporte, com o campeonato Taça Guaraina. Faleceu em 1939 e em 1957 foi decretada a falência dos Laboratórios Raul Leite.

¹¹A Ação Integralista Brasileira, fundada em 1932 por Plínio Salgado, foi um movimento político de ideal autoritário, que se expandiu durante a década de 1930, juntamente com outros movimentos semelhantes. Após o fracasso da Intentona Comunista em 1935, o Integralismo ganhou mais forças e apoio por parte da sociedade brasileira, principalmente no que diz respeito à ostensiva oposição em relação ao comunismo. Ganhou força em boa parte do território brasileiro, chegando a contar com mais de um milhão de adeptos no final da década de 1930. De características próprias e singulares, os componentes da AIB deveriam seguir algumas características, por exemplo, em suas vestimentas, com o uso de camisas verdes confeccionadas de algodão nacional e a saudação *Anauê!* que significa na língua Tupi “você é meu parente” utilizada para identificar os adeptos do movimento. Com traços do fascismo europeu e a exacerbação da cultura brasileira, de vida efêmera porém intensa, a AIB sofreu a partir da segunda metade de 1930, com as repressões do governo de Getúlio Vargas contra os partidos políticos de oposição bem como seus membros, vindo à se dissolver em 1937.

preferindo sempre os produtos brasileiros” (ALMANAQUE GUARAINA 1936, p. 03) e destacando que “não há razão para o Brasil consumir preparados estrangeiros quando os temos tão bons ou melhores do que os importados.” (ALMANAQUE GUARAINA, 1936, p. 04).

Consideramos as questões sobre medicamentos estrangeiros, além do caráter nacionalista aqui exposto, mas também pelo viés de disputa de mercado, pois é relevante salientar que os laboratórios farmacêuticos se multiplicaram lentamente em território nacional. Segundo Edler (2006), apesar da utilização de processos artesanais em comparação aos europeus, a fabricação de medicamentos era em grande escala e dessa forma alcançavam mais lucros comparados aos estabelecimentos tradicionais, os quais ainda apresentavam características das antigas boticas.

O maior período de expansão da indústria farmacêutica nacional, foi a partir da segunda metade da década de 1910, devido à escassez de medicamentos decorrentes da Primeira Guerra Mundial, auxiliando na expansão da produção nacional, bem como, o grande número de técnicos formados na área pelas instituições públicas e que tinham um intuito em organizar laboratórios de medicamentos privados.

Muitos laboratórios começaram elaborar produtos que até então eram limitados às indústrias de medicamentos da Europa, como ampolas para injeção e comprimidos, elaborando estruturas de distribuição e importação de medicamentos, “deixando de monopolizar a produção de medicamentos, as farmácias começaram a voltar-se também para a comercialização de drogas importadas ou que começavam a ser produzidas nos laboratórios nacionais.” (EDLER, 2006, p. 96). Com isso, essas farmácias passaram a integrar uma estrutura de casas de depósito, as quais eram especializadas na distribuição e importação de medicamentos e produtos de beleza do exterior.

Dessa forma, os almanaques de farmácia incorporam toda essa movimentação que o país vivia, em relação à produção de medicamentos nacionais e importação, e a partir de suas propagandas, tenta persuadir seu leitor/leitora, das qualidades do produto genuinamente brasileiro. É o caso do almanaque de farmácia *O Pharol da Medicina* de 1908, que traz na publicidade dos *Extratos Fluídos de Granado* seu real poder de rivalizar “[...] com os melhores de procedência estrangeira e nacionais” (O PHAROL DA MEDICINA, 1908, p. 06).

2.2 A DISPUTA DO MERCADO E AS PROPAGANDAS

Todas essas publicações visavam, num primeiro momento¹², a comercialização de seus produtos, num ambiente de intensa disputa de mercado e logicamente, de paciente/consumidor. Em muitas propagandas dos almanaques de farmácia analisados, isso é perceptível, através de singelas relações, onde induzem o leitor a comparar, a partir da experimentação do medicamento “x” com o “y”.

Percebemos essa questão na publicidade do medicamento para problemas femininos, *Regulador Xavier*, presente no *Almanack Xavier* de 1932. Esse medicamento é indicado para menstruação abundante e suas consequências como, dores de cabeça, mal estar, cólicas uterinas, hemorragias etc. Sua publicidade vai tratar da especificidade do Regulador Xavier nº 1, e faz uma crítica às consumidoras que utilizam medicamentos com apenas uma fórmula, pois

em consciência não se pode admitir e nem aceitar um só regulador que sirva ao mesmo tempo para a hemorragia e para a falta de menstruação, que sirva para combater as causas de uma e as causas da outra, quando está perfeitamente demonstrado que os medicamentos de uma são contra indicados para a outra. (ALMANACK XAVIER, 1932, p. 24).

Informam ainda que a partir de estudos realizados sob critérios expressamente científicos, a fórmula do *Regulador Xavier nº1* foi desenvolvida com o intuito de entregar à mulher que sofre com esses malefícios, um medicamento eficaz, podendo depositar toda sua confiança e esperança. Da mesma forma, duas páginas depois, a publicidade do *Regulador Xavier nº2* vai esclarecer os casos em que o medicamento é indicado, como na falta, irregularidade ou dificuldade da menstruação, flores brancas, anemia e leucorreia, o *Regulador Xavier nº2* é ideal porque

não é um remédio que CURA TODAS AS ENFERMIDADES da mulher, não. As hemorragias, as regras abundantes e as suas consequências não podem ser tratadas pelo REGULADOR XAVIER nº2. Estas enfermidades são tratadas pelo REGULADOR XAVIER Nº1 [...]. Com essa ligeira explicação, ficarão as nossas leitoras convencidas de que o REGULADOR XAVIER, tanto o Nº1 como o Nº2, é um preparado criterioso e científico, que tem suas fórmulas diferentes exatamente para poder atender também as diferentes enfermidades das mulheres, enfermidades que não podem ser tratadas por um só medicamento. É lógico e intuitivo que o regulador que serve para falta de menstruação, não pode servir para menstruação abundante. (ALMANACK XAVIER, 1932, p. 26, grifo nosso).

¹² Neste momento, será considerado apenas o fator comercial dos almanaques de farmácia, pois esse debate é o que dará sentido para o desenvolvimento da questão acerca da higienização dos corpos e da educação sanitária no processo de progresso da nação.

Ainda nesse almanaque, porém no ano de 1937, a publicidade do *Regulador Xavier nº1* e *nº2* trazia em seu título uma mensagem para as mulheres sobre o que a verdade da “[...] ciência, a razão e o bom senso exigem: para males diferentes – remédios diferentes: regras abundantes e suas consequências: *Regulador Xavier nº1*, falta de regras e suas consequências: *Regulador Xavier nº2*.” (ALMANACK XAVIER, 1937,p. 05). Seu texto afirma que a moderna terapêutica já condenou as velhas técnicas, as quais consideravam as enfermidades do sexo feminino de apenas uma espécie, e para tal, sanadas com apenas um medicamento.

Essas propagandas fazem referência, por exemplo, a outros medicamentos, de laboratórios distintos, os quais diziam curar as enfermidades femininas com apenas uma fórmula e um medicamento. Exemplo disso é a publicidade do medicamento *Regulador Fontoura* de 1935, o qual trata as enfermidades femininas como dores de cabeça e pelo corpo, cólicas, desânimo, tonturas e nervosismos, problemas esses que afligem as mulheres todo mês durante sete ou oito dias, tornando-a inutilizada nesse período para qualquer atividade. O poder do medicamento é possível para “[...] sanar esse periódico transtorno da saúde feminina. Com o uso do *Regulador Fontoura* cessam todos os padecimentos e o equilíbrio do organismo se restabelece.” (ALMANAQUE BIOTÔNICO, 1935, p. 21).

A peça publicitária do medicamento *Ovariuteran* presente no *Almanaque Guaraina* de 1936, faz uma sutil menção aos seus concorrentes de tratamento dos problemas femininos. Tal medicamento possui em sua fórmula os hormônios do ovário e é responsável pelo tratamento dos atrasos das regras, cólicas e hemorragias, acabando com todos seus sintomas prontamente. Com destaque, a publicidade conta com uma nota de esclarecimento, informando sobre os vários medicamentos existentes contendo a denominação de “reguladores”, mas que na realidade, “[...] apenas dão a doente a ilusão de cura, pois somente proporcionam alívio temporário. Sendo os distúrbios do ovário causados pela deficiência do **hormônio** ou princípio ativo desse órgão, só será realmente eficaz o produto que contiver tal hormônio. É o que ocorre com **OVARIUTERAN**.” (ALMANAQUE GUARAINA, 1936, contra capa, grifo nosso).

Intitulada “O mau funcionamento das regras”, a publicidade do medicamento *Elixir Prata* presente no almanaque de farmácia com mesmo nome de 1934 informava sobre os problemas das irregularidades das regras e o uso que algumas mulheres faziam de reguladores que não proporcionavam efeito, pois esses casos

são questões referentes à impureza do sangue, o qual deveria ser tratado. Assim, “muitas mulheres ficam completamente curadas desses incômodos, depurando o seu sangue com o *ELIXIR PRATA* [...]”. (ALMANACK ELIXIR PRATA, 1934, p. 15).

O medicamento mais popular da indústria nacional para a cura dos problemas ‘daqueles dias’ era *A Saúde da Mulher*, apresentado como “[...] infalível das flores brancas, das suspensões, das regras demasiadas, das cólicas uterinas.” (ALMANACK D’A SAÚDE DA MULHER, 1929, p. 06), ou ainda *A Saúde da Mulher* era indicado nos casos das enfermidades do útero e ovários como “[...] suspensões, cólicas uterinas, regras demasiadas ou escassas, incômodos da idade crítica, reumatismo e flores brancas.” (ALMANAQUE D’A SAÚDE DA MULHER, 1943, p.11).

2.3 NOMES EM DESTAQUE: OS CASOS DAS PATENTES

Muitas propagandas traziam em seu texto considerações que revelavam tal concorrência de mercado, onde até mesmo os nomes de determinados produtos eram disputados com intuito de comercialização. Percebemos essa questão no almanaque de farmácia *O Pharol da Medicina* de 1908, o qual aborda em seu anúncio intitulado *Zotalina Granado* tal aspecto, onde sua eficaz ação como “enérgico desinfetante, desodorante e microbicida, sucedâneo da *Creolina Granado*, **cujo nome abandonamos por conveniências comerciais [...]**” (O PHAROL DA MEDICINA, 1908, p. 15, grifo nosso), é utilizado para a desinfecção de hospitais, casas, esgotos, na cura de bicheiras, atuando também em curativos anticépticos.

No início do século XX, há um intenso embate entre os laboratórios nacionais, que eram intimidados pelo grande número de medicamentos estrangeiros que adentravam o país, balançando assim, o comércio nacional de fármacos. Nesse sentido, a marca *Creolina* foi motivo de grande disputa judicial, nesse caso, de Luís Felipe Freire Aguiar¹³ com o laboratório inglês Ed William Person, autor da marca *Creolina Person*. Este laboratório considerava que apenas seu produto era original, não havendo possibilidade de qualquer outro fabricante utilizar tal nomenclatura, a qual, já havia sido patenteada na Inglaterra. Freire Aguiar, estudioso da flora e dos

¹³ Formado em farmácia na Faculdade Nacional de Medicina no Rio de Janeiro em 1871, Luiz Felipe Freire Aguiar foi o proprietário da primeira indústria farmacêutica do Brasil. Em 1874 se tornou sócio da Farmácia Episcopal no Rio de Janeiro, se tornando proprietário em 1877, a qual foi vendida para montar um laboratório de medicamentos e perfumes. Elaborou muitos medicamentos, entre eles a Água Inglesa, Xarope de Rabano Iodado, Elixir Alimentício, Magnésia Fluída entre outros.

vegetais nacionais, entrou no embate para defender seu preparado, provando que o termo *Creolina* era genérico, onde o supremo tribunal brasileiro considerou “[...] que a *Creolina* brasileira poderia se chamar “*Creolina Freire Aguiar*”, ficando proibido aos demais fabricantes nacionais o uso deste.” (LIMA, s.d, p. 02).

Outro exemplo da concorrência pela utilização de determinados nomes, e consequentemente, suas patentes, envolveu a *Água Inglesa*¹⁴. Sobre esse caso, Luiz Felipe Moreira Lima relata a saga de João Bernardo Coxito Granado, irmão de José Antônio Coxito Granado – fundador da Casa Granado em 1870 – na legalização da utilização do termo *Água Inglesa de Granado*. Esta ação teve início em março de 1891, quando foi enviada uma petição solicitando a análise deste preparado para o Inspetor Geral de Higiene Pública da capital federal.

Em abril do mesmo ano, é liberada a licença para os devidos fins. Porém, em dezembro de 1891, sua licença é cancelada, segundo análises do farmacêutico Francisco Raboeira, partindo da justificativa de que já havia outras tantas *Águas Inglesas*, não tendo necessidade, de existir mais uma. Já no ano de 1933, João Bernardo, entra novamente com um pedido de revalidação da *Água Inglesa de Granado*. Segundo Moreira Lima, é possível perceber que depois do primeiro indeferimento, a situação foi reconsiderada e este produto da Casa Granado foi registrado. Nos pareceres que sucederam tal ação, é possível acompanhar o debate entre os farmacêuticos Raboeira e Granado, no que diz respeito à validade do produto para a terapêutica do momento, considerando que não havia comprovação científica das promessas maravilhosas de cura que eram propagadas.

Todo esse processo em relação a tal disputa e à qualidade de composição da fórmula desse medicamento foi acompanhado pelos leitores e leitoras do almanaque de farmácia *O Pharol da Medicina* de 1908, o qual publicava os anúncios dos medicamentos distribuídos pela Casa Granado. Neste almanaque, há o parecer o qual foi submetido ao Inspetor Geral de Higiene Pública do Rio de Janeiro, por ninguém menos que o farmacêutico Raboeira, sobre a qualidade da *Água Inglesa de Granado*, a qual foi aprovada pela Inspetoria Geral de Higiene. O relato nos dá a seguinte informação:

¹⁴ A nomenclatura *Água Inglesa*, além dos laboratórios estrangeiros, os nacionais como Instituto Medicamento, responsável pelo Biotônico Fontoura, também utilizava tal nomenclatura para designar seu medicamento, a *Água Inglesa Fontoura*.

ÁGUA INGLESA DE GRANADO – É o título do preparado subordinado a vossa apreciação, pelo farmacêutico João B. Coxito Granado, e sobre o qual cumpre-me, em observância do vosso despacho, lançando no documentos apresentados e que acompanham esse preparado, manifestar a minha opinião. A especialidade farmacêutica assim denominada, conforme se verifica do exame da fórmula, é um completo hidro-alcoolico, sua fórmula é aceitável, pois é constituída por elementos aproveitáveis e em proporções regulares. Constitui a base deste preparado duas espécies de riquíssimos princípios tônicos e antifebris; concorrendo mais para aumentar o valor terapêutico deste preparado, os princípios solúveis dos vegetais reconhecidos tônicos e antifebris, que foram associados à fórmula e composição da ÁGUA INGLESA DE GRANADO. Sendo a quina um tônico por excelência e sendo o preparado em assunto constituído pelos princípios das duas espécies de quina mais tônicas e antifebris, ainda mais auxiliados com os princípios de outros vegetais que entram na fórmula, reputados também tônicos e antifebris, julgo que o presente preparado poderá satisfazer as indicações terapêuticas. Quanto à dosagem proposta julgo-a aceitável. (O PHAROL DA MEDICINA, 1908, p. 28, grifo nosso).

Toda essa ênfase no cuidado com a elaboração das fórmulas e de sua cientificidade foi efetuada a partir da grande massificação dos medicamentos e da indústria farmacêutica. O já citado farmacêutico Freire Aguiar foi um dos maiores expoentes nas campanhas contra os produtos estrangeiros, provando muitas vezes, através de seus experimentos, que esses medicamentos não continham todos os ingredientes que diziam ter. Com isso, as autoridades sanitárias tornaram mais severas as fiscalizações sobre tais medicamentos, o que gerou um grande movimento de implantação no Brasil dessas indústrias farmacêuticas da Europa e dos Estados Unidos, as quais eram responsáveis por exportar para o Brasil seus produtos.

2.4 BÁLSAMOS QUE CURAM: AS DOENÇAS NAS PROPAGANDAS DOS ALMANAQUES DE FARMÁCIA

Todas essas formas de composição do mercado de consumo possuíam, nesse caso, o intuito de expor os possíveis caminhos para a cura das doenças. Nesse sentido, os anúncios dessas publicações são um forte elemento de exposição das doenças que acometiam a população nas primeiras décadas do século XX. Segundo Casa Nova (1996) a ciência presente nos almanaques de farmácia possui um signo de visão de progresso para a humanidade bem como de conhecimento e atualidade, incluindo as características de informação e instrução. As indicações de medicamentos por médicos juntamente com seus conselhos, concebem a saúde

física como um bem natural, onde o corpo doente alteraria o sentido inato da vida, signo esse, que passava pelas concepções de bem estar da saúde física e moral.

A tabela a seguir disponibiliza as doenças presentes nas propagandas dos almanaques de farmácia com os medicamentos recomendados para o tratamento e cura das enfermidades.

TABELA 1 – Tabela de relação de enfermidades, medicamentos e respectivos almanaques de farmácia.

(continua)

ALMANAQUES DE FARMÁCIA	ENFERMIDADES	MEDICAMENTOS
ALMANACK¹⁵ ILUSTRADO DE BRISTOL	Enxaquecas; enjôos; desarranjo biliar; escrófula; reumatismo; herpes; Chagas; hemorróidas; inflamações; torções; feridas; hemorragias; icterícia; malária; parasitas intestinais; fraqueza; desarranjo menstrual; debilidade nervosa; dores nos pulmões; garganta; resfriados; dores nas costas; nevralgia; gota; ciático; torcicolo; dores no peito; dores no coração; câimbra; picadas de insetos; mordidas de répteis; queimaduras; dores no seio; impinge; rachaduras (mãos e pés); dor de dente e dor de ouvido.	Pílulas Açucaradas de Bristol, Tônico Salsaparrilha de Bristol, Peitoral da Anacahuita, Extrato Duplo de Hamamelis, Colagogo Indiano de Osgood, Pastilhas Vegetais de Kemp, Tônico Ferro Dialisado de Wyeth, Emulsão de Óleo de Fígado de Bacalhau da Noruega, Emplastros Porosos Superiores, Óleo Elétrico.
O PHAROL DA MEDICINA	Febres; malária; anemia; leucemia; fraqueza; fígado; baço; dertos; paralisia; anemia; asma; beribéri; desarranjo menstrual; dispepsia; gastrite; sonolência; cansaço; tontura; dor de cabeça; dor de dente; dor de ouvido; nevralgia; erisipela; sífilis; defluxo;	Água Inglesa de Granado ¹⁶ , Vinho de Jurubeba, Pomada Anti-Herpetica, Vinho Cordeal Tônico, Elixir de Camomila e Melissa, Mentolina de Granado, Tópico Anti-Venéreo, Pílulas Anti-

¹⁵ Dotado dessas características, o almanaque de farmácia *O Pharol da Medicina* trazia em suas propagandas, textos ricos e informativos, considerando que as primeiras propagandas de medicamentos no início do século XX abordavam as características gerais do produto, a marca registrada, suas qualidades (TEMPORÃO, 1986) e explicações sobre sua ação, composição, tamanho da embalagem e posologia a ser utilizada pelos pacientes em sua bula.

¹⁶ Esse tônico era aprovado pela Inspetoria Geral de Higiene. Inicialmente, a Junta Central de Higiene Pública foi criada em 1850 com intenção de combater a febre amarela, coordenar atividades da polícia sanitária, vacinação contra a varíola, fiscalizar o exercício da medicina bem como a Inspetoria de Saúde dos Portos. Esse setor, em 1886 se transformou na Inspetoria Geral de Higiene a qual atuou nas cidades litorâneas, especialmente o Rio de Janeiro.

(continuação)

	bronquite; gripe; impinge; úlceras; varizes; reumatismo; artrite; dores nos pulmões; olhos; garganta; mau hálito; escorbuto; debilidade nervosa; histerismo; convulsões; espasmos; insônia; raquitismo; deformações ósseas; neurastenia; pneumonia; tifo; influenza; sarampo; diabetes; varíola; furunculose; espreguiçamento; escrófula; leucorreia; papeira; gonorreia; parasitas intestinais; mordidas de répteis; tuberculose; febre amarela; catapora; feridas; hemorragias e embriaguez.	Erisipelatosas, Injeção Anti-Blenorrágica, Anti-Catarral Xarope Cardus Benedictus, Xarope de Cascas de Laranjas Amargas com Iodureto de Potássio, Água Higiénica de Granado, Valerianato D'ammonea, Vinho Iodo-Tannico, Levurina Granulada, Pílulas Anti-Periódicas, Xarope Iodo-Cannico, Xarope Anti-Blenorrágico, Pastilhas Vermífugas de Chocolate, Santonina, Opodeldoc de Guaco de Granado, Esthenol de Granado, Licor de Alcatrão de Granado, Phenol Sodico e Remédio Contra a Embriaguez.
ALMANACH D'A SAÚDE DA MULHER	Bronquite; catarros; dores nos pulmões; cólicas uterinas; menstruação abundante; menstruação escassa; menstruação suspensa; flores brancas; nervosismo; irritação; fraqueza; cansaço; sonolência; reumatismo; artrite; falta de apetite; anemia; neurastenia sífilítica; manchas na pele; sardas; cravos; queimaduras de sol, fogo, água, óleo ou objetos quentes; feridas; moléstias da pele; rachaduras do bico do seio; assaduras; cortes; úlceras; impinge; escoriações; arranhões; cárie; parasitas; amarelão; anemia; caspa; queda de cabelo e sífilis.	Bromil, A Saúde da Mulher, Nutrion, Boro Borácica, Odol, Necatorina, Pílulas Antianêmicas do Dr. Belisário Penna, Pixavon e Depurativo Lyra.

(continuação)

ALMANAK XAROPE SÃO JOÃO	Anemia; fraqueza; debilidade nervosa; cansaço; insônia; neurastenia; tosse; constipação; bronquite; coqueluche; dor de garganta; gripe; febre; dor de cabeça; caspa e queda de cabelo.	Vigonal, Xarope São João, Loção Brilhante ¹⁷ .
ALMANACK XAVIER	Gripe; resfriado; tuberculose; tosse; bronquite; asma; parasitas intestinais; vômito; dor de barriga; palidez; insônia; fraqueza; debilidade física; debilidade mental; azia; dispepsia; gases; arroto; dor de cabeça; vertigens; cólicas uterinas; hemorragias; debilidade nervosa; menstruação escassa; melancolia; desânimo; insônia; fastio; flores brancas; corrimentos; vaginite; inflamação do útero; inflamação dos ovários; cólica de estômago; fígado; prisão de ventre; hemorróidas; rins; reumatismo; cálculos; arteriosclerose; inchaço nas mãos; inchaço nos pés; anemia; amarelão; sífilis; tumores; perturbações mentais e feridas.	Conhaque de Alcatrão Xavier, Licor de Cacau Vermífugo Xavier, Nutril Xavier, Vinho de Paty Amargoso Xavier, Regulador Xavier nº1 ¹⁸ , Regulador Xavier nº2, Gyzal Xavier Chá de Hamburgo, Pílulas Ursi Xavier, Hepacholan Xavier, Pílulas Xavier e Elixir Xavier Depurativo.
ALMANACK ELIXIR PRATA	Sífilis; coceiras; impinges; úlceras; eczemas; psoríase; espinhas; tumores; corrimento nos ouvidos; manchas na pele; dores de cabeça; malária; rins; fígado; ácido úrico; inchaços; dores na dentição de crianças; diarreia; vômitos; febres; pressão alta; cólicas; azia; prisão de ventre; asma; gripe;	Elixir Prata, Pílulas Malei-Tônicas, Quebra Pedra Prata, Sanosclerosis, Pomada São Carlos, Digestivo São Carlos, Disgestivo Prata, Jugulasma, Pílulas Sudoríficas e Tônico Prata Ferruginoso.

¹⁷ Pertinente referenciar que nessa pesquisa foram abordadas as propagandas de produtos com ação medicinal. Dessa forma, os produtos de beleza não foram contabilizados. No caso da *Loção Brilhante*, foi levado em consideração as propagandas que referenciavam seu caráter medicinal, pois existem anúncios desse produto que evidenciam seu uso como produto de beleza.

¹⁸ No caso dos problemas femininos, o *Almanack Xavier* traz duas especificidades. As mulheres quem sofrem com a menstruação abundante e suas consequências como dores de cabeça, vertigens, mal estar, cólicas uterinas, hemorragias e sistema nervoso abalado deve ser combatido com o *Regulador Xavier nº1*. Já nos casos de falta das regras e suas consequências como dores, melancolia, desânimo, vertigens, insônia, cólicas, fastio, abalo do sistema nervoso, flores brancas e corrimentos, o *Regulador Xavier nº2*.

(continuação)

	defluxo; influenza; bronquites; tosses; constipação; anemia; neurastenia; insônia e tuberculose.	
CABEÇA DO LEÃO DO DR. AYER	Anemia; debilidade; depauperamento; má digestão; azia; sonolência; arroto; vômitos; coriza; dores no peito; bronquite; angina; coqueluche; reumatismo; dores musculares; contusão; dores nas costas; dores ciáticas e câimbra.	Salsaparrilha do Dr. Ayer, Pímulas Cathárticas do Dr. Ayer, Gestex do Dr. Ayer, Peitoral de Cereja do Dr. Ayer e Linimento de Sloan.
ALMANAQUE¹⁹ BIOTÔNICO	Amarelão; malária; neurastenia; cansaço mental; anemia; falta de apetite; cólicas; dor de cabeça; tontura; sistema nervoso abalado; desânimo; mal estar; parasitas intestinais; tosses; dor de dente; dor de cabeça; nevralgia; resfriado; defluxo; reumatismo; cólicas menstruais; purgativo; rins e sífilis.	Ankilostomina Fontoura, Maleitosan Fontoura, Biotônico Fontoura, Regulador Fontoura, Vermífugo Fontoura, Xarope Drosera Fontoura, Xarope de Limão Bravo Fontoura, Fontol, Lacto Purga Fontoura, Urogenol e Elixir Bororó.
ALMANACK SILVEIRA	Sífilis; gonorreia; reumatismo; dertos; eczemas; espinhas; úlceras; impinge; manchas na pele; escrófula; anemia; fraqueza; dor no peito; dor nas costas; neurastenia; falta de apetite; tosse e bronquite.	Elixir de Nogueira, Vinho Creosotado e Pós Americanos.
ALMANACH²⁰ SCOTT	Falta de apetite; gripe; resfriado; anemia; tuberculose; pneumonia; fraqueza e debilidades do organismo.	Emulsão de Scott.
GUARAINA	Cólicas menstruais; hemorragia; atraso da menstruação; fígado; icterícia; urticária; prisão de ventre; fraqueza; anemia; higiene íntima das senhoras; sífilis hereditária; malária; parasitas intestinais; defluxo; diarreia; debilidade muscular; reumatismo; machucados;	Ovariuteran, Figacol, Enterobil, Phylax, Tônico Infantil, Calciovitamina, Lactargyl, Trepargyl, Pímulas Sanguíneas Raul Leite, Lactovermil, Maleizin, Rinovix, Tanoleite,

¹⁹ Este almanaque de farmácia em 1935 e 1939 era apresentado como *Almanaque do Biotônico*. O exemplar de 1942 vem intitulado como *Almanaque Biotônico Fontoura*.

²⁰ Diferente dos almanaques de farmácia tratados até aqui, as publicações *Almanach Scott* possuem em seu interior apenas propagandas do medicamento que dá o nome à publicação, o tônico e fortificante *Emulsão de Scott*.

(conclusão)

	contusões; bronquite; inflamação na garganta; tosse; amarelão; gripe; resfriado; dores no corpo; nevralgias; ácido úrico; prisão de ventre e arteriosclerose.	Lactase, Guaranil, Purgoleite, Calmovix, Hustenil, Opilina, Guaraina, Agripan, Dissuran, Enterobil, Iodalb, Leite de Magnésia Raul Leite, Dermobis e Otite.
ELIXIR DE INHAME	Sífilis; amarelão; anemia; estômago; intestino; azia e cansaço.	Elixir de Inhame, Radiovita, Ferrovigon, Minorobil e Peptol.
SATOSIN	Ovário; útero; bronquite; asma; espirro; defluxo; cólicas; debilidade nervosa; prisão de ventre; azia; dor de cabeça; feridas; queimaduras; úlceras; contusões e malária.	Menstrol, Satosin, Vitophós, Kreptal, Breosan e Anti-Palúdico Mauro.
PARIQUYNA	Fígado; cálculos; congestão; dispepsia; hemorróida; hepatite; icterícia; nefrites; amarelão; malária; cravos; sardas; espinhas e manchas na pele.	Pariquyna e Água de Junquilha.
AGRÍCOLA ELIXIR BRASIL	Sífilis; azia; flatulência; indigestão; aparelho digestivo; fígado; gripe; resfriado; tosse e bronquite.	Elixir Brasil, Papéis Bankets, Pímulas Aloicas, Xarope de Caraguatá e Bromoformio Ferraz.

Fonte: A autora.

Relevante considerar outra característica muito presente nas propagandas desses almanaques de farmácia são as referências, quase que unânimes, da posologia a ser administrada ao paciente. Essa posologia exercia a função de bula e estimulava o auto-consumo dos medicamentos. Segundo Renata Sigolo (1998), a partir do momento que esses produtos passaram a ser industrializados, eles obtêm liberdade de ação e circulação principalmente por trazer as indicações e a posologia presente no rótulo, esse uma espécie de bula. Esse conteúdo presente nas bulas, segundo a autora, era utilizada pelo público leigo, bem como pelos médicos para indicar o modo de utilização de determinado medicamento. Dessa forma, “as *bullas* [...] se transformariam [...] numa forma de socialização do discurso terapêutico, retirando parte do poder simbólico das mãos do médico ao transferi-lo para o próprio medicamento.” (SIGOLO, 1998, p.129). Nesse sentido, as propagandas assumem a intenção de seduzir o leitor/paciente, onde além do conteúdo nelas presente, a bula

e a embalagem do medicamento são elementos que estimulam a automedicação, revelando assim, a vitrine das doenças e da cura.

2.5 ALÉM DO CONVENCIONAL: OS DEPOIMENTOS COMO ESTRATÉGIA

Uma forma muito comum nos almanaques de farmácia de promover seus medicamentos, além das formas convencionais de publicidade, era a partir dos depoimentos, os quais representavam a participação direta dos consumidores, os coautores dos almanaques. O conteúdo desses depoimentos, geralmente narrava de forma prolixa, os caminhos percorridos com a companhia da doença, até encontrar o ‘bálsamo milagroso’ fazendo reverências e enaltecendo determinado medicamento. Geralmente os depoimentos ressaltavam tais características referentes aos principais medicamentos divulgados pelos laboratórios.

Muitos almanaques solicitavam aos leitores/pacientes que enviassem seus depoimentos, como mostra o *Almanak Silveira* de 1941, onde todas as pessoas que obtiveram

[...] bons resultados com os afamados produtos “*ELIXIR DE NOGUEIRA*” e “*VINHO CREOSOTADO*”, nos enviarem os seus atestados com as firmas reconhecidas. É-nos, outrossim, de grande utilidade, a remessa do retrato da pessoa curada. Assim procedemos, pelo motivo de termos recebido ultimamente muitas cartas atestado sem a firma reconhecida, o que nos impossibilita de dá-los à publicidade. Antecipadamente agradecemos. SILVEIRA FILHOS & CIA. CAIXA POSTAL, 148 – RIO.

NOTA: - Todas as despesas , como sejam: retratos e reconhecimento de firmas, correm por nossa conta. (ALMANAK SILVEIRA, 1941, p.16).

Essa aceitação por parte da população e possíveis pacientes, é visível por exemplo, nos depoimentos do *Almanak Xarope São João* de 1936 (figura 7), onde uma paciente que sofria muito de bronquite asmática afirmava ter tentado tratamento com vários medicamentos e aconselhada a usar o *Xarope São João*, sentiu efeito positivo logo após as primeiras doses. Assim, “[...] depois de ter usado 2 vidros, acho-me quase restabelecida com esperança de curar-me realmente devido às vantagens já obtidas em minha saúde, com tão poucos vidros.” (ALMANAK XAROPE SÃO JOÃO, 1936, p, 13) e ainda conclui revelando que continuará utilizando o medicamento e autoriza a utilização desse depoimento como convir.

BRONCHITE ASTHMATICA

Soffrendo horivelmente de uma bronchite asthmatica ha 14 mezes e depois de ter gasto muito com diversos medicamentos improficuamente, fui aconselhado a usar o Xarope São João cujo maravilhoso effeito manifestou-se logo nas primeiras dósés. Agora, depois de ter usado 2 vidros, acho-me quasi restabelecida com esperança de curar-me realmente devido ás vantagens já obtidas em minha saúde, com tão poucos vidros.

Nessa persuasão, continuo a usar tão prodigioso medicamento, o que faço espontaneamente autorizando-lhes a fazerem deste o uso que lhes convier.

(a) Dolores da Silva Ayres (Catalão — Goyaz).

Tas. Mario Theodoro Costa, Sandoval Gonçalves Prudente.

(Proprietario).

Em testemunho da verdade. Getulio Vaz (1.º Tabellião).

Figura 7 - Almanak Xarope São João, 1936, p. 13.

O *Almanak Cabeça do Leão do Dr. Ayer* de 1938 (figura 8) disponibiliza de pequenos depoimentos nos cantos das páginas. Relevando o valor curativo dos medicamentos e com o título 'Achou o remédio que curou', um paciente revela que sentindo fraqueza geral, foi a partir da leitura do *Almanak Cabeça do Leão do Dr. Ayer*, começou "[...] a tomar a magnífica SALSAPARRILHA DO DR. AYER, e estou me achando com outra fisionomia." (ALMANAK CABEÇA DO LEÃO DO DR. AYER, 1938, p. 14).

ACHOU O REMEDIO QUE CUROU...

Venho muito respeitosamente declarar que, me achando com uma fraqueza geral, veio a occasião de ler com muita attenção o seu interessante Almanak Cabeça de Leão, então comecei a tomar a magnifica SALSAPARRILHA DO DR. AYER, e estou me achando com outra physionomia.

Benedicto Pires de Oliveira — Luiz Gama-S. Paulo.

Figura 8 - Almanak Cabeça do Leão do Dr. Ayer, 1938, p.14.

O almanaque de farmácia *Satosin* de 1939 (figura 9) traz em seus depoimentos esse mesmo valor de cura a partir da utilização de determinado

medicamento. Percebemos no depoimento intitulado ‘Nem parece a mesma’ que a partir da utilização do *Satosin* por um leitor, ele acabou por indicar tal medicamento para o pai de uma criança que sofria de bronquite crônica, e o autor do depoimento, após ter comprovado por ele a eficácia do medicamento, ensinou “[...] o *Satosin* para ele dar ao filho e ele fez a experiência, com dois vidros a criança nem parece a mesma, assim é que ficou muito contente com a minha informação.” (SATOSIN, 1939, s.p.).

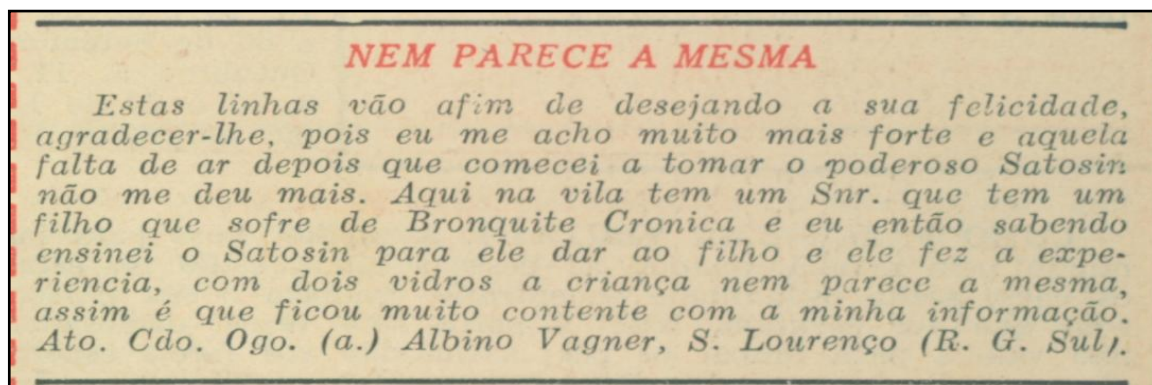


Figura 9 - Satosin, 1939, s.p.

É possível perceber em outro depoimento (figura 10), a característica superlativa no que diz respeito às informações expostas, onde seu título ‘Arrastando para a sepultura’ gera impacto. Nele o leitor relata o terrível histórico que arrastou sua esposa para a sepultura, pois sofria de asma há sete anos, a qual fora desenganada pelos médicos de Ribeirão Preto e Franca. Neste sentido, esse depoimento revela que tal estratégia, de mencionar o descrédito na medicina, “[...] buscava angariar a empatia do leitor, ou por vivenciar os mesmos sintomas ou por conhecer alguém que padeça do mesmo mal.” (MAGALHÃES; GOMES; COSTA, s.d., p. 02). Depois do contato com o elixir “agora dorme muito bem e já tem abusado, tomando chuva mas não tem voltado o mal, ficou curada com 5 vidros de Satosin.” (SATOSIN, 1939,s.p.).

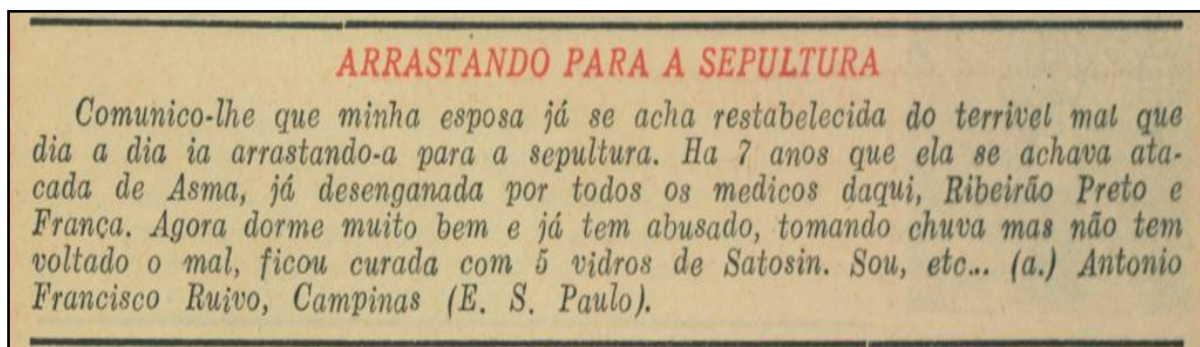


Figura 10 - Satosin, 1939, s.p.

O almanaque de farmácia *Elixir de Inhame* trazia em seus depoimentos relatos dos pacientes que sofriam com a sífilis e seus efeitos. No depoimento intitulado ‘Desiludido já’ (figura 11), o depoente afirmava ter decidido mais uma vez insistir na sua cura, utilizando dessa vez, o Elixir de Inhame, mas sem esperanças.

No entanto “[...] tomando-o seguidamente, curou-se com 3 vidros, logrando um aumento de 2 quilos no seu peso. Atestando isso, em 24-10-1936, declara estar concorrendo para ‘a felicidade geral e para um mais justo conhecimento, no país, de um preparado que por todos os títulos eleva e honra o nome da ciência brasileira’ [...]”. (ALMANACK ELIXIR DE INHAME, 1938, p. 23). Interessante observar que nesse depoimento, há a presença na imagem do documento apresentado como registro em cartório a fim de dar um sentido de veracidade dos depoimentos.

De acordo com Magalhães; Gomes e Costa (s.d.) os depoimentos seguiam geralmente uma regra de estrutura, onde comumente era apresentada determinada situação de desespero e desânimo decorrente da enfermidade. Um segundo aspecto comum era a interferência do ‘bálsamo curador’ indicado por amigos, como o caso citado anteriormente, médico e/ou farmacêuticos. Dessa forma, um mesmo texto reúne diversos interesses como “[...] a propaganda do laboratório; promoção da farmácia; possibilidade de saída do anonimato, mediante a publicação de depoimento [...]” (MAGALHÃES; GOMES; COSTA, s.d., p. 03).

Corroborando tal afirmação, nos depoimentos *dos Almanak Silveira* de 1935 e 1941 é possível verificar tais características. Nessas publicações é possível notar uma readequação dos depoimentos, com intenção de padronizá-los de acordo com as normas do mundo dos letrados. A indicação de um amigo retorna e o papel do médico confirma o que fora dito pelo depoente.

O depoimento intitulado ‘Importante cura com 3 vidros apenas’ (figura 12) nos informa que o paciente ficou paralisado por dois meses devido a ação do reumatismo proveniente da sífilis. Toda a população da vila de Cerrito já sabia que o paciente tinha testado vários depurativos e outros preparados que se diziam infalíveis nesses casos, não obtendo sucesso com nenhum. Então,

[...] resolveu, a conselho de vários amigos, fazer uso do maravilhoso e popular “ELIXIR DE NOGUEIRA”, do farm. e quím. João da Silva Silveira, e, com 3 vidros apenas, FICOU radicalmente curado, tanto que continua a exercer sua antiga profissão de lavrador.

PELOTAS (R. G. do Sul), 22 de Dezembro de 1933 – (Ass.) LUIZ BARBOSA OLIVEIRA. (Atestado resumo confirmado por médico (Firmas reconhecidas). (ALMANAK SILVEIRA, 1935, p. 04, grifo nosso).



Desilludido já,

o Sr. João de Deus Costa, de Natal, no Rio G. do Norte, deliberou ainda uma vez tentar sua cura, tomando, agora, o **ELIXIR DE INHAME**, sem melhores esperanças, no entanto.

Mas, tomando-o seguidamente, curou-se com 3 vidros, logrando um augmento de 2 kilos no seu peso.

Atestando isso, em 24-10-1936, declara estar concorrendo para «a felicidade geral e para um mais justo conhecimento, no paiz, de um preparado que por todos os títulos eleva e honra o nome da ciencia brasileira».

Elixir de Inhame
depurativo tonico saboroso

Figura 11 - Almanack Elixir de Inhame, 1938, p. 23.

Nesse mesmo almanaque de farmácia, porém no ano de 1941, o Dr. Nilo Taboza Freire, de Quixadá – Ceará, afirma *in fide gradus* (figura 13) que tem feito uso do *Elixir Nogueira* em sua clínica “[...] com excelentes resultados em todas as afecções de fundo luético.” (ALMANAK SILVEIRA, 1941, p. 15).

**IMPORTANTE CURA COM
3 VIDROS APENAS!!**

“... tendo ficado entrevado por espaço de 2 mezes, proveniente d’um RHEUMATISMO SYPHILITICO, como é sabido e notorio por toda a População da villa do Cerrito, aonde é muito relacionado, recorreu e tomou diversos depurativos e outras preparações anunciadas como infalliveis para a cura de tão terrivel mal, sem obter o menor resultado. Resolveu, a conselho de varios amigos, fazer uso do maravilhoso e popular “ELIXIR DE NOGUEIRA”, do Ph. e Ch. João da Silveira, e, com 3 vidros apenas, FICOU radicalmente curado, tanto que continúa a exercer a sua antiga profissão de lavrador.

PELOTAS (R. G. do Su’), 22 de Dezembro de 1933. — (Ass.) LUIZ BARBOSA OLIVEIRA. (Attestado resumo confirmado por medico (Firmas reconhecidas).



Figura 12 - Almanak Silveira, 1935, p.04.

AFIRMO “IN FIDE GRADUS”

Atesto que tenho feito uso em minha clinica do ELIXIR DE NOGUEIRA, com excelentes resultados em todas as afecções de fundo luético.

O referido é verdade e afirmo in fide gradus.

Quixadá (Ceará).

(Ass.) Dr. Nilo Taboza Freire.
(Firma reconhecida)



Figura 13 - Almanak Silveira, 1941, p.15.

Outro médico afirma em seu depoimento que não tem conhecimento de outro medicamento superior ao *Vinho Creosotado* (figura 14) no “[...] tratamento das moléstias das vias respiratórias, inclusive tuberculose pulmonar até seu segundo período [...]” (ALMANAK SILVEIRA, 1941, p. 09). Esse recurso, de expor os depoimentos dos médicos tinha intenção de reforçar o caráter científico, tanto do medicamento, como do almanaque de farmácia e testemunho.

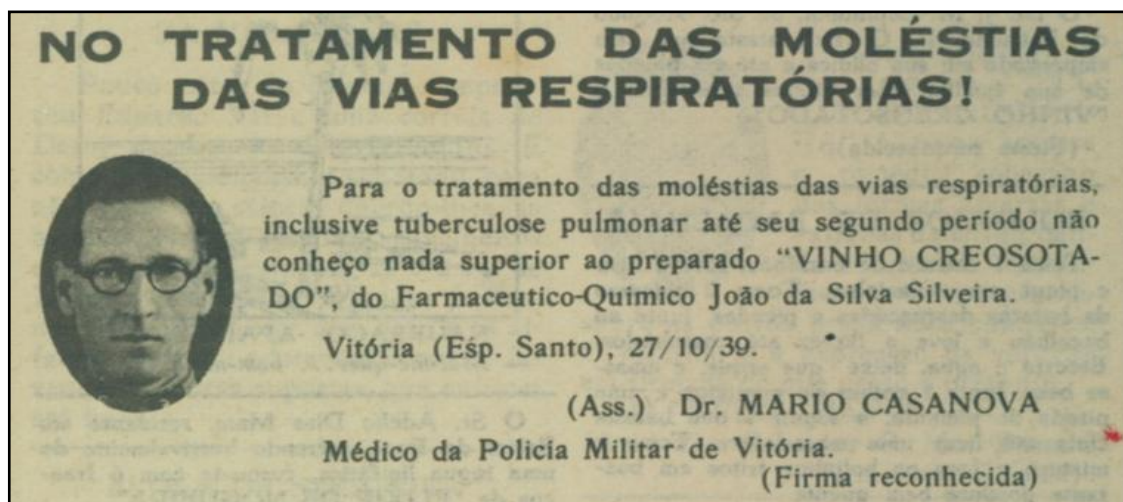


Figura 14 - Almanak Silveira, 1941, p. 09.

Porém, de todas as publicações citadas utilizavam a estratégia do depoimento como elemento de persuasão, o mais característico, sem dúvida, foi o *Almanach Capivarol*. Com textos exageradamente dramáticos, os depoimentos desse almanaque de farmácia geralmente contavam com inúmeras imagens dos pacientes numa espécie de antes e depois, ou como menciona Casa Nova (1996), o *exemplum in contrarium*, onde aquele, de forma persuasiva visual, idealiza o “eu” por analogia.

Sempre trazendo o reconhecimento de firma perante o cartório, com sentido de comprovar a autenticidade dos relatos, os depoimentos vão revelando os possíveis “milagres” pelos os quais medicamentos seriam responsáveis. O almanaque de farmácia *Capivarol* de 1934 traz o depoimento intitulado ‘Será milagre’ (figura 15) de uma senhora, a qual sofreu por dois anos de um enfraquecimento pulmonar, recorrendo à muitos preparados, mas sem resultado. A depoente relata ainda, que após preces feitas à Santa Terezinha para indicar qual medicamento eficaz deveria usar, sonhou com um vidro, onde era possível ler em seu rótulo *Capivarol*. Seguiu a indicação do sonho e agora se sente forte e disposta, sempre recomendando “[...] esse excelente preparado a todas as pessoas de minha

amizade. Como reconhecimento e gratidão, ofereço-lhe a minha fotografia e este atestado, autorizando-lhe a fazer o uso que lhe parecer.” (ALMANACH CAPIVAROL, 1934, p. 33).

Em 1930 esse mesmo almanaque traz dois depoimentos (figura 16) que ocupam duas páginas da publicação. Do lado esquerdo, intitulado ‘De 37 a 64 quilos!...’, esse depoimento revela a gratidão da paciente ao *Capivarol*, e como forma de agradecimento, envia seu relato, no qual dizia que sofria de fraqueza geral, profunda anemia e outras enfermidades há cinco anos, chegando a ser considerada com tuberculose. Como prova sua foto com trinta e sete quilos, porém,

depois de ter recorrido a diversos médicos, sem que obtivesse resultado, consultei ao abalizado clínico desta cidade, Dr. José Augusto de Rezende, nome assaz conhecido, tanto em Minas como nos demais Estados, o qual me receitou o vosso preparado ‘*Capivarol*’. Com a ajuda de Deus, foi-me restituída a saúde e peso, atualmente, 64 quilos. Em reconhecimento e como prova do que afirmo, ofereço-vos esta outra fotografia, de que poderei fazer o uso que vos convier. (ALMANACH CAPIVAROL, 1930, p.16).

Logo abaixo do depoimento, o Dr. José Augusto de Rezende ratifica o depoimento da paciente, dizendo que tem aplicado com bons resultados, nos casos específicos, o medicamento *Capivarol*.

Na página seguinte, intitulado ‘16 quilos em 5 meses!...’ o depoente relata que como forma de gratidão pela cura alcançada, elaborou tal depoimento. Sofrendo também de fraqueza profunda, dor nas costas, no peito, com toses, pele áspera há treze anos, tomou muitos preparados e injeções receitados por médicos, mas não obteve resultado. Revela que a pouco tempo começou a tomar o *Capivarol*, seguindo o conselho da esposa, e “hoje dou graças a Deus e ao *Capivarol*, pois sinto-me completamente curado e forte, tendo engordado 16 quilos, em 5 meses, com 4 ½ vidros.” (ALMANACH CAPIVAROL, 1930, p. 17).

Esses depoimentos, seja em forma de carta ou bilhetes enviados aos laboratórios, concentravam alto teor de persuasão e eram estratégias amplamente utilizadas pelos laboratórios para aproximar os leitores, doentes ou não (MAGALHÃES; GOMES; COSTA), das quase tragédias e experiências de sofrimento com as doenças até encontrar o caminho da cura, muitas vezes considerado quase que um milagre, demonstrando um modelo de vitalidade a ser alcançado, sempre utilizando o medicamento mais popular do almanaque de farmácia.



Será milagre



ANTES

E' que com extraordinário prazer de V. Sa. levo ao conhecimento de 2 anos, que me achava, ha cerca de 2 anos, ameaçada de um enfraquecimento, por diversas preparações, tendo a muitos abatido o pulmão, recorrido a muitos ali- inutivelmente, recorrido a muitos ali- rados. O mal augmentava, poder me ali- me a ponto de nem sequer depois de mentar. Em uma noite, porém, depois de umas preces em que indicar um remedio rezinha para me com um vidro, — e não salutar, sonhei com um CAPIVAROL prompto e rotulo se lia: obtendo demorei em restabelecimento. Hoje me sinto forte, disposta e re-

DEPOIS

commendo sempre esse excellente pre- amizade. Como reconhecimento e gratidão, este attestado, a minha photographia e o uso que lhe parecer.

De Sua Crda. Agra.

Maria de Lourdes Aragão

Rua Senador Catunda, s/n.

IPU — Ceará, 6-4-1932.

Testemunhas:

Como esposo, Francisco Marques

José Ulysses Miranda.

(Firmas reconhecidas)

TOME CAPIVAROL

Figura 15 - Almanach Capivarol, 1934, p. 33.

De 37 a 64 Kilos!...




ANTES

Pensando ser de meu dever dar-vos conhecimento dos maravilhosos resultados que obtive com o vosso magnífico preparado 'Capivarol', é que vos ensino esta. Há 5 annos que vinha soffrendo de fraqueza geral, profunda anemia e outros padecimentos, tendo chegado ao extremo de me julgarem tuberculosa, como prova a photographia dessa época, em que pesava apenas 37 kilos.

Depois de ter recorrido a diversos médicos, sem que obtivesse resultado, consultei ao abalizado clinico desta cidade, Dr. José Augusto de Rezende, nome assaz conhecido, tanto em Minas como nos demais Estados, o qual me recitou o vosso preparado 'Capivarol'.

Com a ajuda de Deus, foi-me restituída a saúde e peso, actualmente, 64 kilos. Em reconhecimento e como prova do que affirmo, offereço-vos esta outra photographia, de que podereis fazer o uso que vos couber.

(Ass.) Anna Maria Fernandes
(Firma reconhecida)

Uberlândia, 13 de Janeiro de 1929
E. de Minas

DEPOIS

Hoje dou graças a Deus e ao Capivarol, pois sinto-me completamente curado e forte, tendo engordado 16 kilos, em 5 mezes, com 4 1/2 vidros.

Em homenagem ao Capivarol, offereço-lhe minhas photographias, antes e depois de usalo-o, autorizando-lhe a fazer dellas e delle, o uso que lhe couber.

Com toda consideração e estima, firmo-me,
Certo. Alto.

(Ass.) Antonio Ferreira de Rezende
(Ex-funcionario da E. F. Oeste de Minas, actualmente residente em JUIZ DE FORA—Minas)
Em 28-2-1929

16 kilos em 5 mezes!...




ANTES

É com immensa gratidão que venho, por esta, agradecer-lhe a milagrosa cura que obtive com o CAPIVAROL.

Soffrendo ha mais de 13 annos, de uma fraqueza profunda, muita dor nas costas e peito, com alguma tosse, com a pelle completamente aspera, tomei muitos fortificantes, injeções etc., recitados por eminentes facultativos, sem encontrar, entretanto, alivio para os meus padecimentos.

Em Outubro do anno findo, comeci a fazer uso do Capivarol, a conselho de minha esposa e pesava, então, 64 kilos.

Hoje dou graças a Deus e ao Capivarol, pois sinto-me completamente curado e forte, tendo engordado 16 kilos, em 5 mezes, com 4 1/2 vidros.

Em homenagem ao Capivarol, offereço-lhe minhas photographias, antes e depois de usalo-o, autorizando-lhe a fazer dellas e delle, o uso que lhe couber.

Com toda consideração e estima, firmo-me,
Certo. Alto.

(Ass.) Antonio Ferreira de Rezende
(Ex-funcionario da E. F. Oeste de Minas, actualmente residente em JUIZ DE FORA—Minas)
Em 28-2-1929

DEPOIS

**Pesem-se antes e um mez após seu uso
Abre o appetite e facilita a digestão**



Faz engordar muitos kilos em pouco tempo
É o mais energico e o mais rapido de todos os reconstituintes

Aprovado e licenciado pelo Departamento Nacional de Saude Publica, sob o n. 89. Em 10 de Novembro de 1910

Figura 16 - Almanach Capivarol, 1930, p. 16-17.

2.6 NA MULHER A BELEZA, NO HOMEM O VIGOR: A CRIAÇÃO DAS PROPAGANDAS

Estas publicações contavam com vários nomes da literatura nacional e desenhistas, os quais eram responsáveis pela composição e ilustrações de vários materiais, entre elas as propagandas. Segundo Brunelli (2007), as propagandas do início do século XX se assemelhavam muito com os anúncios do final do século XIX, mesmo com relativas modificações, “[...] seja no aumento de seu tamanho, nas vinhetas e ilustrações que receberam [...], seja no uso frequente dos versos rimados e elaborados, muitos deles, pelos poetas humoristas da *Belle Époque* carioca.” (BRUNELLI, 2007, p.21). A autora afirma que tais profissionais, além de afiançar a qualidade dos produtos expostos, foram responsáveis por popularizar muitas propagandas, principalmente pelo tom descontraído das mensagens, conseguindo atingir uma população majoritariamente analfabeta, através da repetição como ferramenta de memorização das propagandas e consequentemente, dos produtos.

Exemplo disso, além da repetição das mensagens, palavras ou qualidades dos produtos nas peças publicitárias, os laboratórios de medicamentos nacionais utilizavam a estratégia da reutilização das peças publicitárias, em alguns casos, apenas com pequenas variações, por exemplo, nas imagens e ou na sua distribuição, com sentido de “[...] reafirmar a qualidade de seus produtos que há anos se mantêm no mercado e também para não deixá-los caírem no esquecimento visto a concorrência com as empresas multinacionais.” (BRUNELLI, 2007, p. 20). Podemos visualizar tal situação na publicidade do medicamento *Biotônico Fontoura* presente no *Almanaque do Biotônico* de 1939 (figura 17), onde ela se repete no mesmo almanaque do ano de 1942 (Anexo A). E o mesmo de ocorre com a publicidade do medicamento *Fontol*, presente nestas mesmas páginas.

Esses anúncios, como vários outros, correspondem com a assertiva de Brunelli (2007) a qual afirma que as propagandas das primeiras décadas do século XX contavam com maior presença de imagens, ocupando várias vezes, uma ou duas páginas inteiras, com duas cores e como nos exemplos acima, com textos longos.

LEIAM OS SENHORES

**NA MULHER A BELLEZA,
NO HOMEM O VIGOR**

LEIAM AS SENHORAS

Todo homem deseja e tem obrigação de ser forte. A beleza do homem consiste no seu vigor physico, na boa proporção dos seus ossos e dos seus musculos e na perfeita regularidade de todas as funcções do seu organismo. A vida agitada e intensa que o homem leva em nossos dias exige um dispendio de energias e de esforço que muitas vezes se reflecte no organismo em geral e no systema nervoso, determinando certo exgotamento, que é o principio da decadencia do homem, se elle não acudir a tempo para refazer os gastos do seu organismo. Com esse fim, deve elle buscar um preparado que lhe desperte, estimule e normalise as funcções da vida, fortifique o seu sangue, os seus nervos, os seus musculos, regularizando o funcionamento de todos os orgãos do seu corpo. Esse preparado ideal, no qual se acham reunidos todos os elementos necessarios á restauração das forças, da energia vital, da saúde, emfim, que é a mais preciosa das riquezas, é o **BIOTONICO FONTOURA** apontado pelos medicos como o mais completo fortificante.

O verdadeiro fim e a maior gloria da mulher é ser bella. A beleza é pois um thesouro que a mulher legitimamente procura guardar com o maior zelo e cons-tancia. Mas a belleza repousa em primeiro lugar, sobre a saúde. Num corpo debil ou minado pela doença não é possível conservar a belleza. Por isso toda mulher deve preoccupar-se sobretudo com a conservação da sua saúde, alicerce permanente da sua belleza. Deve precaver-se contra o ataque das molestias e contra a fraqueza, que é a porta por onde de preferencia ellas ingressam no organismo. Para tal fim, deve usar periodicamente um fortificante que lhe purifique e enriqueça o sangue de globulos vermelhos, lhetonifique o systema nervoso, e regularise todas as funcções do seu organismo, afim de obter o perfeito estado de saúde que se reflecte nas bellas cores das faces e na boa disposição para a vida e para o convívio social. Esse elemento, necessario para a conservação da saúde e, portanto, da belleza, é o **BIOTONICO FONTOURA** que todos os medicos recomendam como o mais poderoso fortificante.




PARA MATAR DORES DE CABEÇA, DORES PELO CORPO, NEURALGIAS, DEFLEXOS OU RESFRIADOS com a rapidez do raio, tome um comprimido de FONTOL! Não ataca o coração nem qualquer outro órgão.

Use FONTOL, o analgesico receitado pelos medicos. FONTOL, cuja formula é rigorosamente scientifica, dá allivio immediato a nevrites, sciaticas, rheumatismo e COLICAS MENSTRUAES.





Em tubos e em envelopes de 2 comprimidos



Figura 17 – Almanaque do Biotônico, 1939, p. 16 – 17.

2.6.1 Autores dos traços: desenhistas e caricaturistas nas propagandas

A criação desses anúncios contava muitas vezes com artistas de destaque nas propagandas. Logo, pudemos detectar nos almanaques de farmácia a presença de vários artistas, sejam eles desenhistas ou caricaturistas como: Luiz Sá, no *Almanak Cabeça do Leão do Dr. Ayer* de 1934; Jurandir Ubirajara Campos, o J. U. Campos com desenhos presente no *Almanak Xarope São João*, na edição de 1936 e em todas as edições consultadas dos *Almanaques do Biotônico* de 1935 e 1939 e *Almanaque Biotônico Fontoura* de 1942. Porém, o almanaque de farmácia que teve um número mais significativo de artistas nas criações dos desenhos, é o *Almanaque d'A Saúde da Mulher*²¹ que contou com a participação de Kohout, Geza Von Puttkamer (ou Barão Puttkamer), Erico, Calixto, Vasco Lima e Raul Pederneiras, cujos traços transmitiam ao leitor os dramas das enfermidades e o sucesso ao utilizar os medicamentos anunciados.

2.6.2 Literatos e parcerias na arte de criar

Nesse contexto, pertinente salientar que se construíram parcerias no caso das criações das peças publicitárias. Brunelli (2007) considera que apesar da concorrência existente entre os literatos, nas primeiras décadas do século XX, muitos intelectuais preferiam as funções nas criações de propagandas já que seu ganho nesse espaço eram maiores do que os pagos na imprensa. Ainda segundo a autora, além desse interesse financeiro, muitos literatos assumiram o papel de criadores de anúncios, como por exemplo, Bastos Tigre que chegou a abrir sua própria agência, “[...] Publicidade Bastos Tigre [...]” (BRUNELLI, 2007, p. 34).

Dessa forma, muitas relações de amizade foram construídas, tendo na publicidade, seu elo, as quais “[...] fundamentam a sociabilidade e a identidade do grupo de literatos e que são determinantes para a eleição dos seus pares e expansão dos contatos profissionais.” (BRUNELLI, 2007, p. 34). Exemplo disso era a rede de amizade dos próprios donos de laboratórios, como por exemplo, o poeta Felipe de Oliveira, este por sua vez, sobrinho do proprietário do laboratório farmacêutico Daudt & Lagunilla e amigo de Olavo Bilac, o qual cedeu sua imagem à

²¹ Neste caso, não é possível assinalar quais as edições precisamente contaram com as participações dos citados artistas, pois muito desses desenhos não é possível visualizar as assinaturas.

publicidade do xarope *Bromil*. A autora nos informa que além de Olavo Bilac, outros poetas criaram os anúncios do citado laboratório, como Basílio Viana, Emílio de Menezes, Bastos Tigre, Hermes Fontes, Álvaro Moreyra e o já citado Felipe de Oliveira. Em demais casos, escritores como Casimiro de Abreu, Guimarães Passos, Lopes Trovão, Orígenes Lessa, Guilherme de Almeida, Menotti Del Picchia, Afonso Schmidt, Ribeiro Couto e Manuel Bandeira (BRUNELLI, 2007) eram nomes recorrentes na produção de anúncios.

2.7 NACIONAIS E ESTRANGEIROS: DIFERENÇAS ENTRE OS ALMANAQUES DE FARMÁCIA

Entre o universo dos almanaques de farmácia exposto até agora, podemos elencar algumas diferenças as quais caracterizavam as publicações nacionais dos incorporados ou enviados do exterior. Uma característica que diferenciava os almanaques de farmácia nacionais dos estrangeiros era a página módulo, onde nesses traziam informações sobre calendário, eclipses, dias santos, fases da lua, festas móveis e início e término das estações do ano, exemplificado no *Almanak do Dr. Richards* de 1909 (figura 18).

Outra característica muito marcante nesses almanaques estrangeiros era o endereço de correspondência no qual o editorial do almanaque era produzido bem como os medicamentos, geralmente com endereço para correspondência norte-americano (figura 19).

Outros ainda traziam o resultado dos vencedores dos seus concursos (figura 20), destacando a cidade, estado e país de origem, o que demonstra de certa forma, que determinado almanaque de farmácia não era exclusividade do público brasileiro, já que muito leitores e leitoras participavam ativamente de tais concursos, seja carta enigmática, competição de frases, poemas etc.

CALCULOS ASTRONOMICOS PARA OS

E. U. DO BRAZIL

PARA O ANNO DE

1909

Expressamente designados para o Almanack do DR. RICHARDS, por B. H. Wright:

ECLIPSES EM 1909.

Haverá este anno quatro Eclipses: dois do Sol e dois da Lua.

I.—Eclipse total da Lua, Junho 3-4, visível como adiante segue. Vide Fig. 1, Eclipse I. O primeiro contacto terá lugar em A o medio em C e o final em B, como a Lua passa de oeste para leste em rumo da sombra da Terra.

TEMPO-MEDIO local, em:	PARCIAL começa:	TOTAL começa:	MEDIO às:	TOTAL finaliza:	PARCIAL finaliza:
Pará.....	8.28'T	9.43'T	10.14'T	10.45'T	11.59'T
São Paulo.....	8.44'T	9.59'T	10.30'T	11.01'T	0.15'M
Maranhão.....	8.46'T	10.01'T	10.32'T	11.03'T	0.17'M
Rio-Janeiro.....	8.56'T	10.05'T	10.36'T	11.07'T	0.21'M
Bahia.....	9.14'T	10.29'T	11.00'T	11.31'T	0.45'M
Pernambuco.....	9.29'T	10.44'T	11.15'T	11.46'T	1.00'M

II.—Eclipse Central do Sol, em Junho 17; invisível na America do Sul.

III.—Eclipse Total da Lua, começará na manhã de 27 de Novembro e visível como segue-se:

TEMPO MEDIO local em:	PARCIAL começa:	TOTAL começa:	MEDIO às:
Pará.....	3.56'M	4.59'M	A Lua
São Paulo.....	4.12'M	A Lua	encobre
Maranhão.....	4.14'M	encobre	o Eclipse
Rio Janeiro.....	4.18'M	parcial-	em sua
Bahia.....	4.42'M	mente o	totalida-
Pernambuco.....	4.57'M	Eclipse	de.

Vide a parte baixa da Fig. 1 a qual mostra o curso da Lua em rumo da sombra da Terra em direcção de oeste para leste. No Brazil a Lua encobre-se ao passo que apparece na sombra da Terra proximo ao ponto C, ou no meio do Eclipse.

IV.—Eclipse Parcial do Sol, em Dezembro 12; invisível.

Atenção.—Alguem que desejar observar este transitio deverá uzar de um vidro qualquer enfumacado ou de côr; de otro modo injuriará ás vistas.

MARTE em seu maior esplendor.—Em Setembro 18; e por um consideravel tempo antes e depois d'esta data, Marte estará mais proximo da Terra mais do que esteve ha 15 annos passados, cuja igual approximação será dentro dos 15 annos vindouros. Este rarissimo acontecimento, despertará grandemente aos telescopios do mundo que estam virados á sua direcção. Photographias telescopicas serão tomadas e comparadas com áquellas tomadas ha 15 annos passados, com a esperanza de se descobrir qual a mudança realizada em sua superficie n'este intervallo. Provavelmente os Marcianos (habitantes de Marte) talvez attentem fazer-nos algum signal por essa occasião. A razão d esta grande approximação é apparente na annexa figura, donde A é a locação de Marte (periellio) Agosto 13, e C a locação da Terra (aphelio) Julho 3. Em qualquer parte entre estes pontos, necessariamente haverá um lugar aonde estes corpos approximam-se mais intimamente. Em Setembro 18 será quando este acontecimento se occorrerá; e então Marte estará á 30,000,000 de milhas de nos, o que segundo as condições são reservadas. Os resultados completos das observações sobre Marte, no anno de 1907, estudadas, foram ainda não conhecidos; excepto a confirmação da creança de que os canaes lá existentes, são obras humanas e para o fim de irrigações.

1909 — GRANDE COMETA — 1910.

O Cometa de Halley, ou vulgarmente conhecido por **ESTRELLA DE BETHLEHEM**, nos visitará novamente este anno. Será visível a olhos nús, em Outubro em cerca de meio caminho entre as Pleiades e Hyades, á oeste, e Castor e Polux em Geminis á leste ou cerca de 7° á direita ou oeste da brilhante Estrella Alhena em Geminis. (Vid. Carta Astronomica.) O seu

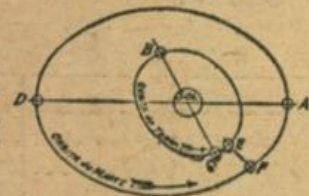
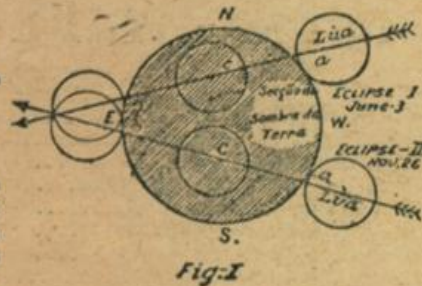


Figura 18 — Almanak do Dr. Richards, 1909, p.01.



COLLABORAÇÃO

Convidamos cordealmente os nossos leitores a que nos remetam artigos de leitura que julguem augmentar o interesse do nosso almanak, pois algumas vezes temos espaço para inseril-os. Estes artigos devem ser: Poesias, charadas, contos, adivinhas, enigmas, problemas, ditos de espirito, etc., e não é necessario que sejam ineditos, porém agradeceremos o enviarem-nos os nomes dos authores respectivos, sempre que seja possivel.

Premios em troca de marcas de fabrica.

Todos os especificos de Barclay & Co., de New York, a saber: Sabonete de Reuter, Tricófero de Barry, Pequenas Pilulas de Reuter, Xarope de Reuter, Allivia-Dôr de Barry e Creme de Perolas de Barry levam do lado de fora do pacote uma etiqueta de papel côr de rosa com a firma de Barclay & Co., etiqueta que é a nossa marca de fabrica, ou o que é o mesmo, a garantia de que o artigo é legitimo. Eis aqui um fac-simile da dita marca de fabrica:



Note-se particularmente a firma de Barclay & Co.

Estas marcas de fabrica devem ser guardadas, pois teem um valor real, conforme explicamos a seguir:

Por cada marca de fabrica que nos enviem remetteremos um formoso quadro lithographado em côres, ou um exemplar do nosso afamado livro de receitas de cosinha, em que se encontram as de fazer: Sopas, pratos de peixe, de carne, de legumes, saladas, mólhos, pastelaria, sobremesas, gelados, tortas, biscoitos, doces de varias classes, sandwiches, conservas, bebidas, etc., assim como tambem regras de etiqueta, convites, serviço de vinhos, informações de interesse para as donas de casa, pesos, medidas, etc.

Por cada duas marcas de fabrica remetteremos uma pequena toalha de fricção para toilette ou banho, fricção que é summamente benefica para a cutis.

Por cada trez marcas de fabrica remetteremos uma formosa chromo-lithographia em côres, sem nenhuns annuncios, propria para adornar qualquer sala.

Terminamos este editorial desejando aos nossos leitores um feliz e prospero anno novo.

BARCLAY & CO., 26-28 Beaver St., New York City, U. S. A.

Figura 19— Almanak de Barry, 1913, p. 05.

CONCURSO DE PHRASES

NO NOSSO ALMANAK PARA 1912

A seguir damos os nomes dos agraciados, a quem remettemos os relógios offerecidos e sentimos não poder publicar, por falta de espaço, todas as respostas

Señorita Julia Salazar, Alajuela, Costa Rica.
 Sr. Alonso A. Brito. Tegucigalpa, Honduras.
 Sr. Ramón Bernardino, San Roque, Cavite, Filipinas.
 Sr. Sisoés Finol, Maracaibo, Venezuela.
 Sr. Alexandre C. Ribeiro, rua Ouvidor 80, Rio de Janeiro, Brazil.
 Sr. Miguel Giraldes, Caixa de Correio 641, Rio de Janeiro, Brazil.
 Sr. José Tirado Cordovés, Aguadilla, Puerto Rico.
 Sr. J. Passi P., Rengo, Colchagua, Chile.
 Sra. Matilde Trottin de Girau, San Pedro 47, Valparaíso, Chile.
 Sr. Santiago Garavito C., Bogotá, Colombia.

AL TRICÓFERO DE BARRY

Eres el rey del Tocador: tu fama,
 que del Niágara vino al Amazonas,
 cruza hoy los mares, y en distintas
 zonas
 vibra tu nombre y tu virtud proclama.

[Unges las trenzas de la humilde dama
 y de la altiva reina las coronas;
 mas, ni sueñas con triunfos ni
 ambicionas
 el oro que en tu gloria se derrama.

Le vuelve al cutis capilar su albura
 y á la cabeza aromas y frescura,
 como el riego á las flores, tu rocío;
 y restaura en el pálido cabello
 el vigor, la hermosura y el destello
 de las rientes mañanas del Estío.

SISOES FINOL.

AL JABÓN DE REUTER:

¡Salve oh jabón! La humanidad
 entera,
 Agradecida, canta tus favores:
 Se acabaron los pálidos colores
 Y los semblantes con matiz de cera.

Vuelves el cutis blanco y sonrosado,
 La piel suavizas y le das frescura,
 Comunicas al rostro la hermosura,
 Rejuveneces el semblante ajado,

Y dentro de tu blanca y fina espuma,
 En medio del aroma que perfuma,
 Sale ya la mujer transfigurada
 Y en reina de hermosura convertida,
 Como la Venus que surgió atrevida
 Sobre las hondas de la mar salada.

SANTIAGO GARAVITO C.

EL MEJOR JABÓN.

Es hoy el Jabón de Reuter
 El triunfo de la Belleza,
 Por su perfume, pureza
 Y divina exquisitez.

El mundo entero lo elogia
 Fundado en miles razones,
 Pues de todos los jabones
 El mejor jabón él es.

Suaves, límpidos, fragantes
 Deja los cutis que baña,
 Y á su acción siempre acompaña
 Delicioso bienestar.

Quando cubre con su espuma
 El cuerpo de alguna hermosa,
 Parece ésta una olorosa
 Venus saliendo del mar.

A la Venus Citerea,
 Hija de espuma marina,
 Que fué belleza divina,
 El perfume le faltó.

Hoy nuestras Venus modernas
 Brotan de espuma aromada
 Con tez limpia y sonrosada,
 Gracias al rico jabón.

ALONSO A. BRITO.

Figura 20 – Almanak de Barry, 1913, p. 24.

Os almanaques de farmácia nacionais iniciavam suas publicações dialogando com seus leitores, com o escopo de manter o vínculo de fidelidade e cumplicidade

entre eles, os quais eram considerados seus co-autores. Nessas aberturas, vários assuntos estavam em pauta, como por exemplo, em *O Pharol da Medicina* de 1908 (figura 21) que destaca os esforços do laboratório em relação ao fortalecimento da indústria farmacêutica nacional.

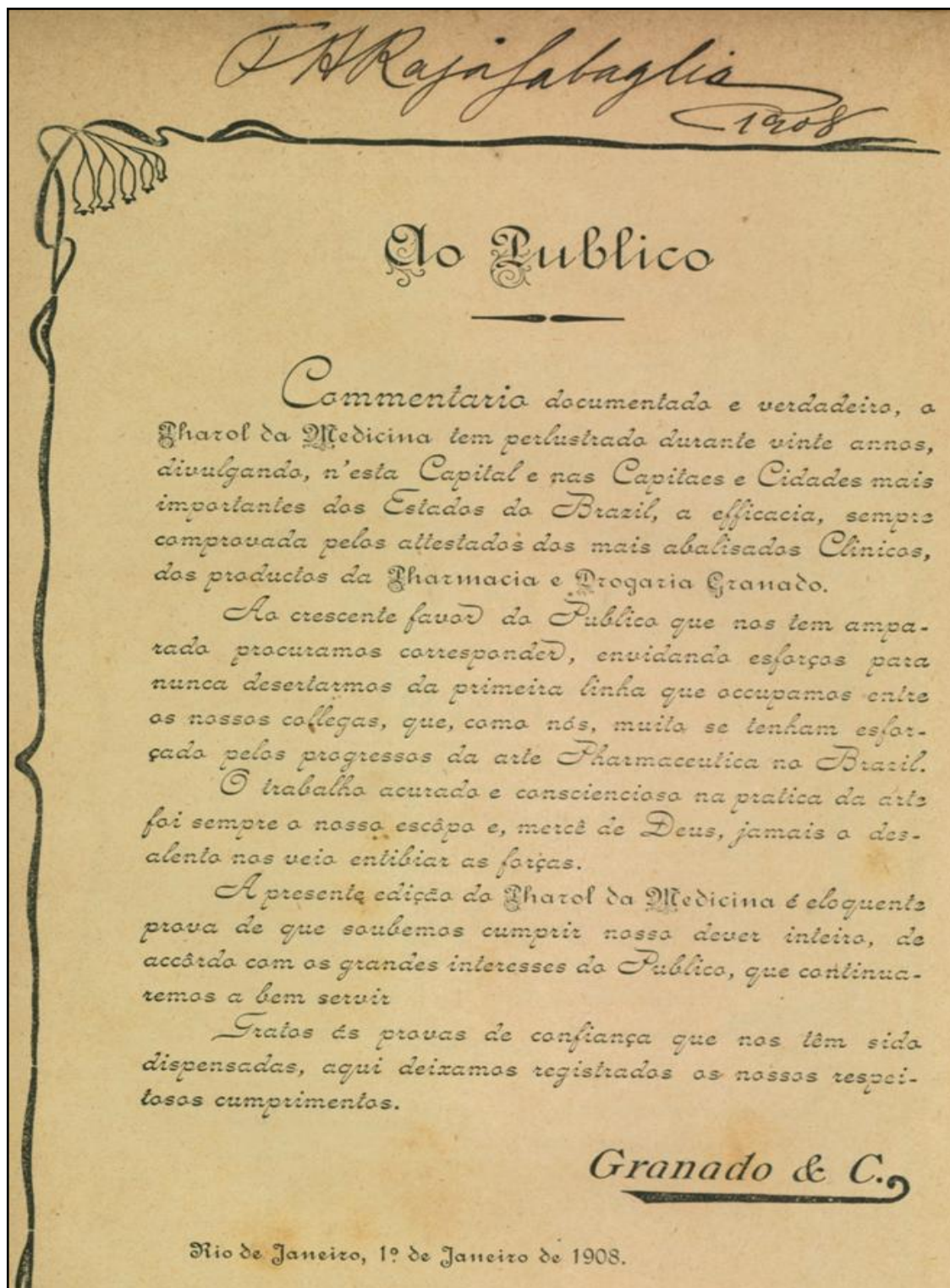


Figura 21 – O Pharol da Medicina, 1908, p.01.

O *Almanak Xarope São João* de 1931 (figura 22) trazia o seu poder em propalar as qualidades dos produtos ali promovidos e seus conhecimentos úteis para toda a população. Os enormes e calorosos agradecimentos do *Almanach Capivarol* de 1937 pela aceitação perante a população e sua presença nos lares brasileiros. A crítica à prática de leituras nocivas e inúteis de alguns leitores em comparação aos conselhos e receitas úteis embasados em sérios estudos do *Almanack Xavier* de 1932, onde este deve ser guardado para futuras consultas e também para ser emprestado ao amigo.

O *Almanack Elixir de Inhame* em sua comemoração aos vinte e cinco anos de publicação em 1938 destacou as radicais transformações que a humanidade viveu como responsabilidade da civilização e do progresso, ao mesmo tempo em que nascia o medicamento *Elixir de Inhame*, vendendo milhões de vidros, proporcionando a cura da sífilis e fortalecendo milhares de brasileiros devido à eficácia e segurança de sua fórmula.

Outros ainda parabenizam a todos os leitores pelo ano que se inicia, com novas perspectivas, onde o corpo sadio gera um trabalhador em perfeitas condições de conquistar vitórias na vida, como é o caso do *Almanak Cabeça do Leão do Dr. Ayer* de 1934, destacando também, a honra de profissionais que dedicam sua vida para tal fim, à exemplo dos farmacêuticos, médicos, químicos e botânicos. O *Almanaque d'A Saúde da Mulher* de 1942 deseja aos seus milhões de leitores um novo ano com muita saúde, prosperidade e ventura pessoal num país forte e progressista, almejados pelos medicamentos *A Saúde da Mulher*, *Bromil*, *Nutrion*, *Depurativo Lira*, *Odol* e *Pomada Boro Borácica*.

Neste ritmo, o *Almanaque Guaraina* de 1940 destaca que, moralmente confortados, seus esforços estão sendo recompensados pelos leitores a partir da cooperação de todos os brasileiros. Esclarece que a atuação do laboratório não é restrita apenas ao meio comercial, mas sim, mantêm um compromisso humano e patriótico. Tal patriotismo é a base de ações de benfeitoria para o coletivo, através da

[...] venda de medicamentos a pobres e a hospitais por preço de custo, sem por conseguinte nenhum lucro; a manutenção de escolas em todo os Estados do Brasil; a criação de ambulatório para doentes sem recurso; a colaboração que tem emprestado a grandes campanhas sanitárias; a divulgação de meios tendentes a incrementar a agro-pecuária, visando a nutrição e o aumento da capacidade econômica do povo, etc, etc. (ALMANAQUE GUARAINA, 1940, p. 01).

2.º ANNO **ALMANACK** 1932

XAVIER

AOS DISTINCTOS LEITORES

— — —

Lêde este livro com atenção. Vós perdeis sempre o vosso tempo com leituras inúteis e até mesmo prejudiciaes. Neste Almanack a leitura vos é útil e muito proveitosa. Lêde-o com carinho e emprestae-o ao vosso amigo. Os conselhos e as receitas que daqui vos mandamos são criteriosas e inspiradas em estudos cuidadosos. Não são conselhos e receitas de charlatães ou de ganhadores de dinheiro. Temos um nome e muita responsabilidade. Fomos por longos annos professores de uma Escola Superior de Pharmacia.

— Não jogueis este Almanack fóra. Em caso de uma molestia subita, de um accidente, de um ferimento, etc., encontrareis nelle um conselho pratico e criterioso.

Sêde prudentes. Guardae este livrinho.

o o o

Publicamos pela 2.ª vez o nosso Almanack. O grande successo que elle obteve o anno passado, animou-nos a publical-o este anno, com o numero de paginas augmentado, com novas e preciosas informações sobre agricultura, tempo, phases da lua e uma util collecção de receitas caseiras, para as necessidades urgentes do momento. Muito e muito agradecemos o carinhoso acolhimento dispensado ao numero do 1.º anno, expresso em milhares de cartas recebidas de todos os estados do Brasil.

Por absoluta falta de espaço deixamos de publicar milhares de attestados medicos sobre a extraordinaria efficacia dos nossos preparados, attestados obtidos expontaneamente. A' proporção, porém, que as edições forem se succedendo, faremos essas publicações.

Convencidos de que os que lerem este livrinho poderão tirar reaes proveitos de sua leitura, daqui lhes enviamos votos muito sinceros pela entrada do anno novo. Desejamos a todos um 1932 cheio de prosperidade e de paz.

São Paulo, 1 de Janeiro de 1932

XAVIER IRMÃOS
Chimico - Pharmaceuticos
Professores de Chimica

RUA GLYCERIO N. 69
CAIXA POSTAL, 3331

Figura 22 – Almanack Xavier, 1932, p. 01.

2.8 OS ALMANAQUES DE FARMÁCIA NACIONAIS E SUA EXPLORAÇÃO: ANÁLISE DE CONTEÚDO

Dessa forma, optamos por eleger as publicações homogêneas no que diz respeito à sua produção e criação, dando prioridade aos genuinamente brasileiros, os quais possibilitam um diálogo maior e mais consistente em relação aos contextos que o Brasil vivia, às noções de progresso, higienização dos corpos e educação sanitária. Para definir essa prioridade, levamos em consideração que alguns almanaques de farmácia eram elaborados nos Estados Unidos e adaptados à língua portuguesa, ou vinham prontos das matrizes das agências norte-americanas (BRUNELLI, 2007) trazendo com eles os ideais vigentes de determinado momento no qual estavam inseridos.

A partir desse saldo de almanaques de farmácia levantados e com o universo de publicação delimitado, configuramos o *corpus* a partir dos pressupostos sugeridos por Laurence Bardin em seu livro “A análise de conteúdo” (BARDIN, 1977). Considerando o *corpus* como o conjunto de material obtido, visamos sua exploração através dos procedimentos analíticos e a partir da definição das regras.

Uma das regras estabelecidas por Bardin (1977), a “regra da homogeneidade”, se fez pertinente para dar continuidade ao nosso trabalho, pois esta considera que todos os documentos levantados para pesquisa devem ser homogêneos e obedecer à critérios específicos de escolha “[...] e não apresentar demasiada singularidade fora destes critérios de escolha.” (BARDIN, 1977, p. 98). Dessa forma, tais similaridades e antagonismos foram detectados, o que possibilitou a configuração de tal homogeneidade, a partir das principais características que configuram essas fontes.

Sendo assim, Bardin (1977) nos oferece uma ampla possibilidade de exploração desse *corpus* estabelecido. Nesse caso, a fim de obter aspectos relevantes para formar o arcabouço para o próximo capítulo e adquirir o máximo de dados possíveis que sirvam de material para análise, optamos por desenvolver uma tabela a qual nos possibilita uma melhor visualização dos dados presentes nas propagandas dos almanaques de farmácia.

TABELA 2 – Tabela de coleta de dados presentes nas propagandas dos almanaques de farmácia de acordo com Análise de Conteúdo.

ALMANAQUE		ANO:
TÍTULO/ MEDICAMENTO/ PÁGINA	ÍNDICE	UNIDADE DE REGISTRO

Nessa tabela²² foram disponibilizados: Almanaque: nome do almanaque de farmácia a ser analisado; Ano: ano no qual o almanaque foi publicado; Título: o título que apresentava a publicidade, caso houvesse²³; Medicamento: nome do medicamento que a publicidade estava promovendo e Página: número da página onde o anúncio está localizado.

Num segundo momento, a partir da Análise de Conteúdo, foram classificados os Índices. Nesse caso, os índices foram elencados a partir da demanda demonstrada pelas próprias propagandas, ou seja, foram utilizados como índices assuntos que estavam presentes na publicidade, os quais apareciam numa repetição, demonstrando assim sua relevância para a mensagem publicitária. Pertinente destacar que tais índices foram dispostos nas tabelas de acordo com a sequência de presença.

Esses temas foram resumidos em palavras-chave, as quais foram estabelecidas da seguinte forma: quando o texto mencionava questões acerca de sua **ação** como “[...] limpa o intestino e desintoxica o organismo [...]” (ALMANAQUE GUARAINA, 1940, CONTRA CAPA), entende-se tais palavras “limpa” e “desintoxica” como a ação causada pelo medicamento. Quando eram mencionadas questões sobre sua **eficácia**, utilizando palavras como eficácia, ação segura, rapidez ou “[...] a maioria dos casos será resolvida pelo maravilhoso xarope em 24 horas.” (ALMANACH D’A SAÚDE DA MULHER, 1938, p.04), compreende que “resolvida” é uma da eficácia proporcionada pela utilização do medicamento.

Outra palavra utilizada como índice foi **indicações**, quando a mensagem publicitária mencionava, por exemplo, “cuidado com as moléstias do fígado, causadas pelo impaludismo [...]” (ALMANAQUE PARQUYNA, 1941, p. 27). Neste caso, as palavras moléstia, fígado e impaludismo são aqui considerados como enfermidades para as quais a utilização do medicamento *Pariquyna* era indicada. O índice **composição** foi utilizado para indicar a composição do medicamento como:

²² Para melhor visualização do resultado obtido a partir desta tabela, disponibilizamos um exemplar devidamente preenchido como Anexo (vide **Anexo B**).

²³ Existem propagandas que não possuem títulos, nesse caso o dado a ser descrito seria apenas o nome do medicamento.

“o *Xarope de Caraguatá* [...] é fabricado com a própria fruta [...] além do suco extraído do caraguatá, este produto encerra outros elementos de grande valor terapêutico como: a *Grindelia* [...] *Bálsamo de Tolú* [...] *Benzoato de Sódio* [...] *Bromoformio* e *Beladona* [...]” (ALMANAQUE AGRÍCOLA ELIXIR BRASIL, 1942, CONTRA CAPA). Assim, consideramos que as palavras fruta, suco extraído do caraguatá, *Grindelia*, *Bálsamo de Tolú*, *Benzoato de Sódio*, *Bromoformio* e *Beladona* são palavras que existem no texto com a intenção de informar seu leitor e paciente/consumidor quais os elementos que compõem tal medicação.

O quinto item que compõe os índices para exploração das peças publicitárias do almanaque de farmácia é a **posologia**, onde as menções no texto referentes às doses e como estas deveriam ser tomadas, foram consideradas como posologia, por exemplo “uso – para adultos, 1 colher de sopa de 2 em 2 horas. Para as crianças, 1 colher de chá.” (O PHAROL DA MEDICINA, 1908, p. 08), dessa forma, as palavras que indicam a quantidade, quantas vezes ao dia e quais as formas que determinado medicamento deveria ser consumido foram consideradas como posologia, que existiam para instruir o paciente/consumidor da forma de deveria ser utilizado o medicamento.

Um último item se fez necessário para a confecção da tabela de análise, no caso, a unidade de registro. Foram elencadas duas unidade de registro das sugestionadas por Bardin (1977), o **tema** e o **personagem**. Aquele foi concebido a partir da noção de que “[...] é geralmente utilizado como unidade de registro para estudar motivações de opiniões, de atitudes, de valores, de crenças, de tendências, etc.” (BARDIN, 1977, p. 106). Assim, o tema foi uma espécie de síntese da mensagem publicitária analisada. A título de exemplo, vejamos o caso da última publicidade citada: “Tema: medicamento aprovado pela Inspetoria Geral de Higiene. É um medicamento de ação eficaz no tratamento dos problemas pulmonares e do peito. Indicado para crianças e adultos na posologia descrita.” Dessa forma, é possível ter uma noção geral da mensagem da publicidade, a qual posteriormente será cruzada com a mensagem icônica.

Nesse sentido, o **personagem** como unidade de registro se faz necessário haja vista sua presença proposital nas propagandas, já que não estão ali somente para ilustração. Nesse caso os atributos do personagem são expostos, como local

onde está localizado, roupas, características, gênero, idade, traços de feição ou gestos, localização da imagem no anúncio enfim, tudo o que compõem a cena presente, por exemplo: “Imagem na parte superior da publicidade de uma pessoa, onde é visível apenas as mãos, em gesto de rejeição, próxima uma bandeja que está sendo oferecida repleta de comida.” (figura 23).

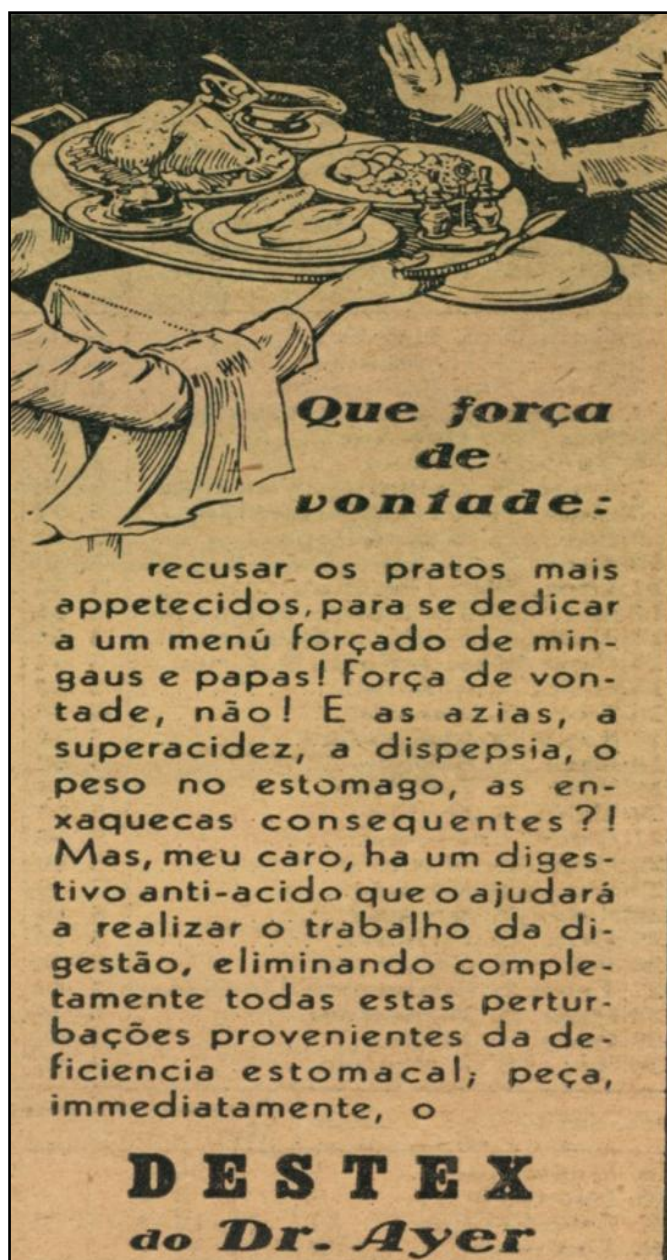


Figura 23 – Almanak Cabeça do Leão do Dr. Ayer, 1938, p. 21.

Dessa forma, a partir dos dados obtidos no que diz respeito aos almanaques de farmácia das quatro primeiras décadas do século XX, como suas características, semelhanças, particularidades, doenças expostas, a estratégia dos depoimentos e

criação, bem como a metodologia utilizada para a exploração do *corpus*, será realizada a exploração das propagandas dos almanaques de farmácia nacionais no terceiro capítulo.

Essa análise ocorrerá com a intenção de detectar a partir das peças publicitárias, e relação texto e imagem, de que forma tais publicações incorporaram os ideais de progresso nacional a partir da utilização de medicamentos industrializados, bem como referente aos projetos políticos e de educação sanitária que se estabeleceram no Brasil no início do século XX visando o progresso da nação.

3 PARA ALÉM DO INFERNO EM VIDA: HIGIENIZAÇÃO E EDUCAÇÃO SANITÁRIA PARA O PROGRESSO: PROPAGANDAS EM ANÁLISE

O período de meio século compreendido entre 1880 a 1930 representou, para o Brasil, um momento de transformação com a chegada de uma modernização capitalista e a dinamização das relações sociais, culturais e econômicas no país. Um país de múltiplas facetas configurava os “dois Brasis” (SCHWARCZ, 2012, p. 24), onde de um lado encontravam-se as cidades industriais, aumento das oportunidades de trabalho e processos de exclusão, e do outro, o Brasil dos sertões e nos longínquos rincões.

A República, na tentativa de reordenar o Brasil, investiu na ciência e educação, com intenção de transformar o país numa grande nação (BERTUCCI, 2005), logo, conhecer sua população tornou-se mister. Segundo Bertucci (2005), foi a partir de 1910 que a tese do cuidado com a saúde e educação do brasileiro nato ganha destaque, pois acreditava-se que somente a partir destes mecanismos seria possível “salvar” este sertanejo ou caipira do triste destino que lhe estava reservado, devido a miscigenação e ao clima.

É dessa forma que médicos, higienistas e intelectuais seriam os responsáveis por inserir um paradigma de civilização e progresso, tendo como base a Europa, com intenção de transformar e reestruturar a população e suas características, seja em relação ao pensar, saber, agir e sentir do indivíduo. Nesse modelo, o novo e o progresso são elementos que passam a ser integrantes do cotidiano dos indivíduos, incorporados nos discursos dos intelectuais, no imaginário da sociedade bem como nos projetos que visavam uma intervenção perante a sociedade (HERSCHMANN; PEREIRA, 1994b, p.14). Sendo assim, a medicina nos séculos XIX e XX, além de elaborar métodos profiláticos e terapêuticos, assumiu uma posição presente na configuração social, com controle “[...] não apenas sobre os corpos doentes, mas sobre o assim chamado ‘corpo social’.” (STANCIK, 2009, p. 113).

Neste sentido, na transição do século XIX para o século XX, a medicina assumiu a capacidade de cuidado e orientação dos corpos enfermos, bem como de combate e compreensão dos malefícios sociais, no qual os médicos, embasados em seus saberes, direcionariam suas atenções, ao mesmo tempo, para o indivíduo e para o bom desenvolvimento e fortalecimento do país, ou seja, para a coletividade, tendo em vista, a formação da nacionalidade brasileira. Haja vista, a jovem Nação teria na orientação e controle médico, plausibilidade para seu fortalecimento, pois a

partir da modernização desta pelo saber médico, poderia ser uma possibilidade para o rompimento com o passado escravocrata e colonial ao qual o país até então estava subjugado.

Com função de orientar a conduta dos indivíduos na sociedade, o Estado tem como aliado, segundo HERSCHMANN (1994a), médicos²⁴, higienistas e sanitaristas, com propostas pedagógicas através das quais normatizariam a vida privada do cidadão, fazendo com que mulheres e homens desenvolvessem seus papéis de produtores e reprodutores de descendentes, correspondendo ao ideal de raça pura e saudável. Assim, “[...] “sanear”, “higienizar” e principalmente “educar” eram, para esses intelectuais, as chaves que abriam as portas da “civilização”, que permitiriam “solucionar os problemas nacionais”.” (HERSCHAMNN, 1994^a, p. 53).

Dessa forma, no início do século XX, a onda higienista mostra os homens preocupados com a saúde, orientando-se pelo olhar microscópico, baseado na ciência médica. Homens e mulheres, tanto da cidade quanto do meio rural, são concebidos a partir do paradigma científico, caracterizados aqui como modelo educacional de controle, os quais segundo Casa Nova (1996)

“[...] impunha condutas sexuais, familiares, sociais e econômicas com valores urbano-burgueses onde se sobressaem o gosto pelo trabalho, a admiração pela competência profissional, pela cultura artística e pelo conhecimento científico, o cultivo da aparência física e a busca do equilíbrio e da contenção moral. Esses são valores que o almanaque de farmácia ajudou a introduzir no meio rural, pois se tratava também de incorporar a família agrária a uma reforma higiênica de costumes.” (CASA NOVA, 1996, p. 109 – 111).

A partir do exposto, consideramos os almanaques de farmácia, como instrumentos auxiliares na divulgação e difusão de práticas de educação sanitária, principalmente durante as primeiras décadas do século XX. Como lembra Nadaf (2011) essas publicações, juntamente com os demais almanaques existentes em território nacional, incumbiram-se na tarefa de educar a população brasileira, no que diz respeito às noções sanitárias e morais. Esta população, vítima do cenário de flagelos como a sífilis, anemia, tuberculose, amarelão, flores brancas entre outros, poderiam contar com os almanaques de farmácia como

[...] importante veículo ideológico, estampando uma escancarada “cruzada civilizatória”, que adveio do final do século XIX e ganhou forças no começo do século XX, e cujo objetivo era transformar o Brasil num território culto e

²⁴ Segundo Herschmann e Pereira (1994b), o moderno e suas concepções foram abordados por aspectos referentes aos saberes científicos especializados, logo, a medicina, com a normatização do corpo, a educação, influenciando as mentalidades e a engenharia a partir da organização dos espaços. Assim, o paradigma foi moderno fora elaborado e cristalizado na década de 1930.

imune das doenças endêmicas e epidêmicas. O Brasil real, negativo, nem o governo, nem as indústrias farmacêuticas tinham o interesse de mostrar lá fora, ao capital estrangeiro. Assim, além de pedagógico, esses almanaques transformaram-se em agentes políticos – de civilização e de progresso –, cujo entorno, além do entretenimento, era divulgar regras de higiene, de saúde e de beleza. (NADAF, 2011, p. 133).

Isto posto, as propagandas presentes nos almanaques de farmácia mantêm uma relação direta entre medicamento e leitor – e/ou consumidor e paciente – relacionando assim, o aspecto civilizador acima citado, com seu diverso público, integrando cidades e zonas rurais numa mesma intencionalidade, a propagação das noções de higiene, educação sanitária e cuidados com a saúde.

Compostas por textos bem escritos e imagens carregadas de signos, informação e formação dão significado a tais propagandas, como formadoras de possíveis – e desejáveis – realidades e modelos a serem seguidos.

Dessa forma, optamos por trabalhar com as propagandas que mais representam os ideais de progresso da nação por meio da educação sanitária e higienização dos corpos.

A saúde, além da felicidade, beleza, força e alegria, é um dos valores-signos que mais aparecem nas propagandas. Segundo Casa Nova (1996), esses valores buscam na argumentação o domínio do discurso, pois é dessa forma, que enfatizam a mensagem e induzem escolhas e comportamentos. Assim, a autora caracteriza tal ferramenta persuasiva como “[...] expressão de um discurso institucional [...]” (CASA NOVA, 1996, p. 84) seja Estado, Igreja, família ou medicina.

Neste aspecto, considerando os discursos das propagandas dos almanaques de farmácia, os quais são revestidos de intencionalidades que giram em torno da mudança de comportamento e modos de vida de seus leitores/consumidores, a ordem para o progresso, ou, o progresso através da ordem, estruturam as propagandas destas publicações.

3.1 AS CONCEPÇÕES DO *PERIGO PARA A RAÇA* E DO *AGORA SOU OUTRO!*

Isso é visível, por exemplo, no *Almanaque do Biotônico* de 1939 e 1942 (figuras 24 e 25), nas propagandas intituladas *Um perigo para a raça!*, as quais promoviam a *Ankilostomina Fontoura*, medicamento específico para cura do amarelão.

Um perigo para a raça!

Os homens que trabalham na lavoura, isto é, o alicerce da raça e da prosperidade do país, viviam até há pouco tempo ameaçados por um perigo constante: o Amarellão, ou Opilação, inutilizava milhares e milhares de pessoas, roubando-lhes as energias, deprimindo-lhes o carácter, tornando-as desanimadas e expostas a todas outras infecções. Por muito tempo se procurou um remédio seguro, de fácil uso e de efeito rápido e infalível, que destruísse e expellisse o Anquilostomo, o verme intestinal que produz aquella doença. Hoje esse remédio existe, graças aos estudos e experiencias de varios annos, do Instituto Medicamenta. Medicos illustres e autoridades sanitarias reconhecem e attestam as qualidades e a efficacia do remédio que é a melhor arma para o combate áquella doença: a

**ANKILOSTOMINA
FONTOURA**

Figura 24 - Almanaque Biotônico Fontoura, 1942, p. 04.

**Um perigo
PARA A RAÇA!**

Os homens que trabalham na lavoura, isto é, o alicerce da raça e da prosperidade do país, viviam até há pouco tempo ameaçados por um perigo constante: o Amarellão ou Opilação inutilizava milhares e milhares de pessoas, roubando-lhes as energias, deprimindo-lhes o carácter, tornando-as desanimadas e expostas a todas outras infecções. Por muito tempo se procurou um remédio seguro, de fácil uso e de efeito rápido e infalível, que destruísse e expellisse o Anquilostomo, o verme intestinal que produz aquella doença. Hoje esse remédio existe, graças aos estudos e experiencias de varios annos, do Instituto Medicamenta. Medicos illustres e autoridades sanitarias reconhecem e attestam as qualidades e a efficacia do remédio que é a melhor arma para o combate áquella doença: a

**ANKILOSTOMINA
FONTOURA**

Figura 25 - Almanaque do Biotônico, 1939, p. 04.

As representações do homem trabalhador rural a partir das propagandas dos almanaques de farmácia nos propõem uma reflexão sobre a intenção de instigar no

leitor, a diferenciação social. Segundo Roger Chartier (1991), os dispositivos textuais e materiais, organizam suas estruturas a partir da expectativa que desejam enfatizar em, com diferenciação do social, criando novos públicos e diferentes recepções.

A representação por sua vez, corresponde à relação de uma imagem presente a qual faz ver um objeto ausente, com clara distinção entre o que se representa e o que é representado, configurando-se como a existência de algo que só existe por ela mesma. Neste sentido, para Chartier

a relação de representação é, desse modo, perturbada pela fraqueza da imaginação, que faz com que se tome o engodo pela verdade, que considera os signos visíveis como índices seguros de uma realidade que não o é. Assim desviada, a representação transforma-se em máquina de fabricar respeito e submissão, num instrumento que produz uma exigência interiorizada, necessária exatamente onde faltar o possível recurso à força bruta [...]. (CHARTIER, 1991, pp. 185 – 186).

A eficácia na disseminação do imaginário social depende dos seus meios responsáveis, os quais para Bronislaw Baczko (1985) asseguram tal difusão, tornando-se dessa forma necessário o controle destes mecanismos, os quais se fazem presentes através de métodos de persuasão e concretização de valores e crenças. É a partir destas características, que o poder busca desenvolver um papel de privilégio nos discursos, ao qual o imaginário social está inserido, mantendo determinado controle sobre sua difusão (BACZKO, 1985).

Sendo assim, as representações e os imaginários sociais nos possibilitam uma compreensão acerca das propagandas de medicamentos dos almanaques de farmácia, associadas ao processo de incutir valores referentes à educação sanitária, aliada ao projeto de progresso da Nação, perpassando pela (re) configuração do seu elemento partícipe deste processo, a população.

Elementos persuasivos como *exemplum in contrarium* ou *antimodelo*, dissertado por Casa Nova (1996) são perceptíveis na propaganda acima. Estes conceitos são responsáveis pelas funções exemplares, modelares ou de identificação, por parte do leitor/consumidor. Os personagens das propagandas são homens, representando o sertanejo do interior do Brasil, considerados como um dos elementos primordiais da edificação da nação, incorporando, em relação ao conteúdo textual, o modelo identificador (CASA NOVA, 1996, p. 73), no sentido pedagógico do termo.

Esse paradigma identificador revela ao leitor, uma segunda função – de apelo negativo da imagem – de transição para um protótipo contrário, ou seja, o homem

saudável e distante das doenças. Esse *antimodelo* se torna claro a partir da interação contínua entre texto e imagem. Para o homem saudável, seja este habitante dos grandes centros urbanos, ou do campo, a imagem do personagem magro, com semblante de fraqueza e sofrimento, é o *antimodelo* do que ele – leitor/consumidor – deseja ser e representar enquanto cidadão de uma nação que almeja o progresso.

Essas formas do *antimodelo* utilizadas nas propagandas, não ocorrem por acaso. Seus textos revelam uma representação do desejo do leitor, com valores nacionais permeando tais relações. Seu título “Um perigo para a raça!” e seu texto relata o quão problemática é a vida de um homem, trabalhador rural – neste caso – diante de uma doença, a qual consome suas forças e energias.

A partir dos componentes referentes ao índice obtido, traduzidos em indicação e eficácia do medicamento, a estratégia persuasiva da propaganda recai aos aspectos de comoção nacional do contexto, nos revelando em sua unidade de registro que os homens trabalhadores da lavoura, são considerados o alicerce da raça e prosperidade do país. Estes eram frequentemente ameaçados por doenças como o amarelão, responsável por torná-los expostos a outras afecções, bem como, deixando-os sem forças e desanimados, assim “[...] em um país de condições sanitárias adversas, os laboratórios Fontoura entraram na luta contra o amarelão.” (BUENO; TAITELBAUM, 2008, p. 79).

É possível visualizar, no primeiro plano das imagens, a lupa científica mostrando os vermes existentes dentro no organismo do homem trabalhador rural. São esses vermes que deterioram a vida do sertanejo, inutilizando-o para o trabalho. A profilaxia seria indispensável para educar a população, seja no caso do amarelão ou em outras doenças tropicais. Assim, as noções de higiene e saneamento aliam-se ao combate e cura desses males, logo, o uso de medicamentos modificaria o semblante e corpo do brasileiro. Essa imagem apática do caboclo – ora apreciada por viajantes e cronistas, como o modo puro de viver do caipira (DIWAN, 2007) – era considerada pelos sanitaristas e intelectuais como a representação de um país doente.

Assim, segundo Schwarcz (2012) foi nesse caminhar que a ideia da contraposição entre o mestiço corrompido e o Jeca Tatu de Monteiro Lobato ganha contornos. Mesmo que boa parte das propagandas estudadas, que giram em torno da figura do caboclo e do Jeca Tatu lobatiano são datadas das décadas de 1930 e

1940, o miasma da caracterização do trabalhador rural predisposto às mazelas nacionais, apático, triste e sofredor, proporcionado pelas obras do intelectual, perdurou – e perdura até os dias atuais – no imaginário de todo o país, imaginário este, autenticado a partir da inserção do Jeca Tatu no meio intelectual que tinha como escopo, a discussão do futuro do Brasil.

Dado estes aspectos, podemos verificar a partir da propaganda do *Almanaque do Biotônico* de 1935 (figura 26), intitulada *Jeca, porque não trabalhas?* O exercício de dinamização da sociedade em relação às suas práticas, sejam higiênicas ou morais, presentes nos almanaques de farmácia.

Monteiro Lobato e Jeca Tatu configuram a cena da propaganda. Aquele personificado como detentor do conhecimento, com trajes do homem dos grandes centros urbanos. Limpeza, higiene e saneamento estão ali simbolizados, são os sinônimos da ordem e progresso. Por outro lado, Jeca Tatu é o emblema do *antimodelo* da estética do corpo social e o *exemplum* a ser superado, a partir das noções higiênicas, sanitárias e eugênicas. Assim, a persuasão da propaganda entra em consonância com as discussões vigentes do contexto ao qual está inserida, a partir do signo da verossimilhança, que por sua vez, traz consigo crenças, fatos e valores mantidos e legitimados pela sociedade (CASA NOVA, 1996) como elementos plausíveis para sua argumentação. Logo ao ler a imagem do Jeca Tatu (PARK, 1999), os vermes, doença, saúde, remédio e progresso são elementos incorporados na imagem, representando todo o universo externo aos quais os personagens estão inseridos.

Este cidadão, alicerce da nação, que sofre com um jardim de vermes no corpo, que o deixa estagnado, diz que não há preguiça, e sim dores no corpo e cansaço, sintomas decorrentes da ação do *Ancilostomo* em seu organismo, o qual por sua vez é reabilitado para a sociedade a partir da correta utilização de um verdadeiro medicamento para o amarelão, a *Ankilostomina Fontoura*. Desta forma, o movimento de educação sanitária é estimulado a partir do uso da ciência na cura do mal, levando ao seu leitor, a sensação e hipótese de rejubilo enquanto cidadão perante a sociedade.



Figura 26 – Almanaque do Biotônico, 1935, p. 04.

Logo, a preocupação do Estado está circunscrita, neste âmbito, em ações plausíveis de socialização da saúde, em todo o território nacional, juntamente com a propagação da medicalização e higiene dos corpos.

No *Almanaque Biotônico* de 1942 é possível visualizarmos na propaganda intitulada *Amarelão – Opilação* (figura 27) as características acima citadas, no que diz respeito à vida doente em contraposição à saúde e informação.

A lente de aumento científica é o conhecimento direcionado a um local específico do organismo, onde “o movimento do saber vai do exterior para o interior – corpo dessacralizado pela observação externa.” (CASA NOVA, 1996, p. 116), evidenciando novamente os vermes no interior do homem do campo. Seu instrumento de trabalho pertence a uma contraposição existente, onde o desejo de trabalho existe e persiste, porém sua prostração enferma impede que isso se realize, pois ao mesmo tempo, os vermes diabólicos bailam em seu intestino, transformando sua vida num inferno e consumindo sua energia, a qual poderia ser utilizada em seu trabalho, o alicerce da nação.

Segundo Casa Nova (1996), no corpo doente, alguns sintomas são caracterizados como preocupantes no homem, como depressão mental e nervosa, problemas cardíacos, fraqueza muscular, problemas com o aparelho digestivo, entre outros. Logo, a partir da complementação existente entre imagem e texto, o qual sugere ao leitor/consumidor da propaganda que somente pelo uso da *Ankilostomina Fontoura* ele ficará livre da doença e forte, reafirmam os valores desejáveis pelo Estado para este cidadão, os quais são considerados necessários para o homem trabalhador e pai de família.

Este homem, representação da fragilidade ocasionada pela doença e pelo descaso do poder público, transforma-se num cidadão saudável e prestativo à Nação, como no caso do *Almanaque do Biotônico*, de 1939 com propaganda intitulada *Agora sou outro!* (figura 28).



**AMARELÃO
OPILAÇÃO**

**INFERNO
EM VIDA!**

ATENÇÃO, MEU AMIGO! ESSA CANSEIRA, ESSAS DORES NAS COSTAS, ESSAS PALPITAÇÕES, ENFIM, ESSE INFERNO EM VIDA, TUDO ISSO É PRODUZIDO PELOS VERMES DO AMARELÃO, OU OPILAÇÃO, QUE ENTRARAM NO SEU CORPO. LIVRE-SE DISSO E FIQUE FORTE COM O REMÉDIO QUE NÃO NEGA:

**ANKILOSTOMINA
FONTOURA**

Figura 27 – Almanaque Biotônico Fontoura, 1942, contracapa.

Agora **SOU OUTRO!**



ESTOU VENDENDO SAUDE! CANSEIRA, DES-
ANIMO, DORES NAS COSTAS, PALPITAÇÕES,
TUDO QUANTO ME ENTRARA NO CORPO
COM OS VERMES DO AMARELLÃO, TUDO
ISSO DESAPARECEU, DESDE QUE EXPERI-
MENTEI UM REMEDIO QUE NÃO NEGA:

**ANKILOSTOMINA
FONTOURA**

CONTRA A
MALEITA
— SEZÃO OU
INTERMITENTE —
MALEITOSAN
FONTOURA

Figura 28 – Almanaque do Biotônico, 1939, contracapa.

Este homem transformado e vendendo saúde é a representação, o modelo desejável pelo Estado. Com sorriso no rosto, roupas e corpo asseado, em seu ambiente natural, o Jeca torna-se outro homem, com disposição é o modelo da força, saúde e beleza. Com seu instrumento de trabalho em mãos, simboliza o trabalhador rural que superou as mazelas por intermédio do *phármakon*, garoto propaganda do corpo social e da Ordem e Progresso. É o paradigma do moderno (HERSCHMANN; PEREIRA, 1994b) presente no Brasil dos anos 1920 – 1930 que está sendo representado com ênfase. Modernidade esta que interferiu num conjunto de hábitos os quais orientaram uma época e geração.

Reflexo de rupturas sofridas no Brasil, de forma mais intensa a partir das últimas décadas do século XIX, noções de moderno adentram o imaginário, fazendo parte de práticas cotidianas da população, onde noções de educação sanitária e higiene caminham ao lado da vida na zona rural e da aceleração das indústrias nas cidades.

3.2 SÍFILIS: A DEFESA DA SIMULADORA PARA ALÉM DA FELICIDADE E DA DESGRAÇA

Enquanto o símbolo do trabalhador rural é o Jeca com seus instrumentos de trabalho em mãos, seja foice ou enxada, apatia decorrente do amarelão, entre outras doenças que acometiam o homem do campo, nas cidades é o operário das indústrias que luta contra doenças venéreas, como a sífilis.

Em direção ao moderno, característico dos anos 1920-1930, assumindo um debate científico, as propagandas dos almanaques de farmácia promovem seus medicamentos para a cura deste mal. Presente em propagandas dos mais variados almanaques de farmácia, a sífilis considerada, como “[...] entidade médica [...]” (TEMPORÃO, 1986, p. 58) foi alvo de combate pelos mais diversos medicamentos, como no caso do *Almanaque Agrícola Elixir Brasil* de 1942 intitulada *Defenda-se contra a terrível simuladora... a Sífilis* (figura 29).

Este homem, com características urbanas, porém com deformidades faciais, manifestadas pela sífilis, tem em sua posição, a prontidão para travar uma verdadeira luta, pois segura com uma das mãos, sua arma para tal duelo, aparentando ser uma espada. Porém, a arma necessária neste caso é o *Elixir Brasil*, específico para o tratamento da sífilis e suas manifestações.

Defenda-se contra a
terrível simuladora...
a Sífilis



© Algumas de suas manifestações mais comuns são: o reumatismo, artrismo, afecções da pele, da vista, da garganta, doenças cardíacas e dos rins, além de uma multidão de infelizes que enche os hospícios. O ELIXIR BRASIL é indicado e aprovado pela Saúde Pública como auxiliar no tratamento da sífilis e suas manifestações. É agradável ao paladar e não prejudica o organismo, mesmo usado por longo tempo. Consulte seu médico, ele recomendará o:

ElixirBRASIL
DEPURA E ENGORDA

(Aprov. pela Cens. An. n. 7 - J 2)

Figura 29 – Almanaque Agrícola Elixir Brasil, 1942, p. 13.

Devido seu contágio ser relacionado com práticas sexuais e com a moralidade, a sífilis era considerada, segundo Chaves (2011) como uma doença silenciosa, exigindo ações de educação sanitária por parte do poder público, pois sua proliferação resultava no contágio, em determinados casos, de famílias inteiras. É a doença perigosa, segundo a propaganda, que transforma os cidadãos em infelizes que sobrecarregam os hospícios.

Os temas que permeavam as discussões dos movimentos sanitaristas no início do século XX giravam em torno da necessidade de envolver a população nas discussões relacionadas à saúde. Através de propagandas com conteúdos de educação sanitária introduzidas por iniciativa de Carlos Chagas (1879 – 1934), as quais tinham como escopo a promoção do conhecimento e conscientização da população, foi ação inicial para maiores empreendimentos, como a criação de órgãos específicos para a profilaxia e tratamentos de enfermidades como a sífilis (CHAVES, 2011).

Assim, os proprietários de laboratórios e por sua vez responsáveis pela criação dos almanaques de farmácia, utilizaram desse mecanismo persuasivo para, além de comercializar seus preparados, conscientizar seus leitores, sejam estes dos centros urbanos ou da zona rural. Isto é possível verificar no caso do *Almanack d'A Saúde da Mulher* de 1938, com propaganda intitulada *Um flagelo social* (figura 30) a qual explicita as condições de aquisição da doença, disseminação e consequentemente seu tratamento com o *Depurativo Lyra*.

Nesta propaganda fica claro seu teor pedagógico, pois descreve a sífilis como doença infecto-contagiosa, podendo ser hereditária ou adquirida por contágio. Além da descrição de seus efeitos no organismo do indivíduo portador da enfermidade, é explícito sua característica de alcance pela hereditariedade, onde a partir desta e sem o devido tratamento, poderia alcançar a população de forma incontrolável. Seu combate e prevenção é uma tarefa individual, a qual reflete no social, sendo por sua vez, um dever patriótico, já que esta enfermidade seria responsável por grande número de mortes de brasileiros, ou, se não fosse este o caso, causou ineficiência em boa parte da população nacional em meados do século XX.

UM FLAGELLO SOCIAL

A syphilis é uma doença infecciosa, contagiosa e inoculavel. Póde ser hereditaria, mas mais communmente se transmite por contagio.

Suas consequencias terriveis se fazem sentir no organismo inteiro, assumindo as fórmas mais imprevisas: Ulceras no estomago, nos labios, na lingua, pelo corpo; Lesões do coração (aortites), do cerebro e dos ossos; Placás mucosas; Rheumatismos; Paralysis parcial ou geral da lingua, de um lado da face, dos braços ou das pernas; Manchas na pelle; Feridas rebeldes, fistulas, bubões; Abortos; Dores no Peito e em outras regiões do corpo, etc. etc.

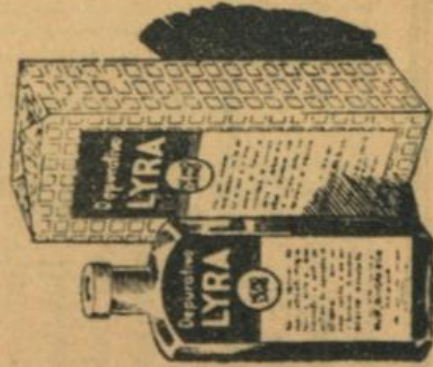
E o mais grave é que os resultados da syphilis não affectam sómente o seu portador. A doença se transmite por hereditariedade, attingindo crianças innocentes na primeira e na segunda geração!

Combater a syphilis é um dever social e patriotico. E depurar o sangue é meio caminho andado para prevenir-lhe os effeitos maleficos.

O DEPURATIVO LYRA é um auxiliar precioso no combate á syphilis e suas manifestações. Contem iodo e mercurio, associados em doses terapeuticas a substancias vegetaes de grande valor.

O DEPURATIVO LYRA é um elixir de sabor agradável, sem contra-indicações, tolerado perfeitamente pelos adultos como pelas crianças mais delicadas.

Comece hoje a depurar seu sangue, usando o



DEPURATIVO LYRA

Figura 30— Almanack d'A Saúde da Mulher, 1938, p.19.

Além da função sedutora do *phármakon* defendida por Casa Nova (1996), as propagandas dos almanaques de farmácia, propiciaram um verdadeiro compêndio sobre as características das doenças que mais afetavam os cidadãos brasileiros, como é ainda o caso da sífilis.

Destinadas para a instrução de homens e mulheres a propaganda do *Almanaque Agrícola Elixir Brasil* de 1942 intitulada *Sinto que devo minha vida ao Elixir Brasil* (figura 31), informa seus leitores sobre as características gerais desta enfermidade, configurando-se assim, um completo manual de educação sanitária.

Com as informações divididas – em consequências, tratamento, o que é a sífilis e como se deve usar o Elixir Brasil – esta propaganda informa seus leitores/consumidores das formas de aquisição e tratamento da enfermidade, sempre amparado com as recomendações de médicos especialistas na área. Neste caso encontram-se três personagens na cena do canto superior direito, duas mulheres no centro da página e o cientista, o qual visualiza via microscópio o agente causador da sífilis. Os personagens citados inicialmente prestam atenção no possível relato da mulher, a qual descreve os processos aos quais passou como portadora da sífilis, até o desfecho, relatando, como rememora o título da propaganda, que deve sua vida ao medicamento específico para o tratamento de tal enfermidade.

O que era até então assunto não tão presente nas pautas de discussões medicinais e sanitárias, devido sua característica relacionada com a lascívia moral, chegou ao limite da ocultação, pois a sífilis tomou uma enorme proporção de disseminação no país do início do século XX.

Interessante observar que, por mais que a personagem principal da propaganda anterior seja uma mulher, a responsabilidade da profilaxia e tratamento da sífilis, sempre recaía ao homem, que por sua vez, seria o responsável por não transmitir à esposa e filhos tal doença. Este aspecto é passível de verificação no caso da propaganda do *Almanaque Agrícola Elixir Brasil* intitulada *Está realizando a sua felicidade ou a sua desgraça* de 1942 (figura 32) o qual promovia, novamente, o *Elixir Brasil*.

*Sinto que devo Minha Vida
ao Elixir Brasil!*

De fato, o ELIXIR BRASIL opera verdadeiras transformações. Pessoas cansadas, doentes, deprimidas, ressurgem como para uma nova vida, cheias de energia, saúde e com um eterno sorriso nos lábios!

Como se faz o tratamento da Sífilis

O tratamento da Sífilis pôde ser feito pela via gástrica ou por meio de injeções. Os medicamentos que a classe médica prescreve são os Sais de Mercúrio, Arsênico, Bismuto e Iodo, dando-os em injeções que nem todos podem tomar por diversas razões, ou por meio de elixir, pilulas, xaropes, etc., que às vezes fazem bem à moléstia, mas podem atacar o estômago, intestinos, rins, etc.

A maior dificuldade do tratamento da Sífilis, está, pois, na escolha de um bom remédio, que, visando a Sífilis, não prejudique o estômago e outros órgãos.

Neste caso está o ELIXIR BRASIL, que, encerrando na sua fórmula os medicamentos mais consagrados para o tratamento da Sífilis — Arsênico, Mercúrio e Iodo — é feito com afamadas plantas da Flora Brasileira, conhecidas pelo povo como depurativos, plantas estas que além de terem ação comprovada sobre a enfermidade, têm ainda o vantagem de promoverem o bom funcionamento de todos os órgãos, evitando assim, que o organismo possa sofrer qualquer prejuízo com o uso dos medicamentos específicos.

ELIXIR BRASIL é um produto científico, escrupulosamente preparado, absolutamente inofensivo mesmo usado por longo tempo.

Nas manifestações da Sífilis, que o povo chama de impureza do Sangue, como sejam REUMATISMO, ÚLCERAS, TUMORES, ESCRÓFULAS, AFECÇÕES EMANCHAS CUTÂNEAS, DANTROS, DORES MUSCULARES E ÓSSEAS, ULCERAÇÕES DA BOCA, DO NARIZ E DA GARGANTA, FÍSTULAS, além de outros, pode-se empregar o ELIXIR BRASIL com absoluta confiança.

As consequências da Sífilis

Oiler, o grande médico e sábio, disse que a sífilis é o maior algoz da humanidade, afirmação esta confirmada pelas estatísticas, que, de fato, demonstram que um em cada dez indivíduos da população tem em seus ascendentes a infecção sífilítica.

A sífilis é mais frequente nos homens que nas mulheres e crianças.

— Ela é responsável por muitos crianças nascerem doentes e morrem em tenra idade.

— É a causa direta de uma importante percentagem de doenças mentais (loucura).

— É uma das produtoras da cegueira.

— Provoca hemorragias cerebrais com paralisias em indivíduos moços.

— É a causa de abortos e partos prematuros.

— Entra em proporção elevada como a causa das doenças do coração, dos vasos sanguíneos principalmente dos aneurismas.

— Reduz a vitalidade e a longevidade.

— Diminui consideravelmente a capacidade produtora do homem.

ELIXIR BRASIL
Depura e Engorda

O que é a Sífilis?

A sífilis é uma enfermidade causada pela presença no sangue do Treponema Paulidum, bacilo descoberto pelo sábio alemão Professor Schaudinn, em 1905. Considerada muito tempo doença vergonhosa, a sífilis era quasi desconhecida entre nós, pois quando o indivíduo estava atacado desse mal, dizia-se — como ainda se diz — que sofria de impureza do sangue, daí serem chamados os anti-sifilíticos de DEPURATIVOS DO SANGUE. Hoje, que está

suficientemente demonstrado que a sífilis pôde ser transmitida por hereditariedade, dos pais aos filhos e netos, assim como pôde ser adquirida até pelo uso de qualquer objeto de que se tenha servido um sífilítico, não há mais razão para se falar em IMPUREZAS DO SANGUE.

Figura 31 – Almanaque Agrícola Elixir Brasil, 1942, p.08 e 09.



**ESTÁ
REALIZANDO
A SUA
Felicidade
OU A SUA
Desgraça?**

Ao realizar o supremo desejo de sua mocidade, tornando sua para sempre a jovem de seus sonhos, ingresse nesta nova fase de sua existencia com a mais valiosa das contribuições:
UM SANGUE LIVRE DE IMPUREZAS.

Para tal, nada mais facil e seguro que um tratamento pré-nupcial com o Elixir Brasil, poderoso auxiliar no tratamento da sífilis e suas consequencias, a base de plantas medicinais brasileiras.

Todo jovem que seguir este simples conselho terá muitas satisfações. Para ele, o casamento não será uma sequencia de renuncias e sacrificios, mas sim, uma feliz jornada através dum sendeiro florido.

Elixir **BRASIL**

Figura 32 – Almanaque Agrícola Elixir Brasil, 1942, contra capa.

O cenário remete ao romantismo do casamento, momento esperado pelo casal. Noivo e noiva estão no primeiro plano, no centro das atenções. Porém, existe um elemento invisível representado, aquele que permeia a vida matrimonial, a enfermidade, a sífilis. O casamento legitimado pela instituição religiosa pode ser corrompido pelo mal urbano, pela imoralidade. Logo, o homem é incumbido a assumir a responsabilidade de limpeza do sangue num tratamento pré-nupcial, configurando assim, uma intervenção no corpo individual, o qual refletirá no corpo social.

O tratamento pré-nupcial era importante ferramenta de prevenção da sífilis, defendida pela eugenia. Segundo Diwan (2007) o médico toxicologista Agostinho José de Souza Lima (1842 – 1921), defendendo a eugenia da nacionalidade, propôs no final do século XIX uma lei a qual estabelecia a obrigatoriedade desse exame, impedindo legalmente que tuberculosos e sífilíticos instituíssem matrimônio, onde, a partir de sua aprovação, os enfermos seriam proibidos de casar e ter filhos. As discussões sobre a prática do exame pré-nupcial ocorreram desde final do século XIX, porém, ganhou contornos específicos, principalmente a partir da década de 1920, atravessando a primeira metade do século XX. Os eugenistas brasileiros, segundo Marques (1994), concebiam tal exame como “[...] um procedimento legítimo para restringir a ‘sexualidade patológica da espécie’ [...]” (MARQUES, 1994, p. 81) caracterizando-se assim numa das principais bandeiras defendidas por este movimento.

Diante disso, o sangue puro era imprescindível, haja vista sua característica vital para todo e qualquer ser humano. Durante o Estado Novo – período das propagandas sobre sífilis exploradas neste trabalho – a pureza do sangue era revestida por importante simbologia, pois concebido como o princípio da vida, poderia portar diversas doenças, maculando o indivíduo. Assim “o sangue saudável representava a nacionalidade saudável, do mesmo modo que o sangue puro era a certeza de uma raça pura.” (SIGOLO, 1998, p.188).

A sífilis iria exigir alta mobilização da sociedade como num todo, mas especificamente da eugenia, até fins da década de 1940, principalmente em relação ao futuro dos portadores da doença, bem como em relação ao futuro da raça e da nação. Exemplo disso são os anais da 1ª Conferência Nacional de Defesa Contra a Sífilis realizada em 1941, no qual deixava claro o valor patriótico de tal encontro, considerando a sífilis como “[...] um flagelo nacional um a mais desses vastos

problemas que transcendem do plano médico para o social e, à força de alardear-se sua extensão, surgiu aqui e espalhou-se lá fora a convicção de ser sífilítico quase todo brasileiro [...]” (Anais da Primeira Conferência Nacional de Defesa contra a Sífilis, 1941).

Podemos verificar então, através das propagandas dos almanaques de farmácia a partir dos mecanismos de tratamento da sífilis, uma nova dinamização de seu trato, uma vez que as considerações médicas em torno de tal enfermidade sofreram uma revolução, iniciada na primeira metade do século XIX, consolidando-se no início do século XX, permanecendo praticamente sem alterações até metade dos anos 1940. Isto ocorreu principalmente em relação ao seu agente de causa, sintoma, consequências tanto físicas quanto sociais, meios de profilaxia, inoculação e tratamento, configurando-se assim, segundo Carrara (1996) num modelo de discurso e em ações diretas governamentais, as quais visavam travar uma luta contra as doenças venéreas, transformando a sífilis em uma das mais graves ameaças à saúde pública.

3.3 O QUE HÁ ENTRE PAIS CRIMINOSOS E A FORÇA DO EXERCÍCIO FÍSICO

Acompanhando toda essa movimentação nacional em torno das questões educacionais e sanitárias, os almanaques de farmácia e suas propagandas, tentam disseminar as noções pertinentes em relação à educação da população, como já foi visto até o momento. Logo, é possível verificar na propaganda do *Almanack Cabeça do Leão do Dr. Ayer* de 1934 intitulada como *O crime dos pais* (figura 33) as formas encontradas pelo governo para o acompanhamento das pessoas contaminadas por doenças venéreas, neste caso, a sífilis. Na lateral direita da propaganda, os personagens. Crianças doentes, apáticas e com manifestações sífilíticas pelo rosto, que permaneceram nesta condição pelas marcas causadas pela enfermidade. O Estado faz o que está ao alcance, construindo creches, dando auxílio para as mães, construindo espaços para ginástica entre outro. Porém, a sífilis, relacionada à degeneração da raça, é uma doença silenciosa e que atingiu, de forma enfática, boa parte da população brasileira nas primeiras décadas do século XX.

O CRIME DOS PAES

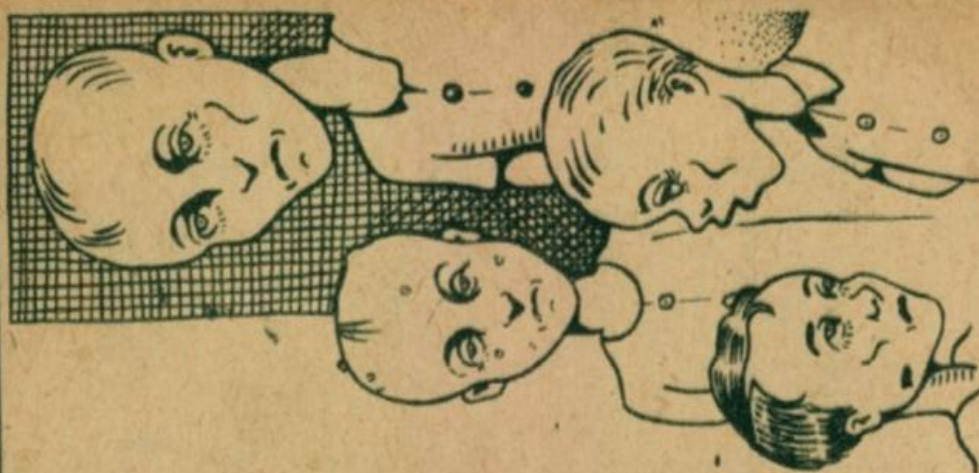
CREAR uma geração futura, forte e sadia, preparando do mais altos destinos para a patria, é hoje preocupação de todós os povos cultos.

Para esse fim o Estado interessa-se com a natalidade, prestando assistencia ás mães, creando "crèches", solaris, campos de gymnastica, etc., protege os desportos de todo o genero, em summa, tudo faz para que a geração por vir seja dotada physicamente de condições perfectas de saude, vigor e efficiencia.

Mas ainda não é tudo; é preciso evitar que as creanças sejam geradas trazendo já certos estygmas de degenerescencia, germens de certos males que abrem a porta á fraqueza e á miseria organica. E' necessario um tratamento pré-nupcial quando tal se faça mister. Os noivos devem ser submettidos a uma cura do sangue impuro, afim de que os filhos não sofram as consequencias, o que seria uma crueldade e um crime.

Nenhum medicamento tem dado melhor resultado que a Salsaparrilha do Dr. Ayer, poderosissimo depurativo do sangue, tonificante geral do organismo que delle expelle todas as impurezas e vestigios de males venereos. O uso da Salsaparrilha do Dr. Ayer antes do casamento é uma garantia de prole forte, bella e perfeita, e com a Salsaparrilha no lar ha saude e felicidade.

Emquanto a Salsaparrilha do Dr. Ayer fortalece aos moços, este bom remedio tonifica ás moças, tornando sua pelle linda e avelludada, e melhorando toda sua disposição. Leve um frasco de Salsaparrilha do Dr. Ayer para sua casa.



SALSAPARRILHA
DO DR. AYER

Figura 33 – Almanack Cabeça do Leão do Dr. Ayer, 1934, p. 10.

A teoria da degeneração²⁵ tinha como escopo, explicar e investigar a propensão de determinados indivíduos em desenvolver determinadas enfermidades, com base na corrupção e inferioridade biológica, considerando fatores externos ao qual o indivíduo estava inserido, como o clima, o social e a moralidade, marcando assim a devoção pela identidade (CARRARA, 2007). Desta forma, pela teoria da degeneração, o diferente não poderia fazer parte do mundo civilizado, logo, tais concepções iriam atingir os sífilíticos, configurando um critério de avaliação de indivíduos e grupos sociais.

Sobre este tema, Carrara (2007) considera que esta teoria foi um dos lemas da luta antivenérea no Brasil, a qual se intensificou no início do século XX. O autor reflete sobre a possível hereditariedade sífilítica, pois durante o século XIX, acreditava-se nesta forma de aquisição da enfermidade. Porém, no início do século XX, médicos e cientistas constataram que esta afirmação era errônea, uma vez que o *treponema pallidum* não é transmitido através do óvulo ou esperma e sim, no momento do parto via placenta.

Um dos mecanismos utilizados pela luta antivenérea girava em torno da invisibilidade da doença explorado pela iconografia e discursos

colocando o doente perante a sociedade, numa relação homóloga [...] entre treponema e o organismo, este raciocínio vai se tecendo lenta mais firmemente no âmbito do discurso médico. Em certo sentido, “preparava” ideologicamente o campo social para que medidas médico sanitárias nada liberais pudessem ser adotadas, como efetivamente o foram em inúmeros países. (CARRARA, 2007, p.47).

Estas características se fizeram presentes nas propagandas analisadas neste trabalho, pois em todos os casos que tratam da sífilis aqui expostos, a representação da invisibilidade da doença está presente. Esta representação assume plenamente a característica de fazer presente algo ausente, discursado por Chartier (1991), pois a invisibilidade da doença tornava o sífilítico ainda mais temido. Dessa forma, a partir da década de 1930, os médicos passaram a difundir e incutir de forma mais intensa os exames pré-nupciais aos noivos, pois a intenção era a proteção das esposas. Assim, esta forma de profilaxia era considerada por alguns como um rito de passagem sanitário, pois seria aplicado ao sujeito num momento m

²⁵ Para Carrara (2007), a teoria da degeneração tem datação específica, com surgimento em meados do século XIX e desaparecimento em meados do século XX, decorrente principalmente, do esfacelamento dos regimes nazi – fascista e com o pós guerra, momento no qual a ressonância desta teoria, perdeu sentido de conotação técnica e áurea científica.

que ocorre uma mudança de situação social, configurando-se num mecanismo dessa natureza (SCLIAR, 1997).

As noções de higiene e educação sanitária tratadas até o momento e consideradas como parte do processo de normatização da vida moderna, devem ser consideradas também, no caso das propagandas de medicamentos para as crianças. Voltadas para atenção e cuidado para com o futuro da nação, as propagandas dos almanaques de farmácia, em sua maioria, tratavam de vermífugos e fortificantes, como é o caso do *Almanack Xavier* de 1937, com propaganda intitulada *A morte ronda os seus filinhos* (figura 34).

Nesta propaganda, o mal invisível se faz presente na imagem. As crianças com aparência saudável são a representação do cuidado dos pais para com elas, logo, um pequeno descuido, pode prejudicar suas vidas, da família e consequentemente, da nação. A morte ao fundo, está num movimento de abraço, prestes a alçar a vida dos pequenos, simbolizando aqui, os efeitos desprezíveis causados pelos vermes intestinais, pois como o texto diz, é assustador o número de mortes causadas pelos vermes em nosso país.

A infância está aos cuidados dos pais, os quais são responsáveis por salvaguardar seus filhos e filhas desse flagelo pela 'cruzada de salvação'. Crianças raquíticas, anêmicas, tristes e sem ânimo para estudar. Aqui está o dever primordial, formar cidadãos saudáveis para servir a nação através da medicina, mecanismo do progresso.

Segundo Chaves (2011) é possível afirmar que houve a consolidação no Brasil, a partir do final do século XIX, da visão pedagógica a qual conceberia a relação entre a educação infantil, o desenvolvimento mental e os cuidados com o corpo, visando a plena formação do indivíduo, bem como do coletivo.

A MORTE RONDA OS SEUS FILHINHOS

Através dos terríveis vermes intestinaes ella mina a saúde das creanças, conduzindo-as, sorrateiramente, para o tumulo. Defenda a vida dos seus entes queridos.

E faça-o immediatamente, antes que seja tarde demais.



São verdadeiramente assustadoras as estatísticas a respeito da mortandade infantil em nosso paiz. Impiedosamente a morte terrivel vae roubando milhares e milhares de vidas de infelizes creancinhas, privando o nosso Brasil de elementos que lhe poderiam ser preciosos e atirando sobre centenas de lares o luto, o desespero e a dôr.

E está devidamente provado que os responsaveis por tamanha calamidade são os vermes intestinaes, os terríveis parasitas que atacam o organismo fragil das creanças, tornando-as rachiticas, enfatiadas, insomnes e tristes e levando-as, aos poucos, para o tumulo.

Torna-se absolutamente necessario dar combate a esse flagello. E aos paes cabe o mais importante papel nessa verdadeira cruzada de salvação.

E' preciso que elles saibam que a maioria das doenças que affligem os seus filhinhos tem por causa os terríveis vermes intestinaes: creanças rachiticas, nervosas, pallidas, enfatiadas, victimas constantes de vomitos, diarrhéas e de varias outras complicações, são creanças atacadas pelos vermes intestinaes, são creanças condemnadas ao soffrimento e á morte si os seus paes não tomarem providencias urgentes. Essas providencias se resumem no seguinte: fazer expellir dos intestinos das creanças os vermes que as abatem e torturam, empregando um vermifugo efficaz, suave, inoffensivo á sua saude.

Para os vermes intestinaes das creanças só um vermifugo. E vermifugo que preencha as condições exigidas pelos grandes especialistas (efficiencia, suavidade, perfeita tolerancia pelo organismo tenro das creanças), só o **LICOR DE CACAU VERMIFUGO DE XAVIER**, o grande remedio, consagrado por 40 annos de successos.

Façam os paes com que os seus filhinhos usem o **LICOR DE CACAU XAVIER** e elles expellirão os vermes intestinaes que os estão inutilizando, tornando-se fortes, alegres, cheios de vida e saude.

O **LICOR DE CACAU XAVIER** defenderá os seus filhinhos contra a morte que os ameaça, levando ao seu lar a alegria, a paz e a saude e fazendo delles a geração forte e sadia de amanhã.

Não existem, pois, os paes extremosos que nos lêem: pelo bem da saude e da vida dos seus filhos dêem-lhes o **LICOR DE CACAU VERMIFUGO DE XAVIER**.

Neste caminhar, os almanaques de farmácia trataram dos aspectos da vida escolar das crianças, como é o caso do *Almanach d'A Saúde da Mulher* de 1938 (figura 35) com propaganda marcando o calendário do mês de março.



Março
3º MEZ 31 DIAS

O TEMPO: Ventos fortes no principio do mez; de 10 a 16 tempo agradável e quente no Centro e Sul; Chuvas no Sul entre 20 e 30; quente no Norte

1	Ter.	Carnaval
2	Qua.	Cinzas
3	Qui.	Ss. Martinho, Tito
4	Sex.	Ss. Casimiro, Camillo
5	Sab.	Ss. Euzebio, Rogerio
6	Dom.	O Sagrado Lençol N. S
7	Seg.	São Thomaz de Aquino
8	Ter.	São João de Deus
9	Qua.	Ss. Candido, Francisco
10	Qui.	S. Militão
11	Sex.	S. Constantino
12	Sab.	S. Gregorio Magno
13	Dom.	As 5 Chagas de N. Senhor
14	Seg.	Sta. Mathilde
15	Ter.	Santo Henrique
16	Qua.	Ss. Cyriaco, Hilario
17	Qui.	S. Patricio, Sta. Gertrudes
18	Sex.	São Gabriel Archanjo
19	Sab.	São José

Os escolares de hoje serão o Brasil de amanhã. Não um paiz de gente fraca, doente e rachitica; mas uma nação de homens vigorosos, saudáveis e alegres. O caminho a seguir: alimentação racional, exercicios phisicos moderados e **NUTRION** — o fortificante admiravel, que contém arsenico, phosphoro e ferro; que é o tonico do sangue, dos musculos e dos nervos; que fortifica e alimenta.

Figura 35 – *Almanach d'A Saúde da Mulher*, 1938, p.06.

Como nos lembra Kuhlmann Jr. e Magalhães (2010), o processo de centralização política de Vargas ocorreu no durante os anos 1930 e 1940, caracterizando-se uma um cuidado e maior ênfase nas instituições escolares, concebendo este ambiente, num elemento de valorização da nacionalidade. Os personagens da propaganda são três meninos, alegres, saudáveis e com trajes e

materiais escolares. O início do texto já destaca a função e papel dos escolares, como o futuro da nação, e posteriormente destaca que com as crianças na escola, o país não será um local de pessoas fracas e doentes, mas sim de indivíduos saudáveis, vigorosos e alegres, tudo isso por meio de uma boa alimentação, exercícios físicos e o uso do fortificante *Nutrion*, tônico para o coração.

A ênfase dada para o ambiente escolar, bem como pelo prazer de estudar para as crianças, fica evidente nos almanaques de farmácia, como no caso do *Almanaque Guaraina* de 1940, com propaganda intitulada *A casa do suplício* (figura 36) do medicamento *Calciovitamina*.

Nela, o personagem central é um menino com trajes escolares posicionado em sua carteira na sala de aula, utilizando orelhas de burro, e ao fundo, o restante da turma direcionando os olhares para este. No início do texto é possível identificar o que está acontecendo com o menino, pois sofre uma tortura moral por ser o “último” da classe, decorrente da fraqueza mental e física. Ainda no texto, a ação está direcionada para os pais, pois este atraso nos estudos do “seu filho” é ocasionado pela fraqueza que sente. Para tanto, o ideal é dar ao filho o medicamento promovido, pois somente dessa forma, a escola não será mais ‘a casa do suplício’.

Segundo Marques (1994), o ambiente escolar era considerado pelos eugenistas como um local que proporcionava o aperfeiçoamento físico, mental e moral do indivíduo, logo, o saneamento pela educação seria peça chave neste processo de instrução nacional para o progresso. Assim, como forma de incutir hábitos saudáveis nas crianças, as escolas, além de aplicar a educação moral e intelectual nos alunos, praticava a educação higiênica, que era “[...] antes de mais nada, “a prática da saúde”, o beneficiar-se cientificamente de conhecimentos que proporcionariam “vida saudável” ao mesmo tempo em que se cultivaria a vontade, elevando o caráter para tornar o cidadão apto para construir a grande nação.” (MARQUES, 1994, p. 108), refletindo assim, na normatização do cotidiano do aluno e consequentemente da família.

Dessa forma, o ambiente escolar também foi incorporado como um mecanismo da disseminação do ideal de progresso, “[...] destacando-a da definição mais ampla de educação, relacionada em geral nos almanaques do período anterior aos hábitos higiênicos e aos cuidados com a saúde.” (KUHLMANN; MAGALHÃES, 2015, p. 335)



A Casa do Suplício

Veja a tortura moral a que seu filho é submetido na escola por ser o último da classe. Entretanto, é uma criança que merecia melhor destino, pois se tem o cérebro fraco, o seu coração e sensibilidade são perfeitos e ela chora lágrimas de sangue por não poder acompanhar seus companheiros nos vivos progressos que fazem.

O atraso de seu filho nos estudos vem apenas de fraqueza geral que ele sente.

Dê-lhe "Calciovitamina". Faça do seu filho uma criança sadia, para a qual a escola não mais constitua como hoje, uma casa de suplício.

Figura 36 – Almanaque Guaraina, 1940, p.12.

Juntamente com estes aspectos, relevante salientar a utilização das práticas esportivas e exercícios físicos para a preparação do indivíduo saudável e eficaz para a nação. Neste aspecto, podemos verificar a presença de várias propagandas dos almanaques de farmácia que revelam este elemento, como é o caso do *Almanach d'A Saúde da Mulher*, 1938 com a propaganda *Aos 10 anos era o mais forte da turma, aos 20 um Tarzan de alfaiate. Por que?*(figura 37).

Observamos nesta propaganda, a presença de um personagem em momentos distintos. No segundo plano, encontra-se ele aos dez anos de idade, saudável e adepto da prática de exercícios físicos. No primeiro plano, ele aos vinte anos, com novos hábitos de vida, entre eles o uso de cigarro e a vida desregrada, principalmente em relação aos exercícios físicos. Título e texto nos revelam e resumem a vida do personagem. Ele não pratica exercícios físicos e também não possui uma alimentação saudável como aos dez anos, pois agora, precisa recorrer às artimanhas da alfaiataria para camuflar sua fraqueza física.

Segundo Delgado e Schuffner (2007) durante o Estado Novo a prática do esporte e da educação física foram considerados mecanismos pedagógicos capazes de transmitir modelos disciplinares caracterizados por valores cívicos como por exemplo patriotismo, ordem, cooperação, disciplina, hierarquia e trabalho, incentivando assim, o desenvolvimento do indivíduo e também em benefício do nacional. Neste caminho, em 1931, o Ministro da Educação e Saúde do governo Vargas, Francisco Campos (1891 – 1968) elaborou a primeira reforma educacional, estabelecendo a obrigatoriedade da prática de exercícios físicos para o ensino secundário e em 1937, a Constituição tornou obrigatório a educação física para o ensino primário.

Segundo as autoras, acreditava-se que a prática de esportes contribuiria para o melhor desempenho e produtividade do indivíduo. Assim, os Ministérios do Trabalho e de Educação e Saúde adotaram medidas legais para garantir a preservação, aumento e recuperação da capacidade de produção do cidadão, uma vez que esta ação estava intrinsecamente ligada com o progresso do país.

AOS 10 ANNOS
era o mais forte
da turma



AOS
20



um Tarzan de alfaiate

Porque?

Porque abandonou os exercicios physicos, e porque sua alimentação não tem sido cuidada como devia ser.

Si elle continuasse a praticar esportes, e tomasse NUTRION para corrigir as deficiencias da alimentação, hoje não precisaria recorrer a artificios de alfaiate para apparentar uma robustez, que não possue.

Evitar situações dessas é facilimo, com o grande tonico dos musculos, do sangue e dos nervos:

Nutrition

Figura 37 – Almanach d'A Saúde da Mulher, 1938, p.15.

As práticas esportivas adentraram o país com maior intensidade, principalmente no início do século XX, juntamente com as demais novidades dos modos de vida. Para Sevcenko (1998), a febre esportista teve notoriedade principalmente durante as décadas de 1920 e 1930 onde o termo “civilização esportista” não designaria apenas “[...] à prática generalizada de diferentes modalidades de esporte, mas à generalização de uma ética do ativismo, a ideia de que é na ação e portanto no engajamento corporal que se concentra a mais plena realização do destino humano.” (SEVCENKO, 1998, p. 568 – 569). Assim, o hábito a prática de esporte fora estimulada pelo Estado Novo desde a infância, pois desta forma, acreditava-se na formação de uma população com corpos fortes, sadios e preparados para o trabalho.

Neste aspecto, Marques (1998) relata o trabalhador brasileiro, ou o homem máquina teria em seu corpo um ambiente propenso a ser modelado,

[...] esculturado, adaptado para processos produtivos em que a força física disciplinada deve adaptar-se perfeitamente à máquina, para tornar-se extensão dela [...]. Nas escolas, engendrou-se um processo disciplinar cuja estratégia assentada na educação moral fazia emergir o mundo dos educandos para transvesti-lo profilaticamente de hábitos sadios, realizando através da higienização normalizadora o controle dos trabalhadores e de seus filhos, tornando-os corpos dóceis, moldados para o processo industrial que se desenvolvia. Sim, porque a escola buscava ordenar espíritos e “corpos promíscuos”, advindos daqueles “cortiços infectos”, “de vida desregrada”, intentando metodicamente incutir-lhes a disciplina moral e física. (MARQUES, 1998, pp. 119 – 120.)

Assim, foram representados nas propagandas dos almanaques de farmácia, elementos relevantes e essenciais na vida das crianças e jovens, onde a escola foi uma das instituições sociais que incorporaram o discurso de progresso da nação, destacando os hábitos de higiene, educação sanitária, a necessidade da instrução escolar bem como as práticas de exercícios físicos.

3.4 EM PRIMEIRO LUGAR, O LAR FELIZ OU O SUPLÍCIO MENSAL?

A partir do exposto, o cuidado com o corpo não ficou restrito apenas às crianças e jovens em fase escolar, nem tampouco aos trabalhadores. As mulheres foram elementos fundamentais nesse processo de absorver e inculcar valores referentes ao progresso individual e coletivo.

Exemplo são as propagandas que incentivam a prática do aleitamento materno, como podemos verificar no *Almanaque do Biotônico* de 1939, com propaganda intitulada *Em primeiro lugar* (figura 38).

A personagem da propaganda é uma jovem mãe, a qual tem em seus braços seu (sua) filho (filha) num ambiente calmo e tranquilo, dedicando seu tempo e atenção para o momento sagrado da amamentação. O texto logo ao lado traz à leitora e também ao leitor, dados relevantes sobre a amamentação, bem como ao incentivo por parte de médicos para esta prática, pois através da amamentação é que ocorre uma plena condição certa do desenvolvimento saudável da criança. Para que isso ocorra, as mulheres, seja durante a gestação bem como durante o período de amamentação, são orientadas a utilizar um fortificante, neste caso *Biotônico Fontoura*, pois assim haverá o fortalecimento do organismo deixando o leite mais rico em nutrientes essenciais para o desenvolvimento do bebê. Será desta forma que esta criança terá condições ideais para vencer na vida e enfrentar qualquer dificuldade.

O leite materno, aconselhado para o consumo principalmente nos primeiros meses de vida, seria um mecanismo de transmissão de força e vitalidade para o bebê. Porém, existiam casos em que a mãe não poderia amamentar, devido a pouca quantidade de leite, ou até mesmo, pelo aumento da industrialização e inserção da mulher no mercado de trabalho. Sobre este assunto, outros alimentos passaram a ser incorporados na alimentação diária das crianças, como fortificantes, medicamentos a base de cálcio, leite em pó ou leite condensado. Estes últimos, foram temas de intensos debates, em relação seu valor nutritivo, como destaca Stancik(2002) pois o esquema promocional levantado para promover estes alimentos, levantaram a pauta de substituição destes em relação ao leite materno. Foi durante A Primeira Conferência Nacional de Leite e Laticínios – realizada no Rio de Janeiro em 1925 – que “médicos levantaram-se protestando contra anúncios que propunham o emprego do leite em pó em lugar do materno [...]” (STANCIK, 2002, p. 88).

Em primeiro-lugar-



A amamentação pelo leite materno é a primeira e mais importante condição da saúde e perfeito desenvolvimento das creancinhas. Assim, de ha muito que todos os medicos conscienciosos recomendam ás mães que tudo façam para poderem criar os seus filhos com o proprio leite. Para esse effeito, indicam, durante a gravidez e, depois, no periodo da amamentação, o uso do mais completo fortificante, BIOTONICO FONTOURA, o qual fortalece o organismo, dá boa disposição, bom humor e alegria, tornando o leite abundante e rico de principios sãoes e nutritivos. Com o BIOTONICO FONTOURA, a saúde da Mãe transmite-se ao filhinho, e este entra na vida com o maior de todos os bens e com toda capacidade para enfrentar e vencer, na existencia.

BIOTONICO FONTOURA

Figura 38— Almanaque do Biotonico, 1939, p. 11.

Assim, os almanaques de farmácia, caminhando junto com os anseios e necessidades da sociedade, destacavam sempre o emblema da mulher, a maternidade, seja nos cuidados com a alimentação dos filhos e filhas, ou no cuidado com o corpo doente. Para Casa Nova (1996), a mulher, presa ao seu sexo e reduzida aos órgãos internos e inferiores, teria na fragilidade e sensibilidade a justificativa da ciência para exercer poder sobre o corpo feminino. Assim, estes traços refletiram em seu físico e personalidade, bem como nas doenças, vapores, histeria. Segundo a autora é na doença que se revela e exige a verdade sobre o corpo feminino, bem como as condições que resultaram em determinada enfermidade (CASA NOVA, 1996).

No caso das propagandas dos almanaques de farmácia destinadas às mulheres, fica evidente a característica pedagógica, pois o discurso médico presente nas propagandas colabora com a sustentação do discurso normativo, principalmente referentes ao processo de industrialização e desenvolvimento ao qual o Brasil passou nas primeiras décadas do século XX.

Como uma representação modelar (CASA NOVA, 1996), os almanaques de farmácia reafirmam a posição da mulher na sociedade, seu papel e sua identidade como protetora do lar, como é possível verificar na propaganda do *Almanach d'A Saúde da Mulher* de 1929 intitulada *O lar feliz* (figura 39).

Os personagens são um homem, uma mulher e uma criança, todos representando a tão almejada pureza – seja da raça ou dos corpos – e a fortaleza de uma instituição forte e coesa. O “lar feliz” está assim representado e também presente no imaginário da sociedade industrial e patriarcal. Porém, cabe à mulher, com um sorriso acolhedor, filhos asseados e marido feliz, manter este ambiente. Tudo isso depende das condições de saúde da mulher/esposa/mãe, pois sem saúde, a família tende ao seu desmoronamento.

Segundo Buitoni (2009), o chavão do eterno feminino é correspondente ao senso comum de procurar qualidades – praticamente abstratas – como maternidade, beleza e doçura estão presentes na imprensa quando o foco é a mulher. Assim, qualidades ideais e reais ficam cada vez mais distantes uma da outra estimuladas por tal mecanismo persuasivo.



O LAR FELIZ

“**L**ar feliz” é o lar onde o marido encontra o refugio sereno para o seu repouso dos combates diarios a que o obriga a lucta pela vida. Um lar feliz é a athmosphera da paz, de tranquillidade, o sorriso acolhedor da esposa, o aspecto tratado do filhinho, a ordem da casa,—bens supremos que so pôdem existir em consequencia da boa saude da companheira.

Uma esposa sem saude é o desmoronamento da felicidade domestica. É, pois, essencial que toda a esposa faça o possivel para cumprir o seu *dever de ter saude*.

Desde cedo, desde o inicio de sua vida adulta, sabem as Senhoras que a principal ameaça de sua saude é o cortejo terrivel das “Doenças do Utero e dos Ovarios”.

Mas as Senhoras sabem tambem que, para tão grandes males, existe remedio infallivel é

A SAUDE DA MULHER

o afamado medicamento que, combatendo com efficacia todos os “Incomodos de Senhoras”, representa, para todos os lares, uma segurança de Ventura permanente

Figura 39 – Almanach d'A Saúde da Mulher, 1929, p. 19.

As qualidades morais direcionadas às mulheres giram em torno dos signos saúde, beleza e felicidade, compondo assim, boa parte das propagandas dos almanaques de farmácia. A socialização da saúde, tanto no campo como nos centros urbanos utilizam estes signos para divulgar o discurso e ideal de higienização dos corpos, uma vez que o futuro dos filhos depende da excelência na condição física dos pais.

Segundo Casa Nova (1996), tal prática higiênica contribuiu para a construção de modelo de conduta social dos homens e mulheres, logo “essa identificação entre masculinidade e paternidade, feminilidade e maternidade foi o padrão regulador da existência social e emocional de homens e mulheres no século XIX e chegou ao século XX, no Brasil, com o fim de integrar a família à ordem urbana.”. (CASA NOVA, 1996, p. 104). Modificam-se os hábitos e estabelecem regras comportamentais para indivíduos e sociedade, principalmente no que diz respeito às noções de higiene dos corpos e da moral.

A mulher é elemento inerente à disseminação do discurso de progresso pelo viés da medicina, pois com sua função definida no seio da família e também da sociedade, tem em seu organismo o foco da reprodução saudável, gerando indivíduos fortes para o trabalho.

Logo, todas devem cuidar de seu organismo, para que seja possível o desempenho total e eficácia nas atividades onde atuam, pois a boa saúde feminina é garantida com o medicamento *A Saúde da Mulher*. Como nos lembra Casa Nova (1996) os signos da saúde e felicidade são utilizados pelas propagandas para que haja por parte da leitora/consumidora o reconhecimento de uma ordem, que caminha em direção ao progresso. A intenção primordial é colocar o corpo em ordem para que proporcione bons frutos para a sociedade.

As características da mulher ‘histórica’, nervosa debilitada e doente também povoaram as propagandas de medicamentos femininos, como é o caso do *Almanaque do Biotônico*, e 1942 com a propaganda *Todos os meses este suplício!* (figura 40).



TODOS OS MESES. ESTE *SUPLICIO!*

Dores pelo corpo, dor de cabeça, indisposição, nervosismo, tonturas, desânimo, irritabilidade! Nesses dias uma mulher julga-se impresentável, sem graça nem alegria, incapaz de sentir prazer em coisa alguma. Parece uma condenação, um capricho do Destino! Entretanto esses distúrbios periódicos podem ser facilmente suavizados, podem tornar-se quasi despercebidos, com o emprego de uma *m e d i c a ç ã o a d e q u a d a*. O REGULADOR FONTOURA realiza essa tarefa. Seu uso faz cessar todos os padecimentos, equilibra as funções do organismo feminino, restabelecendo a alegria, o bom-humor e a vontade de viver em todos os dias do ano.

REGULADOR FONTOURA

Figura 40 – Almanaque do Biotônico, 1942, p. 20.

Este tipo de representação feminina se faz muito presente nas propagandas dos almanaques de farmácia estudados neste trabalho. A personagem principal está deitada na cama, com semblante de dor e sofrimento e logo abaixo, o texto nos informa que todo mês é este sofrimento, com dores no corpo, na cabeça, nervosismo e irritabilidade, sintomas decorrentes do mau funcionamento do sistema reprodutor feminino.

Essas características da mulher nervosa e ‘histérica’ caracterizaram a personalidade feminina, principalmente a partir do século XVIII, com as afecções vaporosas, mais conhecidas por histeria (CASA NOVA, 1996), onde essa enfermidade deriva do sexo, logo, sentimento físico e moral são considerados como patológicos. Assim, a mulher vive no ciclo próprio, constituído pelas regras e partos. Nesta propaganda a solução para tal malefício é o Regulador Fontoura, o qual vai equilibrar o organismo e devolver a alegria e felicidade de viver para a paciente.

Segundo Casa Nova (1996) “no almanaque, cansaço, mal-estar, melancolia, incômodos são sintomas descritos como próprios da mulher e fazem seu contorno histórico. Tudo vem do útero, dirá o discurso médico, ou seja, tudo decorre de sua condição “natural” de mulher.” (CASA NOVA, 1996, p. 100). Dessa forma, a mulher é marcada pelas etapas da vida, caracterizando o discurso médico sobre o corpo feminino no sentido de reprodutor de sentidos, individuais e sociais.

As propagandas dos almanaques de farmácia estimulam características que giram e torno do corpo doente e corpo saudável, e dessa forma, socialmente aceito e rentável. Nestas propagandas, as mulheres são a representação do ideal a ser seguido pela leitora/consumidora. Dessa forma, perpassa pela educação sanitária, local onde eficácia deste discurso encontra-se justamente na ação de imitação, consciente ou não do receptor, a partir da identificação por determinado modelo proposto pelos almanaques de farmácia, seja por relação de oposição ou de semelhança.

Assim, nas propagandas dos almanaques de farmácia, o *exemplum in contrarium* ou *antimodelo* é exemplificado, seja no Jeca Tatu que sofre com o amarelão, com os homens e mulheres enfermos pelas doenças venéreas, as crianças escolares adeptas das práticas de exercício, ou as mulheres, esposas e mães, dedicadas ao lar ou trabalhadoras, são considerados todos co-autores da sociedade almejada, a partir da ordem pelo progresso e através da educação sanitária e higiênica, dos corpos e da sociedade.

A construção do discurso e persuasão das propagandas dos almanaques de farmácia é construída a partir de analogias e verossimilhanças, onde imagens e textos proporcionam aos leitores/consumidores estereótipos de vida, de higiene e de práticas. Logo, “um homem saudável, risonho, bem vestido, limpo, de boa aparência, remete a uma ideia de educação, virtude, saúde: modelo do pai a ser seguido [...] o mesmo se dá em relação à mulher e seu modelo, a mãe. [...] a figura estereotipada repete gestos, posições determinadas e, por isso mesmo, adquire significação maior. Através dela, mais facilmente faz-se a persuasão, logo, a adesão.” (CASA NOVA, 1996, p. 78).

Almanaques de farmácia, com suas propagandas, seus dispositivos persuasivos e pedagógicos, caminham ao lado de ideais concebidos pelas elites nacionais, para a formação de uma nação eficaz e preparada para o progresso. Teorias, movimentos raciais e noções da ciência moderna configuram esta publicação com particular, pois de fácil acesso, traduziu em imagens e textos discussões de cunho científico e político que ocorreram nas primeiras décadas do século XX, para o cotidiano de inúmeras pessoas, sejam essas da zona rural, as quais sofriam com amarelão e maleita, ou dos conturbados centros urbanos, onde a sífilis e febre amarela ganhavam espaço.

Com o advento da República, o brasileiro foi pauta de discussão. O positivismo embalou ideais e práticas de uma renovação social. O Brasil seria um país distinto dos famigerados países europeus, pois contava com a mestiçagem como referência e de alto poder de sedução.

Entretanto, cuidar desse povo mobilizou esforços de intelectuais e políticos de forma enfática até meados do século XX. Raça, clima, doença e descaso, tudo girava em torno do autêntico brasileiro, de um lado, o Jeca Tatu o bode expiatório do *phármakon* (Casa Nova, 1996) e da moderna medicina, e na outra ponta, a mulher, a mãe, a dona de casa e a esposa, onde com seus problemas do sistema reprodutor, é a representação do nervosismo e do histerismo, configurando assim, a mulher brasileira.

E dessa forma, almanaques de farmácia e suas propagandas entraram nos lares de muitos cidadãos brasileiros. Auxiliaram na disseminação de novas práticas de cura, higiene, moral e comportamento. São altas doses de ciência em poucas folhas, mas que refletiram os anseios, debates e necessidades de uma nação que contava com a ciência, como mecanismo de avanço e progresso.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi a partir da consideração dos almanaques de farmácia como mecanismos persuasivos que caminhavam juntamente com os anseios do contexto ao qual estavam inseridos, que nos propusemos a realizar esta dissertação. Pudemos constatar que as propagandas dos almanaques de farmácia, juntamente com seus medicamentos e governo, traçavam caminhos paralelos, como afirmam Bueno e Taitelbaum (2008), com trocas de conteúdos e informações, sempre tendo na pauta, as discussões do campo da saúde que estavam em voga no momento.

Pudemos exemplificar tal assertiva a partir dos resultados obtidos através das ferramentas metodológicas proporcionadas pela Análise de Conteúdo e pela reflexão acerca dos conceitos de representação e imaginário. Subsidiados por toda discussão bibliográfica, pudemos verificar a ocorrência de questões diretamente ligadas às discussões em torno da educação sanitária como um dos mecanismos de progresso da nação e representadas nas propagandas dos almanaques de farmácia.

O terceiro capítulo, destinado à análise das fontes, foi constituído por fontes que foram mostrando-se “interessadas” em fazer parte desta pesquisa, sendo inevitável não trabalhar com estas que se encontram na presente dissertação. Para tanto, exploramos as propagandas que mais evidenciaram, entre tantas outras, as características como instrumentos persuasivos, que auxiliaram na disseminação do ideal de progresso da nação, a partir de noções de educação sanitária, profilaxia e cuidados com a saúde.

Verificamos nas propagandas analisadas, que o ideal de homem para o país, seria aquele que tivesse corpo sadio, sem sofrer com as agressões das enfermidades, como o amarelão, e que a preguiça e indolência, até então considerada como típica do brasileiro por intelectuais, seria o sintoma de uma enfermidade maior, o descaso do poder público com a população que vivia distante dos centros urbanos, resultando na ausência de noções de saúde, higiene e educação sanitária, bem como de tratamento de doenças.

O Jeca Tatu passou a ser o “bode expiatório” (CASA NOVA, 1996) e a antítese personificada do ideal do homem médico, pois sofria com as enfermidades devido à falta de educação sanitária e sem noções básicas de profilaxia. O homem e suas transformações foram abordados, ora como lavrador e operário, ora como pai

de família, os almanaques de farmácia representam os papéis masculinos instituídos através da medicina. Caracterizam condutas físicas e morais, com a finalidade de reprodução saudável da raça, visando o bem da coletividade a partir das noções da vida higiênica.

O lavrador atingido pela ancilostomose e o trabalhador urbano, operário, atingido pela sífilis são o *antimodelo* do cidadão almejado pela nação, pois é através da tristeza e doença, que o discurso médico presente nas propagandas, incute nos leitores o real desejo, de corpos saudáveis alicerçados pela felicidade, saúde e riqueza. Assim são configuradas pela classe dominante, uma representação junto do imaginário social, de construção de valores desejáveis ao progresso, onde os robustos lavradores e operários se tornam os personagens de inspiração para os leitores.

Constatamos a incorporação do discurso sanitário nas propagandas dos almanaques de farmácia bem como a divulgação de ideias referentes à modernização do país, por exemplo, na propaganda intitulada *Crime dos pais* do *Almanack Cabeça do Leão* do Dr. Ayer de 1934.

A educação sanitária da infância, presentes nas propagandas de medicamentos destinados para este público, era um mecanismo da normatização da sociedade moderna. A disciplina e os cuidados com o corpo, presentes para o homem, por exemplo, foi estendida à infância, onde sua concepção estava pautada na promoção de condições saudáveis e então, o futuro da nação produtiva, estaria salvaguardado, sempre amparado pela ciência, como propulsora do progresso.

Dessa forma, medicamentos como os vermífugos, fortificantes e xaropes, estavam no rol dos mais utilizados durante a infância, pois a partir deles, a criança estaria livre de enfermidades que acometessem seu cognitivo e desenvolvimento físico, elementos tão requisitados e valiosos para o futuro da nação.

Crianças no âmbito escolar passaram a fazer parte com maior ênfase das propagandas dos almanaques de farmácia a partir da década de 1930, momento em que as campanhas de alfabetização e divulgação dos hábitos de higiene associavam as crianças ao ambiente escolar. Assim, o baixo rendimento escolar foi tratado pelos almanaques de farmácia, como um dever patriótico, como na propaganda *A casa do suplício* presente no *Almanaque Guaraina* de 1940, pois o fracasso escolar passou a ser considerado como uma tortura, tanto para a criança quanto para a família. Este

era o indício da incorporação da instituição escolar nos discursos que visavam o progresso da nação.

As propagandas destinadas ao público feminino são a representação da mulher em seu mais puro espírito, construído a partir de signos e valores constituídos por instituições de nossa sociedade, é a mulher mãe, esposa, feminina e revestida da fragilidade, sendo a partir da leitura dos sintomas do corpo , que as propagandas dos almanaques de farmácia deliberam seu poder persuasivo.

O drama feminino encontra-se no útero, local onde ciência e sociedade se encontram. A doença tem a função de exibicionista, autorizada pela ciência, do corpo feminino, bem como os resultados obtidos pelo uso dos medicamentos. Novamente aqui, saúde, beleza e felicidade são signos almejados pela leitora e para tanto, a medicalização torna-se instrumento de limpeza e purificação dos corpos e da moral.

Dessa forma, os corpos tornam-se instrumentos do produto social e cultural, onde a saúde e beleza são simbolicamente aceitos e rentáveis para o coletivo. No imaginário, tais características adentram no ideal de progresso, onde a partir da saúde e higiene, existe a possibilidade de gerar e acumular riquezas.

A partir das propagandas de medicamentos industrializados dos almanaques de farmácia, foi possível compreender o poder do saber científico que estava sendo proposto pelo Estado. A higiene, o tratamento e a profilaxia dos corpos, perpassando pelo patriotismo, eram aspirados para um fim comum e coletivo, o progresso. A família higienizada constituía o novo exemplo de cidadãos brasileiros. A sociedade teria na ciência a certeza da ordem, a partir da saúde, higiene e educação, propiciando o progresso e a reprodução.

Para o positivismo, a educação dos corpos seria a possibilidade de regenerá-los. A educação sanitária objetivava a transmissão e conservação das normas higiênicas, onde os signos da Ordem e o Progresso estavam ali implícitos. A popularidade dos almanaques de farmácia proporcionou tais impactos. O progresso, disseminados por estas publicações, é considerado a partir da prática do uso de medicamentos industrializados e da educação pelas das noções da ciência. O ambiente positivista ao qual os almanaques de farmácia estavam inseridos dialogava com os dilemas da realidade da educação sanitária da população, logo, a ação da ciência seria de suma importância, no sentido de impedir a propagação das doenças, e dessa forma, possibilitar uma nova vida aos cidadãos.

A ciência é forjada nos almanaques de farmácia, no sentido de propagar valores pertinentes e relacionados ao ideal de progresso da nação. Dessa forma, homens, mulheres e crianças, faziam parte deste projeto, os envolvendo como personagens que carregavam um poder na coletividade, sempre levando na bagagem, os valores morais, sociais e signos, como saúde, beleza felicidade. Assim, além da característica dos almanaques de farmácia como suporte que auxiliaram na disseminação do ideal de progresso da nação, suas propagandas foram aqui tratadas como elementos apropriados para esta finalidade.

Tais discussões não devem se encerrar aqui, pois acreditamos que é a partir da academia que nascem novas inquietações e questionamentos, visando sempre uma maior compreensão de um passado tão vivo em nosso presente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anais da Primeira Conferência Nacional de Defesa contra a Sífilis. In: **Anais Brasileiros de Dermatologia**, 1941, v.16, n. 03. Disponível em: <<http://www.anaisdedermatologia.org.br/detalhe-artigo/100713/Anais-da-Primeira-Conferencia-Nacional-de-Defesa-contra-a-Sifilis>>. Acesso em 01 jun. 2016.

ASSIS, Machado de. Como se inventaram os almanaques. In: MEYER, Marlyse (org.). **Do almanak aos almanaques**. São Paulo: Ateliê Editorial, pp. 25 – 28, 2001.

BACZKO, B. Imaginação social. In: RUGGIERO, R. (Dir.). **Enciclopédia Einaudi**. Lisboa: Imprensa Nacional; Casa da Moeda, 1985.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.

BERTUCCI, Liane Maria. O ideal médico-pedagógico de construção da nação brasileira no início do século XX”. In: **X JORNADAS INTERESCUELAS**, Departamento de História, Rosário (Argentina), setembro de 2005. Disponível em: <<http://cdsa.aacademica.org/000-006/462.pdf>>. Acesso em: 05 abr. 2016.

BOTREL, Jean-François. Catálogo almanak dos almanaques. In: MEYER, Marlyse (org.). **Do almanak aos almanaques**. São Paulo: Ateliê Editorial, pp. 17 – 18.

BRUNELLI, Silvana. **Diálogo entre as artes plásticas e a publicidade no Brasil**. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

BUENO, Eduardo; TAITELBAUM, Paula. **Vendendo Saúde**: A história da propaganda de medicamentos no Brasil. Brasília: Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2008.

BITTONI, Dulcília Helena Schroeder. **Mulher de papel**: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira. São Paulo: Summus, 2009.

BURKE, Peter. **Testemunha ocular**: história e imagem. Bauru – SP: Editora EDUSC, 2004.

CADA rua tem sua história. Praça Raul Leite. In: **Informativo Bimestral da Câmara Municipal de Passa Tempo**, Passa Tempo, n.33, p.02, jul./ag. 2012. Disponível em: <<http://camarapassatempo.mg.gov.br/a/jornais/Edicao33.pdf>>. Acesso em: 07 set. 2015.

CARRARA, Sérgio. **Tributo a Vênus**: a luta contra a sífilis no Brasil, da passagem do século aos anos 40. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 1996. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/q6qbq/pdf/carrara-9788575412817-01.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2016.

CASA NOVA, Vera. **Lições de almanaque**: um estudo semiótico. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1996.

CHARTIER, Roger. **A história cultural** – entre práticas e representações. Lisboa: Difusão Editora, 1988.

_____. O mundo como representação. In: **Estudos Avançados**, São Paulo, v.5, n. 11, 1991.

_____. O livro dos livros. In: PARK, Margareth Brandini. **Histórias e leituras de almanaques no Brasil**. Campinas, São Paulo: Mercado de Letras, pp.09 – 13, 1999.

CHAVES, Evenice Santos. Nina Rodrigues: Sua interpretação do evolucionismo social e da psicologia das massas nos primórdios da psicologia social brasileira. In: **Revista Psicologia em Estudo**, v.8, n.2, pp.29 – 37, 2003.

CHAVES, Niltonci Batista. **A Cidade Civilizada**. Discursos e representações sociais no jornal Diário dos Campos. Curitiba: Aos Quatro Ventos, 2001.

_____. Entre “preceitos” e “conselhos”: Discursos e práticas de médicos-educadores em Ponta Grossa- PR (1931-1953). Tese (Doutorado em Educação) — Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

DELGADO, Lucília de Almeida Neves; SCHUFFNER, Luciana Silva. Esporte, trabalho e juventude no Estado Novo: O caso do Minas Tênis Clube. In: **Locus: Revista de História**, Juiz de Fora, v.13, n. 2, p.215 – 226, 2007.

DITZEL, Carmencita de Holleben Mello. **Manifestações autoritárias: o Integralismo nos Campos Gerais (1932 – 1955)**. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, pp. 02 – 22, 2004.

DIWAN, Pietra. **Raça pura: uma história da eugenia no Brasil e no mundo**. São Paulo: Contexto, 2007.

EDLER, Flávio Coelho. **Boticas e farmácias: uma história ilustrada da farmácia no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

EVOLUÇÃO histórica da organização do sistema de saúde do Brasil. Portal da Educação. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/Artigo/Imprimir/38664>>. Acesso em 10 set. 2015.

FERREIRA, Jerusa Pires. Almanaque. In: MEYER, Marlyse (org.). Do **almanak aos almanaques**. São Paulo: Ateliê Editorial, pp.19 – 22, 2001.

FIORUCCI, Rodolfo. A modernização da imprensa integralista: o caso da revista Anauê! Em seu primeiro ano de circulação (1935). In.: **Revista Eletrônica Tempo Presente**, dez. 2012. Disponível em: <http://www.tempopresente.org/index.php?option=com_content&view=article&id=5815:a-modernizacao-da-imprensa-integralista-o-caso-da-revista-anaue-em-seu-primeiro-ano-de-circulacao-1935&catid=88:edicao-do-mes-de-dezembro-2012&Itemid=222>. Acesso em: 15 ago. 2015.

GIAROLA, Flávio Raimundo. **Racismo e teorias raciais no século XIX: Principais noções e balanço historiográfico**. Disponível em: <<http://www.historiaehistoria.com.br/materia.cfm?tb=alunos&id=313>>. Acesso em 07 fev. de 2015.

GRÜTZMANN, Imgart. O almanaque (Kalender) na imigração alemã na Argentina, no Brasil e no Chile. In: DREHER, Martin N. (org.). **Imigração e imprensa**. Porto Alegre: EST/ São Leopoldo: Instituto Histórico de São Leopoldo, pp. 48 – 90, 2004.

GUIMARÃES, Maria Regina Cotrim. Chernoviz e os manuais de medicina popular no Império. In: **História, Ciências, Saúde – Manguinhos**, v.12, n.2, pp. 501 – 514 mai/ag. 2005.

HERSCHMANN, Micael, M.. A arte do operatório. Medicina, naturalismo e positivismo. In.: Herschmann, Micael M.; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder (org.). **A invenção do Brasil moderno**. Medicina, educação e engenharia nos anos 20 – 30. Rio de Janeiro: Rocco, pp. 43 – 65, 1994^a.

_____, PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. O imaginário moderno no Brasil. In.: Herschmann, Micael M.; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder (org.). **A invenção do Brasil moderno**. Medicina, educação e engenharia nos anos 20 – 30. Rio de Janeiro: Rocco, pp. 09 – 42, 1994b.

HOCHMAN, Gilberto. Logo ali, no final da avenida: Os *sertões* redefinidos pelo movimento sanitarista da Primeira República. In: **História, Ciências, Saúde – Manguinhos**, v.5, (suplemento), pp.217 – 235, Jul. 1998.

_____; FONSECA, Cristina M. O. O que há de novo? Políticas de saúde pública e previdência, 1937 – 45. In: PANDOLFI, Dulce (org.). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed.Fundação Getulio Vargas, pp. 73 – 94, 1999.

JESUS, Paula Renata Camargo de. **Os Slogans na propaganda de medicamentos**. Um estudo transdisciplinar: comunicação, saúde e semiótica. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

JÚNIOR, Edivaldo Góis. “Movimento Higienista” na história da vida privada no Brasil: do homogêneo ao heterogêneo. In: **ConScientiae Saúde**, v. 1, pp. 47 – 52, 2002.

KUHLMANN JR., Moysés; MAGALHÃES, Maria das Graças Sandi. A infância nos almanaques: nacionalismo, saúde e educação (Brasil 1920-1940). In: **Educação em revista**, Belo Horizonte, v.26, n.1, p.327-349, abr. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S01026982010000100016&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 13 set. 2015.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas, São Paulo, Editora da UNICAMP, 1990.

LIMA, Nísia Trindade; HOCHMAN, Gilberto. Condenado pela raça, absolvido pela medicina: O Brasil descoberto pelo movimento sanitarista da Primeira República. In: MAIO, Marcos Chor (org.). **Raça, ciência e sociedade**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ/CCBB, pp. 23-40, 1996.

LIMA, Luiz Felipe Moreira. **A saúde pública e o registro de medicamentos no Brasil**. Disponível em: <<http://www.visbrasil.blog.br/wp-content/uploads/2009/04/oregistrodemedicamentosnobrasilvisbrasil.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2015.

LOBATO, Monteiro. Urupês. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, p. 06, 23 dez. 1914. Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/19141223-13151-nac-0006-999-6-not>>. Acesso em: 20 jan. de 2014.

MAGALHÃES, Maria das Graças Sandi; GOMES, Mario Luiz; COSTA, Silvana Gonçalves Alvim da. **Saúde e alegria**: uma releitura dos depoimentos dos almanaques de farmácia. Disponível: <http://alb.com.br/arquivo-morto/edicoes_anteriores/anais17/txtcompletos/sem12/COLE_935.pdf>. Acesso em 25 set. 2015.

MARTINS, Ana Paula Vosne. **Visões do feminino**: a medicina da mulher nos séculos XIX e XX. Rio e Janeiro: Editora Fiocruz, 2004.

MENESES, Ulpiano Bezerra de. História e imagem: iconografia/iconologia e além. In: CARDOSO, Ciro Flamarion; VAINFAS, Ronaldo. **Novos domínios da história**. Rio de Janeiro: Elsevier, pp.243 – 262, 2012.

MEYER, Marlyse (org.). Do **almanak aos almanaques**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

MONTEIRO, Vanessa Sattamini Varão. Canudos: guerra de memória. In.: **Revista Mosaico**, n.01, 2009. Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/mosaico/?q=artigo/canudos-guerras-de-mem%C3%B3ria>>. Acesso em: 05 mar. De 2015.

NADAF, Yasmin Jamil. Essas revistinhas que se chamam almanaque. In: **Revista ECOS**: Literatura, língua e imprensa, Cáceres, Mato Grosso, n.10, pp. 131 – 138, jan./jul. 2011.

NOGUEIRA, Isabel Candolo. **Betsabéia e os livros de horas medievais**. Disponível em: <<http://anpuh.org/anais/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S25.0411.pdf>>. Acesso em 25 mar. De 2015.

PAIVA, Eduardo França. **História e imagem**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

PARK, Margareth Brandini. **Histórias e leituras de almanaques no Brasil**. Campinas, São Paulo: Mercado de Letras, 1999^a.

_____. De Jeca Tatu a Zé Brasil: a possível cura da raça brasileira. In: **Estudos, Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n.13, pp. 143 – 150, out. 1999b.

PONTE, Carlos Fidélis. A Liga Pró – Saneamento do Brasil e a Criação do Ministério da Educação e Saúde. In: _____ (org.). **Na corda bamba de sombrinha**: a saúde no fio da história. Rio de Janeiro: Fiocruz/COC, pp. 96 – 100, 2010.

RODRIGUES, Elisa. Raça e controle social no pensamento de Nina Rodrigues. In: **Revista Múltiplas Leituras**, v.2, n.2, pp. 81-107, jul. /dez. 2009.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: NOVAIS, Fernando A.; _____. (Org.). **História da Vida Privada no Brasil 3**:

República: da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo: Companhia das Letras, pp. 513 – 620, 1998.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil – 1870-1930**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

_____. **Espetáculo da miscigenação**. In: Revista Estudos Avançados, v. 8, n. 20, pp. 137 – 152, abr. 1994.

_____. População e sociedade. In: _____. História do Brasil nação: A abertura para o mundo 1889 – 1930, v3. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2012.

SCLIAR, Moacyr. O exame pré-nupcial: um rito de passagem da Saúde Pública. In: **Cadernos de Saúde Pública**. Rio Janeiro, v.13, n.3, pp. 527 – 530, jul./set. 1997.

SIGOLO, Renata Palandri. **A saúde em frascos: concepções de saúde, doença e cura Curitiba, 1930/1945**. Curitiba: Aos Quatro Ventos, 1998.

STANCIK, Marco Antônio. Aleixo Nóbrega de Vasconcellos: Um “homem de Ciência” e a educação higiênica no Brasil dos anos 1920. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2002.

_____. Entre a defesa e a regeneração: alternativas e opções para o aprimoramento da raça na década de 1920. In: **Publicatio UEPG: Ciências Humanas, Linguística, Letras e Artes**, v.11, n.2, pp. 21 – 36, dez. 2003.

_____. Os Jecas do literato e do cientista: movimento eugênico, higienismo e racismo na Primeira República. In: **Publicatio UEPG: Ciências Humanas, Linguística, Letras e Artes**, v.13, n.1, jun.2005, pp.45 – 62.

_____. O manuscrito e o iconográfico em cartões-postais belicosos: da apologia cavalheiresca à contestação da Grande Guerra (1914 – 1918) na França. In: **Anais do Museu Paulista**. São Paulo, v.22, n.2, pp.71 – 104, jul./dez. 2014.

_____. Medicina e Saúde Pública no Brasil: dos pajés e físicos aos homens de ciência do século XX. In: **Esboços** – Revista do Programa de Pós-Graduação em História da UFSC, Florianópolis, v. 16, n. 21, p. 111-136, mar. 2009. Disponível em: <<http://periodicos.ufsc.br/index.php/esbocos/article/view/2175-7976.2009v16n21p111/11960>>. Acesso em: 08 fev. 2016.

TEMPORÃO, José Gomes. **A propaganda de medicamentos e o mito da saúde**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1986.

ZANELATTO, João Henrique. **Região, Etnicidade e Política: O Integralismo e as lutas pelo poder político no Sul Catarinense na década de 1930**. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, pp. 28 – 99, 2007.

ANEXOS

ANEXO A – Propaganda Biotônico Fontoura de 1942 exemplificando a estratégia da reutilização das peças publicitárias

NA MULHER A BELEZA

LEIAM AS SENHORAS

O verdadeiro fim e a maior glória da mulher é ser bela. A beleza é, pois, um tesouro que a mulher legítima-mente procura guardar com o maior zelo e constância. Mas a beleza repousa, em primeiro lugar, sobre a saúde. Num corpo débil ou minado pela doença não é possível conservar a beleza. Por isso toda mulher deve preocupar-se sobretudo com a conservação da sua saúde, alícerce permanente da sua beleza. Deve precaver-se contra o ataque das moléstias e contra a fraqueza, que é a porta por onde de preferência elas ingressam no organismo. Para tal fim, deve usar periodicamente um fortificante que lhe purifique e enriqueça o sangue de glóbulos vermelhos, lhe tonifique o sistema nervoso e regularize todas as funções do seu organismo, afim de obter o perfeito estado de saúde, que se reflete nas belas cores das faces e na boa disposição para a vida e para o convívio social. Esse elemento, necessário para a conservação da saúde e, portanto, da beleza, é o BIOTONICO FONTOURA, que todos os médicos recomendam como o mais completo fortificante.

O VIGOR NO HOMEM

LEIAM OS SENHORES

Todo homem deseja e tem obrigação de ser forte. A beleza do homem consiste no seu vigor físico, na boa proporção dos seus ossos e dos seus músculos e na perfeita regularidade de todas as funções do seu organismo. A vida agitada e intensa que o homem leva em nossos dias exige um dispêndio de energias e de esforço que muitas vezes se reflete no organismo em geral e no sistema nervoso, determinando certo esgotamento, que é o princípio da decadência do homem, se ele não acudir a tempo para refazer os gastos do seu organismo. Com esse fim, deve ele buscar um preparado que lhe dê parte, estimule e normalize as funções da vida, fortifique o seu sangue, os seus nervos, os seus músculos, regularizando o funcionamento de todos os órgãos do seu corpo. Esse preparado ideal, no qual se acham reunidos todos os elementos necessários à restauração das forças, da energia vital, da saúde, enfim, que é a mais preciosa das riquezas, é o BIOTONICO FONTOURA, apontado pelos médicos como o mais completo fortificante.



AS MAIORES SUMIDADES MEDICAS RECOMENDAM O BIOTONICO FONTOURA



EM TUBOS E EM ENVELOPES DE 2 COMPRIMIDOS



FONTOL NÃO ATACA O CORAÇÃO NEM QUALQUER OUTRO ORGÃO

FONTOL

PARA MATAR DORES DE CABEÇA, DORES PELO CORPO, NEURALGIAS, DEFLUXOS OU RESFRIADOS com a rapidez do raio, tome um comprimido de FONTOL. Não ataca o coração nem qualquer outro órgão.

Use FONTOL, o analgésico recetado pelos médicos. FONTOL, cuja fórmula é rigorosamente científica, dá alívio imediato a nevralgias, cefalalgias, reumatismo e COLICAS MENSTRUAIS.

PARA MATAR DORES DE CABEÇA, DORES PELO CORPO, NEURALGIAS, DEFLUXOS OU RESFRIADOS com a rapidez do raio, tome um comprimido de FONTOL. Não ataca o coração nem qualquer outro órgão.

ANEXO B - Tabela de coleta de dados presentes nas propagandas dos almanaques
de farmácia de acordo com Análise de Conteúdo

(continua)

ALMANAQUE DO BIOTÔNICO		ANO: 1935
TÍTULO/MEDICAMENTO/ PÁGINA	ÍNDICE	UNIDADE DE REGISTRO
Verdadeiro soldado!– Ankilostomina Fontoura e Maleitosan Fontoura. (contra capa)	Indicação	Tema: para o lavrador com saúde e vigor, o trabalho é sempre uma alegria, pois não sofre com o amarelão e nem com a maleita, pois em sua casa tem <i>Ankilostomina Fontoura</i> contra o amarelão e <i>Maleitosan Fontoura</i> contra a maleita. Personagem: imagem de um homem saudável, forte, segurando em uma das mãos uma foice e na outra uma enchada.
Com o uso do Biotônico Fontoura observa-se o seguinte: - Biotônico Fontoiura.(capa)	Ações; Eficácia	Tema: é possível observar com o uso do <i>Biotônico</i>, aspectos como o aumento de peso e das forças, desaparecimento do nervosismo, aumento dos glóbulos sanguíneos, elimina depressão, fortalece o organismo, aumento da resistência para o trabalho físico e mental, maior recuperação das moléstias. Personagem: imagem da embalagem do produto com uma coroa de louro ao fundo.
Jeca, por que não trabalhas? Pergunta Monteiro Lobato, o autor de Urupês, a Jeca Tatu. (p. 04)	Indicação; Eficácia	Tema: Jeca Tatu responde à Monteiro Lobato que não é preguiça, ele sente dores no corpo, palpitação e muito cansaço. Lobato responde que Jeca sofre de amarelão, e que tem no sangue e nas “tripas” um zoológico da pior espécie de bichas, que é o que faz de Jeca um homem feio, papudo mole e inerte. Diz que só existe um único medicamento eficaz para esse mal, <i>Ankilostomina Fontoura</i>. Personagem: imagem do rosto de Monteiro Lobato, com vestimentas do homem da cidade, olhando para Jeca Tatu, o qual está com semblante triste e apático.
O papagaio da botica – Biotônico Fontoura. (p.05)	Indicações; Ações; Eficácia	Tema: em forma de história em quadrinhos, conta a história de Finota, que na escola deixava o professor nervoso, pois sua fraqueza física refletia no baixo

		rendimento escolar. Cresceu feia, anêmica e pálida. Todos os homens a evitavam por seu aspecto de “tia”. Nos bailes ficava isolada. Até que um dia, ganhou um papagaio falador que era de uma botica. O animal repetia o que escutava na botica: “<i>Biotônico Fontoura</i>, o mais completo fortificante.”. Finota resolveu experimentar e depois de meses, era outra mulher, alegre, feliz, rosada e forte. Não dava mais conta das homenagens que recebia de todos os lados. Personagem: várias imagens em forma de história em quadrinhos, demonstrando todo o desenvolvimento de Finota.
Que tormento! Doenças dos rins – Urogenol. (p. 09)	Indicações; Ação; Eficácia	Tema: sofre dores artríticas, reumáticas, coceiras e erupções todas as noites? Tudo isso vem do mau funcionamento dos rins. Restabeleça os rins com o uso de <i>Urogenol</i>. Personagem: imagem de uma mulher, bem vestida, com uma venda nos olhos caminhando sem rumo.
Uma pessoa pode errar... duas também... mas milhões...estão certas! – Biotônico Fontoura. (p.13)	Indicação; Eficácia; Ação	Tema: milhões de pessoas estão certas, pois homens, mulheres e crianças já fizeram e fazem uso do <i>Biotônico Fontoura</i>, que é o mais completo fortificante, porque dá saúde, vigor e beleza. Personagem: imagem de uma multidão andando em um único sentido.
Sem título – Fontol. (p.16)	Indicação; Ação; Eficácia	Tema: diálogo onde uma pessoa (mulher?) dia que está desesperada por causa da dor de cabeça que “arrebenta”. Outra pessoa (que não é possível visualizar), diz que “arrebenta” nada, pois <i>Fontol</i> em comprimidos mata qualquer dor de cabeça e não ataca o coração. Personagem: imagem de uma mulher (?) com semblante de desespero, com as duas mãos na cabeça.

(continuação)

À espreita – Ankilostomina Fontoura. (p.19)	Indicação; Eficácia; Ação	Tema: maleita e amarelão são duas feras que estão prontas para atacar o lavrador. Mas como ele é prevenido, tem sempre junto a <i>Ankilostomina Fontoura</i>, contra o amarelão, e o <i>Maleitosan Fontoura</i> contra a maleita. Personagem: imagem de um homem humilde, com semblante triste e apático, sentado, com os pés descalços, apoiando a cabeça em uma das mãos. Ao fundo, caminhando em sua direção, um leão e uma leoa, com uma tarja com os respectivos nomes Amarelão e Maleita.
Sem título – Biotônico Fontoura. (p.20)	Indicação; Eficácia	Tema: para o homem adulto que sofre de neurastenia, cansaço cerebral e debilidade. Para as crianças anêmicas e com falta de apetite, o indicado é o melhor e mais completo fortificante, <i>Biotônico Fontoura</i>. Personagem: imagem do rosto de um homem, com a mão na cabeça e semblante triste, sentado à mesa ao lado de um menino magro com feições de tristeza.
Que incômodo! – Regulador Fontoura. (p.21)	Indicação; Ação; Eficácia	Tema: todos os meses sofre com cólicas, dor de cabeça e pelo corpo, tontura, nervosismo e desânimo. Fica sem utilidade por 7 ou 8 dias.é possível sanar esses incômodos com o <i>Regulador Fontoura</i>, pois equilibra e restabelece todo o organismo. Personagem: imagem de uma mulher bem vestida, sentada de forma despojada numa poltrona, olhando para o horizonte, com a mão no queixo, em gesto de apoio à cabeça.
Beleza, saúde, força – Biotônico Fontoura. (p. 25)	Ação; Eficácia	Tema: beleza, saúde e força são três dons supremos da vida. E para conservá-los, deve-se usar o mais completo fortificante, <i>Biotônico Fontoura</i>. Personagem: imagem de um atleta exercitando-se e ao fundo, o busto de uma mulher

(conclusão)

		sorridente e saudável.
Não desespere! - (não é possível visualizar qual é o medicamento)(p.29)	Obs: essa Propaganda está incompleta, pois parte dela está rasgada. Assim, não é possível entender o texto completo e nem saber qual é o medicamento.	Texto: Sim, meu amigo: o seu mal é produzido pela impureza do sangue, mas o senhor em pouco tempo ficar(...) são e forte(...) maravilhosos(...) que lhe(...). El(...) bo(...) o Gr(...) o Gr(...)!
Lombrigas, que perigo! – Vermífugo Fontoura.(p.31)	Indicação; Ação; Eficácia	Tema: as lombrigas são os inimigos terríveis que agitam o sono das crianças, deixando-as sem cor e sem vontade de comer. Para destruir as lombrigas é preciso utilizar o <i>Vermífugo Fontoura</i> . Personagem: imagem de um menino(?) vestido com uniforme escolar, fugindo de um verme.
Tosse? – Xarope Drosera Fontoura.(p.31)	Indicação; Eficácia	Tema: acabe cm a tosse com o infalível <i>Xarope Drosera Fontoura</i> . Personagem: imagem do rosto de um homem tossindo.
Leia o que escreveu o grande sábio Dr. Luiz Pereira Barreto – Biotônico Fontoura.(p.33)	Eficácia	Tema: a declaração do médico deixa clara a eficácia do <i>Biotônico Fontoura</i> . Não tem como colocar em dúvida a eficácia do <i>Biotônico</i> diante dessa declaração e de vários outros médicos, como Dr. Rubião Meira, Dr. Clemente Ferreira, Dr. Henrique Roxo, Dr. Juliano Moreira e Dr. Rocha Vaz. Personagem: imagem da estátua do Dr. Luiz Pereira Barreto na praça Marechal Deodoro em São Paulo – SP e a imagem da declaração do médico feita numa carta.