

“Saber anunciar é tudo”: cartazes ilustrados nas páginas do magazine *O Mercurio* (1898)

“Knowing how to advertise is everything”: illustrated posters on the pages of the magazine *O Mercurio* (1898)

“Saber hacer publicidad lo es todo”: carteles ilustrados en las páginas de la revista *O Mercurio* (1898)

Aline Santos Santos Costa de Lemos¹

Márcia Cabral da Silva²

Soyane da Silva Santos³

Resumo: Neste estudo, busca-se examinar ilustrações e enunciados em anúncios veiculados em *O Mercurio* em 1898. Trata-se de publicação diária do Magazine Mercurio para commercio, indústria e artes. A propriedade cabia à firma Gaston & Alves, com endereço à rua da Assembleia, 46, centro do Rio de Janeiro. Para dar maior visibilidade ao projeto editorial, o novo magazine contava com a colaboração de famosos cartazistas e ilustradores. Examinaram-se as primeiras edições de 1898, destacando-se algumas ilustrações, charges e enunciados, os quais permitem notar estratégias de convencimento por parte dos editores. Ao lado desse exame, identificaram-se os vestígios nos discursos e a paisagem de uma cidade que buscava associar-se ao ideário europeu de modernidade no âmbito do governo (1894-1898) do então presidente Prudente de Morais.

Palavras-chave: O Mercurio; Anúncios ilustrados; Julião Machado.

Abstract: In this study, we seek to examine illustrations and speeches in advertisements published in *O Mercurio* in 1898. It is a daily publication by Magazine Mercurio for commerce, industry and arts. The property belonged to the firm Gaston & Alves, located at Rua da Associação, 46, in the center of Rio de Janeiro. To give greater visibility to the editorial project, the new magazine had the collaboration of famous posters and illustrators. The first editions of 1898 were examined, highlighting some illustrations, charges and speeches, which allow us to notice convincing strategies on the part of the editors. Alongside this examination, traces were identified in the speeches and landscape of a city that sought to associate itself with the European ideals of modernity within the scope of the government (1894-1898) of the president Prudente de Morais.

Keywords: O Mercurio; Illustrated advertisements; Julião Machado.

Resumen: En este estudio se busca examinar las ilustraciones y los discursos en los anuncios publicados en *O Mercurio* en 1898. Es una publicación diaria de la Revista Mercurio para el comercio, la industria y las artes. El inmueble pertenecía a la firma Gaston & Alves, ubicada en la calle de la Asamblea, 46, en el centro del Río de Janeiro. Para dar mayor visibilidad al proyecto editorial, la nueva revista contó con la colaboración de afamados carteles e ilustradores. Se examinaron las primeras ediciones de 1898, destacándose algunas ilustraciones, viñetas y discursos, lo que permite advertir estrategias convincentes por parte de los editores. Junto a este examen, se identificaron huellas en los discursos y el paisaje de una ciudad que buscaba asociarse a los ideales europeos de la modernidad en el ámbito del gobierno (1894-1898) del entonces presidente Prudente de Morais.

Palabras clave: El Mercurio; Anuncios gráficos; Julián Machado.

¹ Secretaria Municipal de Educação do Município de Itaguaí (SMEC ITAGUAÍ, RJ)

² Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

³ Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

Introdução

O efeito das ilustrações em anúncios veiculados em *O Mercurio* em 1898, ano de seu lançamento no Rio de Janeiro, chama a atenção, uma vez que se tratava de investimento com alto custo para os impressores da época em solo brasileiro. Inclusive, o longo título que recebeu no primeiro número parecia apostar em ampla projeção entre os leitores. Iniciava-se a publicação diária do Magazine *Mercurio para commercio, indústria e artes*, conforme registrado na primeira edição de junho, embora na segunda edição subtraia-se o subtítulo. Indicava-se, no editorial, inclinação publicitária e acenava-se, em acréscimo, para conteúdo literário, político e de entretenimento. Como bem destacado na primeira página, a propriedade cabia à firma Gaston & Alves, com endereço à rua da Assembleia, 46, centro do Rio de Janeiro, onde também se localizavam pequenas editoras e outras firmas com interesse em desenvolver o ramo da edição de livros, revistas e jornais (EL FAR, 2004; HALLEWELL, 2012). Com base nos pressupostos extraídos da História Cultural e, em particular, dos estudos desenvolvidos por Roger Chartier (1990;1996), objetiva-se reconstruir alguns índices de atitudes antigas diante da leitura a partir de suportes de textos datados, como as edições do Magazine *Mercurio* examinadas neste estudo. De tal forma, notam-se a categoria de análise denominada por ele “protocolos de leitura”. De um lado, aqueles inseridos no texto pelo chargista, com o intuito de assegurar uma correta leitura pelo traço e mesmo pelos enunciados que os acompanham. De outro, os protocolos de edição, que inserem as charges em um espaço específico do texto visando capturar o leitor idealizado.

Para dar maior visibilidade ao projeto editorial, o novo magazine contava com a colaboração de famosos cartazistas e ilustradores, como evidenciam os traços do poeta, dramaturgo, professor e caricaturista, Raul Pederneiras (1874-1953), que assinava Raul, o caricaturista e ilustrador, Arthur Lucas, que também utilizou o pseudônimo Bambino (LIMA, 1963), Calisto Cordeiro (1877-1957), que rubricava como K. Lixto e o caricaturista, ilustrador, capista, figurinista e teatrólogo, Julião Machado (1863-1930), nascido em São Paulo de Luanda, Angola, colaborador dos principais jornais cariocas como caricaturista e que já havia sido diretor artístico das revistas ilustradas *A Cigarra* e *A Bruxa*.

Imagem 1: *O Mercurio*, 1898.



Legenda: - o que é isto Juca? Vaes a algum baile a fantasia? - Não senhora, - vou para a aula de physica...
Fonte: Periódicos raros da Biblioteca Digital da Casa de Rui Barbosa⁴

Nos limites deste estudo, examinaram-se as primeiras edições de 1898, destacando-se as principais ilustrações, charges e enunciados, os quais permitem notar estratégias de convencimento por parte dos editores: anúncios ilustrados e litografado a cores (técnica de impressão utilizada até os anos finais do século XIX), além das charges, pareciam ser a garantia certa de venda dos produtos ofertados, como adereços da moda e meios de transportes, e da leitura do magazine. Nessa direção, os cartazes facultavam um tipo de leitura atraente que seduziria o leitor-consumidor. Ao lado desse exame, sobressaem os vestígios sedutores nos discursos, nas charges e a paisagem de uma cidade que buscava associar-se ao ideário europeu de modernidade – que era essencialmente burguês, urbano e pautado na racionalidade advinda

⁴ Ver: Periódicos Raros - DocReader Web (docvirt.com).

do denominado “século das luzes” – no âmbito do governo (1894-1898) do então presidente Prudente de Morais.

Arte e artistas em *O Mercurio*

Em junho de 1898, é lançado o primeiro número do hebdomadário ilustrado e litografado a cores *O Mercurio*, que contava com a colaboração de intelectuais que marcariam a história da caricatura de sua época, ora reafirmando o talento destes artistas, como foi o caso de Julião Machado e Arthur Lucas, ora lançando-os, como Raul Pederneiras e Calisto Cordeiro. A esse respeito, Lima (1963, p. 989) afirma que:

De fato, aparecido em junho de 1898, como órgão trimensal, ‘para o comércio, indústria e artes’, logo a partir de 20 do mesmo mês passava a sair diariamente. Seu primeiro objetivo era publicitário, visando, com um pouco de miscelânea literária, a divulgação no Brasil do gênero de affiches, à moda da imprensa de Paris, onde esplendia a arte de Chéret⁵, Mucha⁶ e Capiello⁷. Mas logo se tornaria um diário humorístico e artístico, ilustrado pelas charges de Julião Machado que, chegado de Portugal três anos antes, gozava já de grande prestígio nas rodas intelectuais do Rio, mercê de sua passagem, na companhia de Olavo Bilac, pelos semanários *A Cigarra* e *A Bruxa*. Pois foi neste jornal a côres, ao influxo dominador da arte de Julião Machado, que, a 20 de julho de 1898, veio a lume o primeiro desenho de um novo da caricatura brasileira, que se tornaria depois o popularíssimo Raul, na vida, fora da charge- bacharel Raul Paranhos Pederneiras, poeta, cronista, homem de teatro, jornalista militante, professor de Direito e de Belas-Artes (LIMA, 1963, p. 989).

Julião Félix Machado (1863-1930) nasceu em São Paulo de Luanda, Angola. Era caricaturista, ilustrador, teatrólogo, cartazista, cenógrafo e figurinista, que influenciou na história do impresso e da caricatura no Brasil e em Portugal. Nos anos finais de 1894, falido após tentar carreira de caricaturista em Paris, decide viajar para Buenos Aires, porém, ao desembarcar no Rio de Janeiro, é convidado por um colega da imprensa para permanecer (LIMA, 1963, p. 968).

⁵ Jules Chéret (1836-1932), conhecido como o “pai do cartaz moderno”, nasceu na França e era filho de artesãos. Era litógrafo, pintor e cartazista. As figuras principais de suas obras eram mulheres, representadas de forma livre e dinâmica. Além de cartazes, também produziu rótulos para comporem shampoos, remédios, sabões, bebidas e perfumes.

⁶ Alfons Maria Mucha (1860-1939), também conhecido como Alphonse Mucha, era um pintor, cartazista, escultor, ilustrador, design de joias e artista gráfico Tcheco, que morou em Paris no período da *Art Nouveau*. Famoso por criar o *Style Mucha*, produziu cartazes no estilo *Art Nouveau*. Tinha como figura principal as mulheres.

⁷ Leonetto Capiello (1875-1942) foi um caricaturista, cartazista, ilustrador, retratista e decorador italiano. Em 1897, se mudou para Paris. Também conhecido como o “pai da publicidade moderna”, Capiello iniciou sua carreira como artista autodidata. Seus cartazes ficaram conhecidos por empregar a mancha, isto é, o primeiro plano da imagem contrastava com o fundo.

O primeiro empreendimento em que investiu no Brasil foi publicando em 1895, *A Cigarra*, um hebdomadário ilustrado, impresso a cores, onde, ao lado de Olavo Bilac (1865-1918), Manoel Ribeiro Junior e José Barbosa, comentou sobre fatos políticos e artísticos através da sátira. Com o fim da publicação de *A Cigarra*, em 16 de janeiro de 1896, Julião investe juntamente com Olavo Bilac e João Lage no lançamento do semanário *A Bruxa*, lançado em 7 de fevereiro de 1896 e encerrado em 30 de junho de 1897. Em junho de 1898, Julião Machado colabora com o magazine *O Mercurio*, comentando sobre moda, política e arte.

Na parte artística, além da colaboração de Julião Machado, o magazine contava ainda com a contribuição de dois dos artistas que posteriormente comporiam o “trio de ouro da caricatura brasileira no início do século XX” (LAGO, 1999, p. 66), eram eles Raul Pederneiras (1874-1953) e K. Lixto (1877-1957).

Raul Paranhos Pederneiras nasceu no Rio de Janeiro e iniciou a sua carreira de caricaturista em *O Mercurio*. Neste, publicou caricaturas que já demonstravam qual seria a sua marca - o trocadilho e a retratação da vida carioca, seus costumes, pessoas e a “sua expressão de cidade em marcha” (LIMA, 1963, p. 990). Assim como Raul, Calisto Cordeiro também veio a lume a partir de *O Mercurio*, onde ainda sofria influência artística de Julião Machado, mas posteriormente se revelaria um artista com personalidade e com uma “trajetória triunfal” (LIMA, 1963, p. 1016).

Além destes intelectuais, o magazine tinha como colaborador Arthur Lucas, que também utilizava o pseudônimo Bambino. Pintor, ilustrador, colorista, caricaturista e litógrafo, iniciou sua atividade de caricaturista em 1890, no *Mequetrefe*. Embora já fosse conhecido como retratista, foi em *O Mercurio* que consolidou a sua carreira de caricaturista (LIMA, 1963, p. 1055). Sendo assim, *O Mercurio* contava com a colaboração de intelectuais promissores, que tinham em comum a cena carioca como pano de fundo de seus trabalhos, seja artística ou humoristicamente.

Com o lançamento do novo empreendimento, foram impressos em alguns periódicos cariocas artigos de opinião sobre as primeiras impressões de *O Mercurio*. No dia 20/21 de julho de 1898, é publicado no jornal *A Noticia* uma nota referente a nova folha:

Mercurio

Tal é o título de um novo diário, primorosamente illustrado a côres, por Julião Machado e Arthur Lucas, e propriedade do Magazine Mercurio.

O novo collega representa um grande esforço, uma prova notavel de arrojo e uma demonstração viva do nosso progresso jornalístico. Um jornal illustrado, de publicação quotidiana, - o que demanda enormes despesas- n'um meio onde até ha pouco difficilmente conseguiam manter-se dous ou tres periodicos

de publicação mensal, é o caso para agradável surpresa e sinceras congratulações com os colegas.

Resta-nos dizer que o *Mercurio* se apresenta attrahentissimo, tanto nas illustrações, como na parte litteraria (A NOTICIA, 20-21/07/1898, p. 2).

O Mercurio foi criado com o objetivo de divulgar o cartaz artístico no Rio de Janeiro. Na primeira edição da revista, é publicada uma nota de abertura. Nela, os editores explicam o porquê de terem decidido investir em um gênero que estava em desenvolvimento no Brasil.

[...] faz-se necessario um systema de annuncios que remova esses inconvenientes, e, como o cartaz artistico é o que mais attrae a vista, pensamos em aproveitá-lo por um processo applicável ao nosso meio, tornando-o accessivel ao annunciante pela modicidade do preço, e procurado pelo publico quer pela sua novidade e feitura apurada, quer pela distracção delicada e ao mesmo tempo instructiva das paginas que o acompanham.

Não é uma invenção nossa este systema, nem pretendemos nos revestir com as cambiantes plumagens do pavão da fabula; mas, organizado como está, póde ser considerado novo ou melhorado, como entenderem.

Comprehende o leitor a vantagem que resultará disto. A actual publicação passará a ser, como o seu titulo a inculca, uma Revista de commercio com a sua litteratura especial, e tambem abrangendo todos os conhecimentos que possam interessar os espiritos ávidos de cultura. Por este processo constituir-se-á uma verdadeira revista das revistas, cuja leitura, temos a veleidade de suppôr, agradecerá a todos os gostos pela variedade, utilidade e boa escolha dos assumptos, porque, quanto maior fôr o número dos seus leitores, maiores serão as vantagens dos seus annuncios. E, ainda pensando neste particular, comprehendemos que seria de bom aviso fazel-a de modo a corresponder aos interesses de todas as profissões.

Por esta forma suas paginas estarão diante de todos os olhos, serão manuseadas por todos os leitores, e, como a impressão de seus annuncios se approximarão tanto quanto possivel fôr das publicações congeneres européas, a propaganda commercial alcançará os resultados desejados.

Sobre esta grande vantagem terá o annunciante a de possuir um bello cartaz mural (affiche), bastando para tanto, destacar da Revista a parte que lhe diz respeito.

E é neste ponto que julgamos prestar serviços aos commerciantes e industriaes do Brazil.

O cartaz mural constitue, hoje em dia, o mais preferivel genero de annuncio em toda a Europa e America.

Para a sua feitura escolhem-se os mais illustres artistas, sem considerar-se o preço das encomendas nem as difficuldades da impressão, e nenhum artista se recusa a colocar o seu laureado nome no extremo de uma pagina que, alastrando por todos os muros de Paris, Londres, Berlim, Madrid, Vienna e Roma, por todas as ruas das mais adiantadas capitães da Europa, das mais populosas cidades dos Estados Norte Americanos, Chile e do Prata, entra também para as collecções das bibliothécas, para as pastas dos ateliers, e até chega a ser reproduzida, em redução, n'uma revista mensal de subido valor. A verdade obriga-nos a declarar que ainda não é este primeiro numero uma leve prova do que pretendemos, mas os nossos esforços estarão na razão directa do bom acolhimento que nos dispensarem. Quanto ao mérito da parte illustrada os entendidos que a julguem, porque são productos de um

estabelecimento montado com o que existe de mais aperfeiçoado em artes graphicas, onde o trabalho è feito com uma dedicação não commum n'uma terra que, embora riquissima, liberrima e nova, tem tido a infelicidade de dar generoso asylo mais á trafegos ambiciosos que a corações gratos e cultos espíritos.

E o publico que julgue dos nossos esforços. Ahi estão (O MERCURIO, ed. 01, 06/1898, p. 2).

Também conhecido como *affiches* na França, o cartaz moderno surgiu como um meio publicitário que ganhou força com o avanço das técnicas de impressão litográfica e cromolitográfica, que permitia a impressão de imagens e cores. Com a nova urbanização de Paris efetivada por George-Eugène Haussmann (1809-1891), nomeado por Napoleão III como prefeito da cidade entre os anos de 1852 a 1870, houve a demolição de edificações e a desintegração de bairros, sendo substituídos pela construção de praças, pela arborização, iluminação pública e por monumentos. Devido às obras da cidade, havia tapumes que protegiam as construções, onde eram colados cartazes coloridos. Após uma votação para a solução do problema dos cartazes, ganhou a proposta de Richard e Richard-Gabriel Morris, pai e filho, ocorrendo a criação da coluna Morris em 1868, monumento construído nas ruas de Paris, onde passaram a ser fixado os *affiches*. No ano de 1898, havia 225 colunas na capital francesa (ALONSO FILHO; GOULART, 2018, p. 56-57).

Quanto às caricaturas publicadas em *O Mercurio*, podem ser classificadas como caricatura de costumes. Como o nome já elucida, são aquelas que retratam o cotidiano de um país, seus usos, costumes e ridículos. Alguns dos temas caricaturados em *O Mercúrio* foram: a falta d'água, moda, divórcio, política, capitalismo, fome e o jogo do bicho. Como também poderiam ser localizados alguns temas internacionais, como, por exemplo, a guerra hispano-americana que ocorria em 1898.

No segundo número de *O Mercurio*, divulgado em 19 de julho de 1898, Julião Machado realiza uma caricatura onde há um casal conversando e segurando nas mãos folhas que aparentam indicar que eles estavam lendo um jornal. Na legenda da caricatura, pode-se ler que eles comentavam sobre um artigo escrito por Valentim Magalhães, que defendia a criação da Academia Brasileira de Letras. No entanto, um dos personagens indaga sobre a necessidade de uma Academia de Letras, uma vez que no Brasil ainda não possuía “nem mercados, nem agua, nem hygiene” e, com essas carências, “os quarenta immortaes não podem viver...” em resposta, a mulher diz que não era “indispensável que os quarenta immortaes vivam, o que é imprescindível é que eles vão morrendo...” (O MERCURIO, ed. 2, 19/07/1898, p. 1). O fato era que no dia 20 de julho daquele ano a Academia Brasileira de Letras completava um ano

desde a primeira seção inaugural que ocorreu em 20 de julho de 1897, presidida por Machado de Assis.

Imagem 2: *O Mercurio*, 1898.



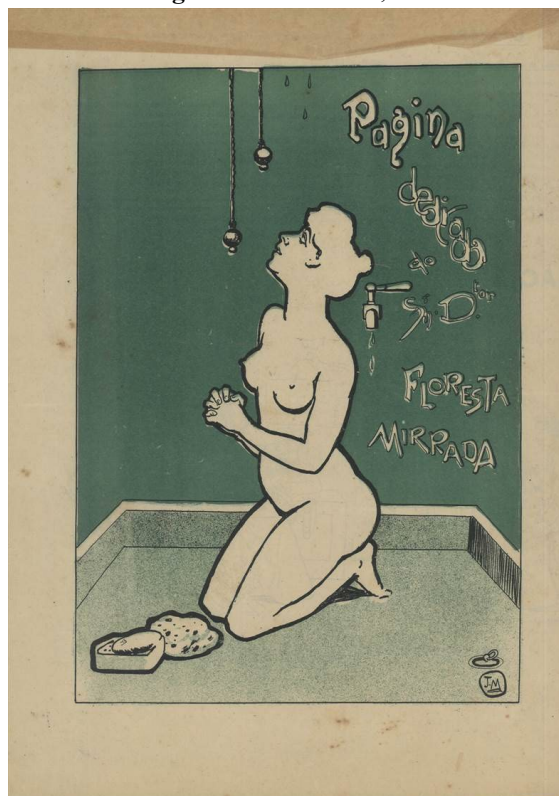
Fonte: Periódicos raros da Biblioteca Digital da Casa de Rui Barbosa.

Também chamam a atenção as caricaturas que fazem referência à moda onde mulheres figuram como personagem principal, como, por exemplo, a publicada no dia 22 de julho de 1898 (ed. 05, p. 2), onde há uma mulher se apoiando em uma bicicleta. Sob o título “A moda do século XX”, com a legenda “Toilette de passeio para viúva (lucto pesado)”, a mulher é caricaturada vestida de preto, usando um chapéu, bota, meia calça, corpete marcando a cintura, luvas e uma roupa de mangas bufantes na altura do cotovelo, com um comprimento na altura do joelho amarrada por um laço. Este anúncio atraiu a atenção, pois há dois elementos que eram recém adotados na Europa e no Brasil; o primeiro, a bicicleta e o segundo a bermuda *bloomer*, traje criado na década de 1850 como um modelo de calça para mulheres, porém não foi aceito pela sociedade (PASSOS; PELEGRINI, 2021, p. 8) de imediato. A roupa passou a ser adotada pelas mulheres para a prática de atividades físicas na década de 1890. Vê-se, portanto, como as caricaturas associadas à moda contribuíam para seduzir e conformar o gosto das mulheres do período.

Cotidiano e política: o Rio de Janeiro nas páginas de *O Mercurio*

No ano de publicação e circulação do magazine *O Mercúrio*, 1898, a república vigorava há quase uma década. A cidade do Rio de Janeiro, capital federal, configurava-se como uma metrópole populosa, com problemas estruturais que assolavam seus habitantes havia décadas. A falta d'água, o saneamento incipiente – para não dizer inexistente – e as epidemias eram recorrentes (CARVALHO, 2014, p. 18). Acerca da participação política local, o Rio de Janeiro teve como principal característica as vias não oficiais, o que significa dizer que, de maneira geral, a atuação popular na política se deu por meio de revoltas, greves e movimentos populares. Uma cidade com pessoas vindas de diversas partes do país e do mundo, e um governo republicano que, tentando centralizar o poder, nomeava o prefeito da cidade, restando à população apenas a escolha de políticos para cargos do legislativo, além, claro, das eleições presidenciais. (CARVALHO, 2014, p. 20).

Imagem 3: *O Mercúrio*, 1898.



Fonte: Periódicos da Biblioteca Digital da Casa de Rui Barbosa.

As charges em periódicos como *O Mercurio* também podem ser entendidas como formas de participação política, ainda que pelos meios não oficiais, como os eleitorais. A crítica à falta d'água foi um tema muito abordado na folha por meio do humor. No dia 28 de julho de

1898, no décimo número com o título “pagina dedicada do sr. D.tor. Floresta Miranda”, Julião Machado realiza uma caricatura assinando como J.M., por meio da qual desenha uma mulher nua ajoelhada, no que parece ser um banheiro, suplicando para que caísse água do chuveiro. No chão, há um sabonete e uma bucha e, atrás da mulher, nota-se uma torneira que pingava duas gotas d’água (O MERCURIO, ed. 10, 1898, p. 3).

O jogo do bicho, bastante popular no Rio de Janeiro, também aparece em algumas crônicas, como a publicada na edição de 19 de novembro de 1898. A crônica, assinada por Ridente, apresenta ao leitor um personagem narrador que fala de sua relação com o jogo do bicho. Pela manhã, a caminho do trabalho, o personagem vai pensando em um palpite para a escolha do bicho. Contudo, ao se deparar com o bicheiro, avista o chefe de polícia Sampaio Ferraz e ambos, bicheiro e apostador, temem se comprometer, uma vez que, àquela época, o jogo do bicho já estava proibido. Assim termina a crônica: “Bendito sejas tu, ó chefe modelo! Que fazes tremer o vício e morrer o palpite só com as trezes letras do teu nome!... Sim, até parece providencial esta coincidência” (O MERCURIO, ed. 86, 1898, p. 1).

O jogo do bicho, vale lembrar, foi criado no Rio de Janeiro, no ano de 1892, por iniciativa do empresário João Batista Viana Drummond, o Barão de Drummond. Criador do Jardim zoológico que funcionava em Vila Isabel, zona norte carioca, o empresário promovia jogos e sorteios em seu empreendimento, tanto para entreter o público quanto para arrecadar mais verbas para a manutenção do zoológico, do restaurante e do hotel que funcionavam nas dependências do parque (MAGALHÃES, 2009). Todavia, com o passar do tempo, os jogos promovidos no âmbito do jardim zoológico ganharam maior adesão dos visitantes do que as demais atrações do espaço. Tal situação chamou a atenção das autoridades públicas, que temiam que esses jogos trouxessem prejuízos financeiros e morais, para indivíduos e para o próprio Estado. Não demorou para que pessoas que não faziam parte do empreendimento de Drummond começassem a promover o “jogo dos bichos” fora do espaço do Jardim Zoológico. O governo, então, passou a combater os vendedores de bilhete para o “jogo dos bichos”, que se espalhavam por toda a cidade. Essa perseguição e as críticas (algumas contrárias a prática, outras, a seu favor) a esse jogo que se tornou tão popular entre os cariocas foram constantes em revistas, jornais e até mesmo em marchinhas de carnaval da época (SOUZA, 2018).

No que se refere ao contexto nacional republicano, Prudente de Moraes – o primeiro civil na presidência – enfrentava duras críticas a sua atuação política. Muitos opositores acusavam-no de não ter coragem para tomar decisões (IPANEMA, 2013, p. 3). O governo de Moraes teve início em 1894, após a saída do militar Floriano Peixoto, que substituiu o também

militar e primeiro presidente republicano Deodoro da Fonseca. O governo anterior teve como característica a centralização política e o autoritarismo presidencial, que rendeu a Floriano Peixoto o apelido de “marechal mão de ferro”. Sua reação violenta às revoltas da Armada e Federalista acabaram por lhe conferir a imagem de restaurador da ordem republicana (OLIVEIRA, 2010, p. 33). Prudente de Moraes, por sua vez, teve que enfrentar as críticas de grupos que desconfiavam de sua competência política. Seu nome, Prudente, gerou também uma série de anedotas em tom de crítica ao seu desempenho político (IPANEMA, 2013, p. 4).

Na edição de 26 de agosto de 1898 de *O Mercurio* (ed. 34, p. 3), observa-se uma charge onde Prudente de Moraes é representado sentado em uma espécie de sofá e, a sua frente, três mulheres jovens representando a “arte”, a “indústria” e a “agricultura”. Na parte de baixo da charge, a frase “Qual será a favorita?”. Levando-se em consideração o contexto de crise econômica e política do governo do período, pode-se supor que a crítica feita gira em torno do apoio e das prioridades de investimento federal.

Imagem 4: O Mercúrio, 1898.



Fonte: Periódicos da Biblioteca Digital da Casa de Rui Barbosa.

Ainda na esfera da política nacional, as edições de agosto de 1898 trouxeram charges e comentários críticos a respeito da tentativa de aprovação do divórcio no Brasil. Ainda que a separação entre o Estado e a Igreja Católica tenha sido oficializada em 1889, com a Proclamação da República, a Igreja ainda era uma instituição de peso social – e mesmo político – importante. O Casamento civil foi instituído em 1891, na primeira constituição republicana, dessacralizando, assim, a instituição casamento (SENNA, 2006). Já neste período, havia uma discussão acerca da criação de uma lei que permitisse o divórcio. No ano de 1896, o deputado

Érico Marinho⁸ criou um projeto de lei, que foi submetido ao congresso e, posteriormente, ao senado. Contudo, a ampla crítica da igreja católica fez com que o projeto não fosse aprovado (SENNA, 2006). Dois anos depois, o projeto voltou a ser discutido e nova tentativa de aprovação foi apresentada.

Uma charge bem-humorada em *O Mercúrio*, publicada na edição de 13 de agosto de 1898 (ed. 24, p. 3), registra dois clérigos católicos, com as mãos erguidas, ao mesmo tempo em que chupam seus próprios dedos – como se imitassem a postura de crianças pequenas – enquanto se lamentam pela possível aprovação da lei do divórcio. Abaixo da imagem, pode-se ler o seguinte diálogo:

Imagem 5: *O Mercúrio*, 1898.



Fonte: Periódicos da Biblioteca Digital da Casa de Rui Barbosa.

- Pois é isso, cônego Bollina. Estou danado!... o raio do projeto passa mesmo e não há castigo...
- E o belo latimzinho do manifesto, para nada serviu.
- Qual! Estamos de um caiporismo... (O MERCÚRIO, ed. 24, 1898, p.3).

⁸ Érico Marinho da Gama Coelho (1849 – 1922): nascido em Cabo Frio (RJ), foi médico, professor da faculdade de medicina, jornalista, deputado e senador. Nos últimos anos de Império, passou a defender os ideais republicanos, sendo o organizador da primeira agremiação republicana do Rio de Janeiro. No mesmo período, fundou o jornal *O Povo*, em São Fidélis. O jornal republicano veiculava duras críticas ao Império e à interferência constante da Igreja Católica nas questões políticas do país. Durante o período da Primeira República, exerceu cargos no legislativo local e nacional, foi deputado e senador. Érico foi defensor da emancipação feminina e, dentre seus projetos de lei estava a lei do divórcio universal. Por influência da Igreja Católica, o que havia, naquela época era a aceitação de separação de corpos, mas, oficialmente, o casal não poderia se divorciar. A proposta foi apresentada, inicialmente, em 1896, mas foi engavetada, sendo novamente apresentada em 1898, ao Senado. Contudo, novamente, o projeto foi rejeitado pelo congresso brasileiro, sob forte pressão de entidades religiosas.

A maneira grotesca como os personagens são representados, denotando a intenção do autor da charge de ridicularizar a figura dos religiosos, parece apontar para um certo apoio dos intelectuais de *O Mercurio* à lei do divórcio. No mesmo período, alguns outros periódicos faziam circular ideias favoráveis ao divórcio, salientando, por exemplo, os benefícios da lei em países como a França (SENNÁ, 2006). Contudo, havia também periódicos que se mostravam contrários à aprovação da lei, sobretudo aqueles que possuíam um perfil mais conservador (SENNÁ, 2006).

Considerações finais

O magazine *O Mercurio* parece ter exercido um papel importante entre os leitores do período. Se cumpriu a promessa estampada no subtítulo da primeira edição de junho de 1898, de atender “o commercio, a industria e as artes”, os dados observados não permitem assegurar. No entanto, o hebdomadário ilustrado e litografado a cores inovou em termos de técnicas utilizadas em cartazes ilustrados e coloridos já em circulação em vários países da Europa, como França, Alemanha, Inglaterra, América do Norte, entre outros. Além disso, mostrava-se atualizado em termos de moda e meios de locomoção que bem poderiam atrair comerciantes e compradores em contexto brasileiro, mesmo que fossem itens restritos a uma classe social de maior poder aquisitivo, como a bicicleta e a bermuda boomer demonstram.

Ademais, contou com uma equipe de ilustradores e cartazistas considerada a mais fina flor da técnica de ilustração no período, com destaque para o traço de Julião Machado, àquela época gozando de grande prestígio. Esta parece ter sido, inclusive, a marca do novo magazine voltado às artes, fosse no cartaz publicitário, na caricatura de costume ou na charge de viés político, que não deixavam de mostrar também ao leitor as mazelas das primeiras décadas do período republicano, como a falta d’água, a fome, o jogo do bicho, de um lado. De outro, a dificuldade em se combater o conservadorismo, que se observava de maneira patente entre os vários grupos sociais, como bem ilustra a polêmica em relação à lei do divórcio.

De modo geral, como se procurou sublinhar ao longo do artigo, *O Mercurio* facultava ao leitor curiosa participação política por meio da leitura, além do mero entretenimento advindo da observação dos anúncios, das charges e das caricaturas.

Referências

- A NOTICIA. **Mercúrio**. Rio de Janeiro: ed. 00178, 20-21/07/1898, p. 2.
- ALONSO FILHO, G; GOULART, P. C. A. **Affiches Candido de Faria: um brasileiro em Paris: 1882-1911**. Trad. PASCAL RUBIO, S. C. Vargem Grande Paulista: A9 Editora: Instituto Cultural ESPM, 2018. Disponível em: livro-affiches-candido-de-faria-espem.pdf. Acesso em: 16 dez. 2022.
- CARVALHO, J. M. **Os bestializados: o Rio de Janeiro e a República que não foi**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.
- CHARTIER, R. **A história cultural: entre práticas e representações**. Lisboa: Difel/Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.
- CHARTIER, R. **Práticas da leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.
- EL FAR, A. **Páginas de sensação: literatura popular e pornográfica no Rio de Janeiro (1870-1924)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- HALLEWELL, L. **O livro no Brasil: sua história**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.
- IPANEMA, R. M. A estética de D. Quixote e a imagem difícil de Prudente de Moraes”. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA: conhecimento histórico e diálogo social, 27., 2013. **Anais [...]**. UFRN Natal, p. 1-10, 2013. Disponível em: https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/201901/1548875180_af53d92e5082b7965944026021fee42c.pdf. Acesso em: 07 jul. 2023.
- LAGO, P. C. **Caricaturistas brasileiros**. Rio de Janeiro: Sextante Artes, 1999.
- LIMA, H. **História da caricatura no Brasil**. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora, 1963.
- MAGALHÃES, F. E o Rio não civiliza-se... o jardim zoológico e o jogo do bicho no Rio de Janeiro. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL PROCESSO CIVILIZADOR: Civilização e contemporaneidade, 12., 2009, **Anais [...]**, UFPE, Recife, [n. p.], 2009. Disponível em: https://www.uel.br/grupo-estudo/processoscivilizadores/portugues/sitesanais/anais12/artigos/pdfs/comunicacoes/C_Magalhaes.pdf. Acesso em: 07 nov. 2023.
- O MERCURIO. Rio de Janeiro: ed.00001, 06/1898, p. 2.
- O MERCURIO. Rio de Janeiro: ed.00002, 19/07/1898, 1.
- O MERCURIO. Rio de Janeiro: ed. 00005, 22/07/1898.
- O MERCURIO. Rio de Janeiro: ed. 00010, 28/07/1898.
- O MERCURIO. Rio de Janeiro: ed.00024, 13/08/1898.
- O MERCURIO. Rio de Janeiro: ed. 00034, 26/08/1898.
- O MERCURIO. Rio de Janeiro: ed. 00086, 19/11/1898.

OLIVEIRA, R. P. A monumentalização de Manoel Luís Osório: a construção de uma memória militar nos últimos dias do governo do Marechal Floriano Peixoto (1887 – 1894). **Militares & Política**, n. 7, p. 23 -50, jul./dez. 2010.

PASSOS, J. M.; PELEGRINI, J. Moda para corpos falantes: potencial desconstrução da heteronormatividade através da coleção coexistente. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 12., 2021. **Anais [...]**, Florianópolis: UFSC, 2021, p.1-15. Disponível em: https://www.fg2021.eventos.dype.com.br/resources/anais/8/fg2020/1613701761_ARQUIVO_412447d63c7e1e7f5a726351680a8d2a.pdf. Acesso em: 08 jul. 2023.

SENNA, A. K. **As tentativas de implantação do divórcio absoluto no Brasil e a imprensa rio-grandina (1889 – 1916)**. 2006. 290f. Tese (Doutorado em História) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

SOUZA, S. C. M. Uma crônica sobre os fatos do momento: o jogo do bicho nas poesias de monólogos interpretados e publicados no Rio de Janeiro entre 1892 e 1894. **Estudos Ibero-Americanos**, Porto Alegre, v. 44, n. 1, p.200-212, jan./abr. 2018.

Sobre as autoras

Aline Santos Santos Costa de Lemos: Professora de História da Secretaria Municipal de Itaguaí, RJ. Graduada em História pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Mestre em História Social pelo Programa de Pós-Graduação em História Social da UFRJ (PPGHIS/UFRJ) e Doutora em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (ProPed/UERJ). Desenvolve pesquisas na área de História da Educação, com especial ênfase em estudo da formação de leitores e história da literatura para crianças no Brasil.

E-mail: aline.s.costa.hist@gmail.com

Márcia Cabral da Silva: professora Titular na Faculdade de Educação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e pesquisadora Procientista (UERJ/FAPERJ). Doutora em Teoria e História Literária pelo Instituto de Estudos da Linguagem (UNICAMP). Coordena o Grupo de Pesquisa Infância, Juventude, Leitura, Escrita e Educação (GRUPEEL/CNPQ).

E-mail: marciacs.uerj@gmail.com

Soyane da Silva Santos: Mestranda em Educação pelo Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. (ProPed/Uerj). Bolsista no Programa de Apoio Técnico às atividades de Ensino, Pesquisa e Extensão (Proatec/Uerj).

E-mail: soyane.silva@gmail.com

Recebido em: 13 jul. 2023

Aprovado em: 29 mar. 2024