

## Almanaques e Imaginário do Progresso nas Terras do Café

Arrovani Luiz Fonceca\*

A palavra almanaque é antiga e possui acepções e conteúdos variados. Para os gregos existe a palavra *almenikhiaká*<sup>1</sup>, relacionada ao domínio da astrologia. Outra idéia atribuída aos almanaques advém dos povos do oriente que sob uma tenda ouvia as lições dos patriarcas e que posteriormente eram reproduzidos nas publicações de almanaques. Na idade média surge a palavra almanac com “c” final advinda do árabe “*al-manakh*”, e esta palavra explicitava o sentido de calendário ou mesmo “o memorial”. Nesse sentido, pode ser entendido como...

*“lugar onde a gente manda ajoelhar os camelos; daí, conto, que neste lugar se ouve, e finalmente calendário. Eguilaz dá o lat. manachus (circulus) empregado por Vitruvius no sentido de círculo de um meridiano que servia para indicar os meses. No baixo latim aparece almanachus e no baixo grego alamanakon, nome dado por Eusébio a calendários egípcios. também e quer dizer lugar onde se conta onde se narra acrescentando-lhe «estação», «região», «clima». No Petit Robert, lê-se que «do lat. medieval alamanachus, árabe almanakh, provavelmente do siríaco, rad. ma, lua, mês». Geneviève Bollême, autoridade na matéria, é de opinião que a palavra significou primitivamente «a conta», «o cômputo»”.*<sup>2</sup>

Entre os germânicos primitivos havia a concepção dos “*allmud-agt*” que circulava na região da Escandinávia e Alemanha e indicava profecias e antedatava em um ano as fases da lua. Entre os chineses existem documentos confirmatórios sobre existência desse gênero desde tempos muito antigos. A propriedade da invenção dos almanaques é muito difusa, no entanto seu gênero inicial está diretamente ligado a delimitações de ciclos, períodos, inclusive predições.

O tempo constitui a matéria principal dos primeiros almanaques antigos. Outrossim, ocorre uma variedade de almanaques nesses tempos que podem ser

---

\* Mestre em História pela UNESP.

<sup>1</sup> CEIA, Carlos. Almanaque. Retirado de <http://www.fcsh.unl.pt/invest/edtl/verbetes/A/almanaque.htm>

<sup>2</sup> CORREIA, J. D. P., e GUERREIRO, M. V. - Almanagues ou a Sabedoria e as Tarefas do Tempo. Revista ICALP, vol. 6, Agosto/Dezembro de 1986, p.44.

astronômicos, náuticos, os agrícolas com previsões metereológicas, e havia também os gastronômicos.

Característica fundamental dos almanaques é a sua marcação com o tempo que passa a compartilhar o tempo natural com outro da própria necessidade da existência humana. Neles surgem calendários, datação de colheitas, meteorologia, dias de santo, são alguns dos sinônimos associados à condução e ao ritmo da vida inserindo-se dessa forma em seu sentido pontual na demarcação do cotidiano. Dessa forma a possibilidade do almanaque é de que seus conteúdos perpassaram muitos fatos da vida humana jogando com o lance cambiante do presente e do futuro, tão caros a existência humana. Há um episódio fabuloso que diz que uma vez o sultão Osman pedindo a uma dos seus redatores que era responsável a criação de almanaques em seu reino. Perguntou a ele se venceria alguma guerra naquele ano. Vejamos:

*- Deus me revela que Tua Alteza fez mal em empreender essa guerra. Este ano tua espada não saberá fazer mal a ninguém.  
- É o que vamos ver - replicou o sultão - furioso.  
E com um golpe de sua cimitarra degolou o astrólogo<sup>3</sup>*

A valorização do adivinho em relação ao futuro transforma os augúrios do publicador como tecelão do tempo prenhe por significados, domínio da vida e da morte, da boa sorte ou do azar. À medida que sua consulta sempre se faz de forma constante, ele se torna o livro de registros da passagem, dos trânsitos, do idílico na memória dos homens.

Sobre os formatos pelos quais o almanaque tem adquirido ao longo do tempo não caberia nesta comunicação tal discursão. No entanto o nosso objeto de interesse recai sobre a cidade de São Carlos nos tempos da I Republica. O historiador Peter Burke mostra a necessidade de observar a cidade da Época Moderna como local de trocas não somente ao nível material mas também o de gerador de informações tanto internas como exteriores. De uma tradição oral no cotidiano destas cidades verifica-se a passagem para uma comunicação escrita certamente fruto de uma sociedade sofrendo o impacto das transformações econômicas. Burke sob esse aspecto lembra que as cidades organizaram devido ao fluxo de pessoas a necessidade de um livro-guia uma espécie de *ciceroni*

---

<sup>3</sup> citado de <http://www.almanaque.info/abertura01.htm> acessado em 27/07/2008

diante de uma cidade aberta e sem referencias aos olhos de quem chega. *No século XVIII, esses livros-guia passaram a acrescentar à descrição das igrejas e das obras de arte alguma informações praticas, do tipo como negociar com os condutores de cabrioles ou quais ruas deviam ser evitadas a noite. Essa informação desatualizava-se rapidamente, de modo que não chega a ser surpresa constatar que, a partir de 1722, um guia de Madri para estrangeiros começasse a ser publicado anualmente.* (BURKE, 1998. p198).

Numa aproximação com o proposito do historiador inglês cremos que o almanaque assim “vende” a cidade, divulga, exalta, consagra. Sua leitura de fácil manuseio contem a “essência” local, colabora para o espírito de conquistas e situa o momento presente em suas novidades.

Situado no tema da urbanização essa contagem de dados variados e de outros textos pertinentes a localidade ou de informação diversa se encontra nos almanaques podem se transformar na obtenção da imagem da cidade por meio desses fragmentos inscritos na leitura do texto. Uma leitura em que os detalhes levam ao renascimento de lugares, nomes, ofícios, cacos do espaço. Podemos assim pensar os almanaques, na aproximação com o que diz Ricardo Cordeiro Gomes, como um *livro de registros* (que) *faz o assentamento escritural da cidade, de que se quer conservar a lembrança; autentica-a, legitima-a, e preserva-lhe a identidade. Registrar(...) é levar para trás, transcrever, consignar;e, ainda reter na memória dessa cidade. O funcionário, o escriba (scriptor) que a inscreveu nesse livro, preserva-a do esquecimento o que possibilita o seu resgate, enquanto texto.*(GOMES, 1989. p.37)

Na sua origem histórica a cidade de São Carlos é narrada como fazendo parte do movimento tropeiro paulista com destino as minas de Cuiabá no final do século XVIII. Era denominada “boca de sertão”, cidade limítrofe entre o principiante Oeste Paulista e o Picadão de Cuiabá. A cidade surgiu derivada da doação de sesmarias e do pequeno comercio local para abastecimento de viajantes. Suas principais sesmarias originais foram Pinhal, Monjolinho e Quilombo entre os anos de 1831, 1810 e 1812 respectivamente. Era ligada a cidade de São Bento de Araraquara até o ano de 1880 onde recebeu a categoria de cidade pois devido ao rápido florescimento da agricultura cafeeira na região atingiu no final do século XIX a 3ª maior produção do país.

Com esse impulso a ferrovia chegou ao município em 1884, e posteriormente a vinda de imigrantes aceleraram o rápido crescimento urbano. A locomotiva passa então a ser a transeunte entre as novidades do mundo moderno e a localidade. A cidade de São Carlos já conta nesse tempo com requinte das construções atraentes e confortáveis e de refinamento arquitetônico projetados pelos *capo mastri* italianos com materiais importados da Europa. Os melhoramentos urbanos foram sendo efetivados com a chegada do telefone em 1889 (Cia Telephonica S. Carlense em 1894), primeira cidade do Brasil a ter iluminação elétrica, modernização do seu espaço urbano com a inauguração do Jardim Publico da Matriz em 1889 e em 1914 chegam os primeiros bondes elétricos. Era o “tempo da certezas” da geometrização do espaço urbano e do regramento racional do cotidiano que fazia de São Carlos um cartão-postal do novos tempos produzidos pela urbanidade do café. Nessa lógica, os almanaques se figuram como textos compósitos dessa empreitada em relação a modernidade. Seus textos de gênero diverso e arremetendo a noção temporal das novidades fazer assim de todo um “veículo” de estímulo na formação de um imaginário local.

### **A cidade-consumo**

Na caminhada que procura compreender a emissão de estímulos das mensagens trazidas pela textualidade do almanaque: a propaganda confirma um outro modo de perceber/observar/ler a cidade: o consumo, a moda.

A Belle Epoque européia foi marcada pela popularização do consumo conspícuo. Segundo Jean-Yves Mollier, “*a primeira vista, deslocar o nascimento da cultura de massa para um passado distante, entre os anos de 1896 e 1914, no período da Belle Epoque, parece, na melhor hipótese, traduzir um gosto pelo paradoxo e, na pior, o mais completo anacronismo*”. *Se concordarmos com o postulado que cultura de massa é uma formação cultural original, que não tem origem nem na cultura letrada nem cultura popular tradicional e que redefine “as práticas culturais em termos de lazer e mercado”, parece legítimo datar seu aparecimento histórico nos anos 60 do nosso século.*”<sup>4</sup> O almanaque mostra uma de suas facetas mais urbanas, a sua ligação

---

<sup>4</sup> MOLLIER, Jean-Yves. O nascimento da cultura de massa na *Belle Epoque*: implantação das estruturas de difusão de massa. São Paulo. **Revista Margem**, no.8, dez.1998.p.128

com o mundo do anúncio, comunhão entre comunicabilidade da escrita e da cidade e de uma escrita da cidade. Ele se insere no campo do anúncio publicitário. Mercantiliza as necessidades humanas tornando-as fruto do acessível. Nesse único anúncio retirado do *Almanaque de São Carlos para 1894* existe uma síntese das novidades, dos objetos, dos inventos que perpassam o cotidiano humano das cidades.

Salão Internacional  
 BARBEIRO E CABELLEIREIRO  
 Casa especial de perfumarias

Esta casa tem sempre um grande e variado sortimento de perfumarias dos melhores fabricantes, que vende por módicos preços

CREME GAMBELLA GOLD CREME

PASTAS PARA DENTES  
 Inglesa, Careja-anthela, Benedictinas, Lyrio Florentino, etc.

CREME DE PEROLAS CREME SIMON

Pós de arroz, Veloutine, Ophelia, Peau de Espagne, La Divine, Fin de Siécle, Superfine

SABONETES  
 Peau d'Espagne, Violetas Brancas, Hyliotropes, Yéiver, Violetas Russas, Glycerina, Alfaca, Lavande, Jones, Alcairão, Rimel, Inglesas, etc.

EXTRACTOS  
 Moscar, Chipe, Victoria, Port-Verme, Ixora, White-Rose, Violetas, Favonio, etc.

Carmin liquido e em pó  
 Agua de rosa, Agua violeta, Fin de Siécle, Mascetta, Fegras odoratas, Bagdad, Peau d'Espagne, Lotion Parfuma, Lotion Vapor, Violetas brancas, Camomila, Uva, Agua de Rosa, Agua Florida, Agua de Colônia, Vinagre aromatizado

Brilhantiza Lubin, Finaud e Gerbin

Atende-se a chamadas para fora do salão e applicam-se lizas

Inconveniente de fazer tranças para senhora e crianças

43 RUA D. ALEXANDRINA 43  
 FIRMINO CAMPOS

Original APESP

Alfaiataria  
 Paris  
 Saverio Massara

Completo sortimento de casemiras inglesas e francezas, brins de lindo superior branco e de côr.

Trabalhos com toda a perfeição  
 Aprumam-se ternos sob medida, em 24 horas

RUA CONDE DO PINHAL, N. 38  
 SÃO CARLOS

Original APESP

Visto desse modo, o habitante da cidade se cerca de variedade e de um repleto repertório de produtos. No seu interior cria-se uma tensão confusa entre a necessidade e o desejo de consumir. A medida que o consumo se amplia e se massifica dentro da cultura das cidades cafeeiras esconde um conflito no entorno da questão social: ele passa portanto a definir quem pode consumir, nesse sentido, daí, resultado mais nítido são as diferenciações sociais. Uma propriedade do almanaque de cidade seja a de aferir um encantamento mostrando uma urbe que se vende através de suas paginas.

A moda usa no vocabulário do anúncio publicitário referenciais que lembram que a periferia não está longe do seu centro. A distancia esta perto. A *Alfaiataria Paris*

da imagem do *almanach-album de São Carlos de 1916-1917* condiciona a dizer que é possível o consumo da moda pois não é algo que revele a ambigüidade das classes sociais. Aqui o conflito se acomoda gerando uma outra percepção do sensível moderno: a da sua adequabilidade a cultura capitalista o que possibilita a abrangência de todos.

O século XIX é o momento de ascensão do fetiche da mercadoria. Como explicita Sandra Pesavento:

*A este caráter de dissimulação, a esta propriedade de encobrir, pela aparência, a essência das relações sociais subjacentes ao processo produtivo, Marx chamou de fetichismo da mercadoria. Ele é decorrente, em última instância, do processo social de produção que busca encobrir.*

*Tal caracterização da mercadoria com seu caráter de fetiche, mistério, magia, engodo, velamento e encantamento é central para toda análise que pretenda desmontar as aparências da dominação burguesa, extrapolando do mundo da fábrica para o conjunto da sociedade capitalista<sup>5</sup>.*

O conteúdo que chama a atenção para a publicidade e a propaganda torna a leitura do almanaque uma caminhada pela inauguração de uma sociedade de consumo que tem na cidade seu lócus sensível de interpretação das formas e dos desejos humanos projetadas nas *fantasmagorias* do produto:

*No palco do exibicionismo burguês, o empresariado dava a receita para os que queriam seguir as trilhas da modernidade: o trabalho organizado, o conhecimento científico e a habilidade criadora do homem eram capazes de produzir máquinas e descobrir novos processos. O capitalismo demonstrava assim a sua exemplaridade e a classe que capitaneava esse processo se colocava como merecedora da posição que ocupava.<sup>6</sup>*

---

<sup>5</sup> PESAVENTO, Sandra Jatahy. **Exposições Universais: Espetáculos da Modernidade no Século XIX.** São Paulo, HUCITEC, p.21

<sup>6</sup> Idem. Op.cit. p.111

LOJA VIOLETA

DE

:: Annibal Silva ::

Sub-agente da Companhia Allianca da Bahia

Esplendido sortimento de fazendas, modas, amarrões, perfumaria, confecções, chapcos de sol e cabruça, objetos de phantasia e artigos de novidade

GRANDE ALFAIATARIA

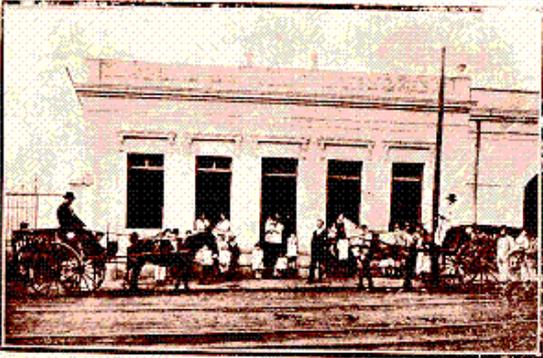
Sortimentos completos de casacas e belm-  
Pecada sem compromissos e muita sinceridade

Caixa Postal. 299 - Telephone. 38

End. Telegr. "VIOLETA"

Rua Conde do Pinhal, 64 -:- São Carlos

fonte: almanaque-album de São Carlos para o ano de 1916-1917

<h1>Padaria Paulicéa</h1> <p>DE JOSÉ BERTOCCO</p>		<p>FILIAES:</p> <p>* * Rua S. Carlos, n. 54 * *</p> <p>* * Rua General Osorio, n. 18 * *</p>	<p>MATRIZ:</p> <p>Rua 7 de Setembro, 35</p> <p>Telephone, n. 222 *</p>
<p>Neste estabelecimento trabalha-se em pão Alemão, Francez e Italiano.</p> <p>Fabricam-se todas as qualidades de bolachas e biscoutos</p>		<p>ESPECIALIDADE EM DOCES PARA CASAMENTOS, BAILES, ETC.</p> <p>Acceita-se encomenda para qualquer ponto.</p>	
<p><b>S. CARLOS</b></p>			

Almanach-Album de São Carlos para 1916-1917. imagem 6

As iguarias alimentícias, conforme esse anúncio do Almanach-Album de 1916-1917, dão o toque do caminho para o bom gosto e bom paladar. O conforto do paladar se aloja nos doces, biscoitos, pães com receitas européias. O consumo alimentício, necessidade vital, torna-se no avesso para servir ao elegante e conspícuo hábito do comer civilizado.

Visto desse modo, o habitante da cidade se cerca de variedade e de um repleto repertório de produtos. No seu interior cria-se uma tensão confusa entre a necessidade e o desejo de consumir. A medida que o consumo se amplia e se massifica dentro da cultura das cidades sob a égide cafeeira esconde um conflito no entorno da questão social: ele passa a definir quem pode consumir, nesse sentido, daí, resultado mais nítido são as diferenciações sociais logo diferenciações do hábito do consumo. Uma propriedade do almanaque de cidade seja a de aferir um encantamento mostrando uma urbe que se vende através de suas páginas. Entre as páginas do Almanach de 1894 de São Carlos existe a seção “Commercio, Industrias, Artes e Officios” que apresenta a seguinte relação:

*negociantes de seccos e molhados, armazéns de fazendas, armarinho, chapéus, roupas feitas, etc, armazéns de ferragens, tintas, óleos, armadores, arreios e artigos de montaria, agentes de companhias, aguardente, açougues, amoladores de faca, alfaiatarias, bilhares, botequins e restaurantes, barbeiros, calçados, casas de descontos, café em pó (fabrica de) (...), concertadores de guarda-chuva, compradores de café, empreiteiros e mestre de obras, (...) fabrica de macarrão, fabrica de charutos, fabricas de sabão, fabricas de cerveja, gazozas, etc, ferreiros e serralheiros, ferradores de animaes, fornecedores de pedras, (...) jóias (casas de) officinas de relojoeiro, (...), matérias de construção (depósitos), madeiras (depósitos de), marmoristas, marceneiros e carpinteiros (officinas), mascates, ornatos de gesso e mármore, olarias, papeis pintados, vidros, quadros, etc, (...), pharmaceuticos, photographia, pintor e dourador, sapateiros (officinas de), serrarias a vapor e deps de madeira, selleitos, tintureiros, torneiro (officina de), typographias, vendedores ambulante de b. de loterias<sup>7</sup>.*

O que fica claro nessa longa citação é a existência de um núcleo urbano em atividade dinâmica e com uma estrutura servida para um conjunto de profissões que implicam diretamente num serie de novos hábitos de consumo, entre o que há de necessário e o que age de maneira conspícua. O trabalho que envolve o conjunto dessas atividades mostra um centro urbano dinâmico febricitante, com uma população urbana exigente de novos padrões culturais de consumo. que dava sustentação a uma população que se deslocava do campo para a cidade. As novas relações sociais de produção que se desenvolvem tanto no campo como na cidade estão exigem um aparato estrutural que torna o consumo demonstração dessa faceta moderna onde novos materiais, estilos, hábitos, penetram o cotidiano.

---

<sup>7</sup> Almanach de São Carlos, 1894. São Carlos, A Empreza d'ó Popular. P94 a 114.



Acervo da Acervo Museu Histórico e Pedagógico Cerqueira Cezar

O interior de uma residência são-carlense com os adornos da parede, lustres, quadros, objetos, vidros, fotografias. As invenções das ciências do século XIX que estruturaram a belle époque se fazem presente no cotidiano urbano de uma cidade com 15.404 segundo o censo demográfico de 1920.

Nesse ambiente modernizado, recorreremos a memória como ponto de instante no tempo que captura uma cena denotando nitidamente as nuances dessa cidade em meio aos torvelinho do mundo urbano consumista. A flagrante imagem vem de Ary Pinto das Neves:

*A zona residencial rica e elegante circunscrevia-se em 1894, as proximidades do pátio da Matriz, estendendo-se pelas ruas da matriz, estendendo-se pelas ruas margeantes, visconde de pinhal, 13 de maio, Dona alexandrina e do Carvalho. (...)*

*Ali também, estavam o comercio de luxo, modas, jóias e preciosidades raras importadas da Europa, o melhor da elegância e do bom gosto. Certamente uns e outros se atraíram, compradores ricos e fornecedores da elite.*

*O “Ao Espelho de Crystal” (...) produtos de louças e bijuterias(...)*

*A “Joalheria parisiense”, na esquina do largo em a Rua do Carvalho, oferecia “variadíssima escolha de pedras preciosas e jóias com e sem brilhantes” e alertava seus clientes, os ricos barões do café, sobre o apuro artístico do trabalho de seus artistas peritos, que fez vir da Europa expressamente para o desempenho dos trabalhos que lhe são confiados”. (...)*

*A clientela era exigente, o que indicava riqueza, refinamento, e obrigava o comerciante a desfazer-se em amabilidade e tentadores ofertas.*<sup>8</sup>

A moda usa no vocabulário do anúncio publicitário referenciais que lembram que a periferia não está longe do seu centro. A distancia esta perto. A *Alfaiataria Paris* da imagem do *almanach-album de São Carlos de 1916-1917* condiciona a dizer que é possível o consumo da moda pois não é algo que revele a ambigüidade das classes sociais. Aqui o conflito se acomoda gerando uma outra percepção do sensível moderno: a da sua adequabilidade a cultura capitalista o que possibilita a abrangência de todos.

O século XIX é o momento de ascensão do fetiche da mercadoria. Como explicita Sandra Pesavento:

*A este caráter de dissimulação, a esta propriedade de encobrir, pela aparência, a essência das relações sociais subjacentes ao processo produtivo, Marx chamou de fetichismo da mercadoria. Ele é decorrente, em ultima instancia, do processo social de produção que busca encobrir.*

*Tal caracterização da mercadoria com seu caráter de fetiche, mistério, magia, engodo, velamento e encantamento é central para toda análise que pretenda desmontar as aparências da dominação burguesa, extrapolando do mundo da fábrica para o conjunto da sociedade capitalista*<sup>9</sup>.

O conteúdo que chama a atenção para a publicidade e a propaganda torna a leitura do almanaque uma caminhada pela inauguração de uma sociedade de consumo que tem na cidade seu lócus sensível de interpretação das formas e dos desejos humanos projetadas nas *fantasmagorias* do produto:

*No palco do exibicionismo burguês, o empresariado dava a receita para os que queriam seguir as trilhas da modernidade: o trabalho organizado, o conhecimento científico e a habilidade criadora do homem eram capazes de produzir máquinas e descobrir novos processos. O capitalismo demonstrava assim a sua exemplaridade e a classe que*

---

<sup>8</sup> NEVES, Ary Pinto das. **O Jardim Público de S. Carlos do Pinhal**. Edufscar, Ed. Fac-simile, 2007, p.51-52.

<sup>9</sup> PESAVENTO, Sandra Jatahy. **Exposições Universais: Espetáculos da Modernidade no Século XIX**. São Paulo, HUCITEC, p.21

*capitaneava esse processo se colocava como merecedora da posição que ocupava.*<sup>10</sup>

Indo mais além dessa acepção transformadora dos desejos capitalistas dos grandes industriais, a esfera do indivíduo no que diz respeito ao consumo, passa a ser outra instância da ordem dos novos tempos:

*Para Lipovetsky, a moda é um dos primeiros em dimensões em que o individualismo se manifesta na sociedade ocidental na modernidade – o do gosto – em paralelo ao individualismo econômico e religioso, precedendo o seu desenvolvimento em outras esferas (...)*

*Ele traduz a emergência da autonomia dos homens no mundo das aparências; e um signo inaugural da emancipação da individualidade estética, a abertura do direito à personalização, ainda que ele esteja submetido aos decretos cambiantes do conjunto coletivo. Paralelamente ao adestramento disciplinar e à penetração aumentada da instância política na sociedade civil, as esferas privada desprende-se, pouco a pouco, das prescrições coletivas, [...]. A moda começou a exprimir, no luxo e na ambigüidade, essa invenção própria ao Ocidente: o indivíduo livre, solto, criador, e seu correlato, o êxtase frívolo do eu”.*<sup>11</sup>

## **A Imagem feminina ante ao progresso**

Em um trabalho de pesquisa sobre mulheres na área do café, Ana Luisa Martins, afirma:

*O papel normativo do mulher na sociedade patriarcal brasileira confinou sua imagem, relegando-a, ao silêncio, perpetuando sua representação em postura recôndita, obediente e reverente, ao proprietário e ao coronel, senhor das terras. No cotidiano, porém essa mulheres severas, de olhar absorto ou infeliz – conforme mostram os retratos – desestabilizavam os papéis entre os sexos, desfazendo papéis ancestralmente constituídos*<sup>12</sup>.

---

<sup>10</sup> Idem. Op.cit. p.111

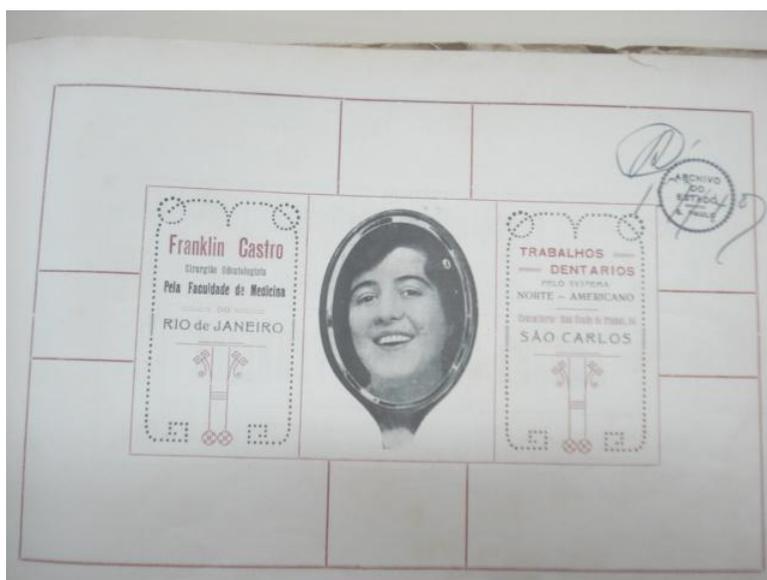
<sup>11</sup> Taschner, Gisela. Raízes da Cultura de Consumo. **Revista USP**, 1996-1997. Numero 32, p.41.

<sup>12</sup> Martins, Ana Luisa. Mulheres do café: transgressão e norma. Anais do I encontro de história do café, Museu Republicano, Itu, SP. 2006. p.4

Não tão diferente é o que acontece com a mulher colona. Para esta, a sua função se tripartia em filha, mãe e esposa. Era considerada pela família como apropriada para o trabalho já aos doze anos, tendo sua jornada de trabalho duplicada quando fosse adulta. Na temporada das muitas gravidez era ficava impedida do trabalho na lavoura mas a medida que os filhos cresciam ela retomava aos poucos o trabalho na roça<sup>13</sup>.

Essa duas referencias a mulheres que em sentidos opostos complementam a atividade cafeeira alem de tudo fornecem uma amostra do cotidiano feminino numa área de intensa formalização do trabalho e de produção capitalista. Assim, entre a mulher real a mulher colona e a ideal dos almanaques creio que as associações se encaminham ao plurifacetaimento do genero feminino. Da mulher colona nao obtemos o seu registro nos almanaques, porem sua presença é idealizada é corrente e perpassa sentidos romanticos e mesmo de modernidade.

Escolho uma cena do almanaque de 1916-1917 que realça esse fato: o rosto de uma mulher sorridente ao lado de um anuncio de trabalhos de um cirurgião-dentista. Uma imagem sensível da maneira como a feminização da modernidade percebida pelo seu lado estético e prazeiroso, sugerindo impulso de vida, beleza, vigor, saúde.



fonte: almanaque-album de São Carlos para o ano de 1916-1917

<sup>13</sup> Idem.p.7

Neste mesmo almanaque encontro um texto poético inspirador. Um poema dedicado a Rachel pelo dia do seu aniversário do poeta escondido atrás do seu anagrama Elmano Tosta.

*(...) São, pois com os versos pallidos que teço,  
Do coração as flores que offereço  
A ti, filha adorada, obediente.*

*E, por seres, como é, modesta e boa,  
È justo que te ponha uma coroa  
De bençams sobre a fronte adolescente.<sup>14</sup>*

Bela imagem da vida em que a adolescente acalentada pelos novos anos se vê representada pelo ideal romântico de ser angelical, símbolo de pureza, virginal.

Em um texto intitulado “Acção Social da Mulher”, Clóvis Botelho Vieira retrança um histórico sobre a presença da mulher ao lado de acontecimentos capitais da historia humana. Para ele, foi ela nas historias prístinas que travestida de loba, acolheu Rômulo e Remo, evitando que os fundadores de Roma quedassem a morte. No belo texto repleto de citações a Cleópatra, Messalina, Elisabeth I, Carlota Courday há a preocupação de elucidar um comportamento que mudou a historia de civilizações ou mesmo de processos históricos. Encerra o autor com uma sugestão surpreendente.

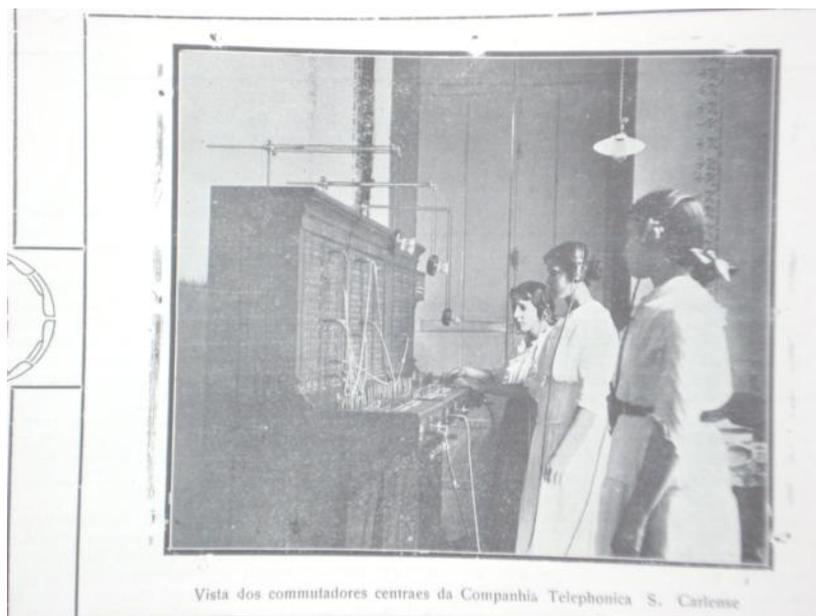
*Eis no mais remoto da nossa historia a acção fecunda da mulher cuja trajectoria admirável pela colônia, Império e República iremos analysar, de modo a salientar o concurso que a companheira solicita de nossa vida tem prestado á formação de um grande povo, cuja alta destinação histórica apenas principiamos a advinhar<sup>15</sup>.*

O historiador José Murilo de Carvalho analisa a verdadeira luta simbólica que foram os primeiros tempos da república. O trecho anterior pode nos ajudar a compreender nesse caso a prestação de belos atributos a figura feminina na formação de um imaginário republicano. Faze-se aqui referencias muito claras com relação a idealização da figura feminina na republica deveras estimulada pelas imagens da Delacroix da liberdade guiando o povo.

---

<sup>14</sup> ALMANACH-ALBUM de São Carlos para o ano de 1916-1917. Franklin Castro. Organizador. Typographia Astistica. 1916-1917.

<sup>15</sup> Idem, ibidem. Sem numeração de pagina.



fonte: almanaque-album de São Carlos para o ano de 1916-1917

Contudo a imagem que fecha esse texto fortuitamente menos idealizada possível e real é a de um grupo de mulheres como atendentes da telefonia da cidade. Já emersas no mundo do trabalho numa localidade pequena a foto exhibe uma pose em que as mulheres se envolvem com as maquinarias dos tempos modernos. Deixam seus corpos domésticos e privados em função dos meios de produção. E o ritual da entrada na modernidade capitalista. Mas não deixam de se inserir num novo meio de luta pessoal a da dignidade humana no trabalho. São mães, esposas e filhas que alçam construir no seu espaço novas experiências históricas mesmo que em detrimento disso haja a exaustão das forças.

### **Considerações Finais**

O presente trabalho procurou esboçar alguns caminhos da travessia pelos almanaques são-carlenses. A produção de tais artefatos impressos procurava atuar na educação dos sentidos da modernidade capitalista nas terras cafeeiras. As imagens textuais, fotográficas e propagandísticas atuam também na formação de um imaginário local sob as experiências vividas nesses tempos da Primeira Republica. A cidade que se mostra nas paginas dos almanaques é estereotipada segundo os interesses dos publicadores porem revelam estratégias de atingir uma imagem moderna de São Carlos.