

Almanaques de farmácia: corpo e saúde na construção do Brasil (1937-1945)

GABRIELA FERREIRA BARBOSA¹

1. Introdução

O presente artigo é fruto de minha pesquisa que se iniciou ainda na graduação e permanece em desenvolvimento no programa de pós-graduação em História da Universidade Estadual do Ceará (MAHIS – Mestrado Acadêmico em História). Como o próprio título sugere, o objetivo do trabalho é analisar como as indústrias farmacêuticas, através dos almanaques de farmácia, abordaram a política trabalhista do governo Vargas a partir dos de corpo e saúde do trabalhador.

Os almanaques de farmácia eram “pequenos livros” de edição anual que, sendo produzidos por laboratórios farmacêuticos, trazem como proposta central a publicidade dos produtos fabricados por tais laboratórios: remédios, elixires, pomadas, tônicos, sabonetes, entre outros. Tem um caráter popular por serem de leitura fácil e dinâmica, com muitas ilustrações, além de informação, entretenimento e também o fato de serem distribuídos e não vendidos, o que torna sua qualidade, com referência ao papel utilizado na fabricação, inferior aos demais livros. Esses almanaques aparecem, no Brasil, no final do século XIX e ganham bastante destaque nas primeiras décadas do século XX. Para Roger Chartier,

No Brasil do século XX, os almanaques farmacêuticos assumem, como alguns de seus precursores europeus, a tarefa da educação sanitária e moral do maior número de pessoas. Fazendo uma aliança original entre publicidade comercial, normas familiares e projeto de higienização, eles se inscrevem a sua maneira, na filiação dos almanaques “esclarecidos” e pedagógicos do tempo das Luzes. Mas no contexto do Estado Moderno, eles são igualmente os portadores de um projeto de reforma e de civilização identificado ao destino da nação e, para alguns, de raça. (CHARTIER, 1999: 10)

¹ Aluna do Mestrado em História da Universidade Estadual do Ceará. Instituição financiadora: Funcap – Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

No Brasil, essa proposta educacional ganhou também um caráter cívico. É exatamente a partir dessa característica que baseamos nossa pesquisa, levando em consideração o papel dos almanaques de farmácia no projeto político e cultural do governo Vargas, principalmente no que diz respeito às questões de incentivo ao trabalho.

O elo que ligava os interesses das indústrias farmacêuticas, responsáveis pela fabricação dos almanaques, e os do governo era a saúde, pois, se de acordo com as autoridades, era o trabalho que moveria os brasileiros rumo ao progresso, isso só seria possível se os corpos dos homens fossem fortes e saudáveis o suficiente. É exatamente aí que entram os laboratórios farmacêuticos com seus tônicos fortificantes e uma série de produtos que prometiam melhorar o condicionamento físico dos trabalhadores. Desse modo, a pesquisa pretende analisar a ligação entre almanaques e ideais varguistas passando sempre pelo âmbito da saúde.

O valor do trabalho difundido nesse período disseminava a ideia de que o mesmo era muito mais do que um meio de ganhar dinheiro e promover o bem a si próprio. A questão era, além do benefício individual, o bem-estar coletivo. Cada cidadão seria responsável por si e pelo progresso da nação.

O homem, a partir dessa ótica nacionalista, passou a ser representado como o grande responsável pelo crescimento do Brasil. Era dele o papel de desenvolver a economia do país através do trabalho. Para tanto, seria preciso que ele se tornasse um cidadão “civilizado”, isto é, um bom trabalhador, honesto, pai e marido exemplar, que não tivesse vícios, saudável e forte. Percebe-se que as qualidades descritas perpassam os aspectos físicos e morais. O homem deveria, sobretudo, estar apto para o trabalho, por isso a questão da saúde foi tão difundida nesse momento, pois acreditava-se que só um homem saudável seria capaz de trabalhar de maneira eficaz.

Logo surge a ideia de que um corpo cansado e doente não serve para trabalhar. Desse modo configurou-se o modelo de vida ideal: corpo limpo, saudável, forte e produtivo, típico de um homem moderno. Com isso, se desenvolveu a ideia do esporte como um meio de tonificar o corpo, deixando-o mais forte de maneira natural. Ao lado do esporte estão os tônicos produzidos pelos laboratórios, atuando como um ajudante das atividades físicas, visando sempre fortalecer o corpo.

Os almanaques de farmácia a partir da década de 20, mais intensamente a partir de 30, trazem como principais produtos, direcionados ao público masculino, os tônicos fortificantes, os depurativos e os remédios para digestão. As autoridades médicas, as indústrias farmacêuticas, os engenheiros, as autoridades políticas e outros estavam empenhados na luta pela “civilização” do povo brasileiro.

Nesse sentido, buscamos, através desse artigo, discorrer brevemente sobre o modo como as indústrias farmacêuticas, utilizando seu principal veículo de propaganda, acabou servindo de meio divulgador dos ideais nacionalistas do Estado Novo no que diz respeito às políticas trabalhistas.

2. O corpo forte a serviço da nação

O culto ao corpo, ao qual nos aqui referimos, diferente do que presenciamos em nossa sociedade atual, está muito mais ligado a uma questão de saúde do que propriamente ao de estética, embora a exaltação à beleza existisse já de um modo bastante significativo na cultura dos brasileiros dessas primeiras décadas do século XX. Na verdade, talvez para nós da contemporaneidade, seja fácil ver saúde e beleza não necessariamente andando juntas, porém, nesse período ao qual nos dedicamos a estudar, elas estão intrinsecamente ligadas. Portanto, para a sociedade brasileira daquele período, ter um corpo bonito era ter um organismo saudável. Porém, como já dissemos, a saúde não estava somente a serviço da beleza. Ter um corpo saudável era sinônimo de disposição e força para o trabalho. A ênfase que se dá a isso, a partir do governo Varga, faz do homem brasileiro um trabalhador. Cria a ideia de que um bom cidadão, acima de tudo, é aquele que trabalha.

Os almanaques de farmácia usavam muito a temática do trabalho na construção de suas propagandas. No período, sugeriram inúmeros tônicos fortalecedores, remédios de todos os tipos a fim de promover um melhor funcionamento do organismo e do desempenho no trabalho. Desse modo, vemos que o trabalho, o corpo e a saúde ganhavam bastante destaque não só na política, mas também nos almanaques. É exatamente utilizando a temática do labor que essas publicações procuram atingir o público masculino urbano, principalmente nas propagandas dos tônicos.

Toda essa ênfase que é dada à questão da saúde nesse período é explicada pelo fato de o Brasil, a partir da virada do século, viver um momento no qual a ciência positiva ganha bastante destaque. As palavras “ordem e progresso”, expressas na bandeira nacional, eram reflexo do desejo das classes dominantes, dos cientistas positivistas e do governo, de uma nova configuração nacional.

Surgiram idéias sobre medicina social, medicina sanitária, trabalhos de saneamento básico e reurbanização. Mais do que isso, a raça brasileira precisava ser moldada para trilhar o caminho da civilização.

O almanaque de farmácia traz em seu bojo a medicalização do espaço urbano-rural, trazendo uma política higienista, com normas de conduta individual e social. (PARK, 1999: 77)

Esse discurso dos médicos sanitaristas norteou as ideias da construção de um novo país, onde não se admitia indivíduos com hábitos insalubres que, segundo essa perspectiva, colocavam em risco a saúde e a vida dos “bons cidadãos”. Com isso, configurou-se a ideia de que a raça brasileira, para ser considerada civilizada, assim como eram as grandes nações do mundo, tinha a necessidade, antes de tudo, de ser limpa e saudável. Entra aí a relação entre a parte e o todo, ou seja, o papel do cidadão na construção do país.

A noção de indivíduo e de coletividade foi usada de modo a se fazer entender que uma não é oposta a outra, pelo contrário, colocava-se a individualidade a favor da coletividade, isto é, era na ação individual que cada brasileiro transformaria o país em uma verdadeira nação (coletividade) “civilizada”.

Essa ação individual estava centrada na utilização das normas médicas higienistas veiculadas no momento. O uso de medicamentos fortificantes, depurativos e que melhorassem o sistema digestivo; higiene do corpo e prática de exercícios físicos eram sempre estimulados pelos almanaques e reforçados pelos médicos.

A nova higiene do corpo responsabiliza o indivíduo de modo a desenvolver uma consciência de bem-estar coletivo. A participação decorrente das práticas esportistas e a dimensão coletiva aventada impulsionam para a formação de novos ‘condutores sociais’, aptos a cooperar com a comunidade. (LENHARO, 1986: 78)

A juventude torna-se o símbolo da vida e um ideal da sociedade do século XX, principalmente após os anos 30. A vontade de manter-se eternamente jovem está muito presente nos almanaques de farmácia desse período e está ligada diretamente à beleza, à

capacidade de produção e à saúde. Desse modo, manter a juventude significava ter um lugar na sociedade, ser uma das engrenagens da grande máquina que movimentava o momento presente do país, bem como daquela que levaria o Brasil ao futuro. O almanaque Xavier de 1937, em uma de suas propagandas, mostra a preocupação em ser jovem.

Velhice precoce: o mal de muitos moços...

Como é triste envelhecer antes do tempo.

Que triste e doloroso espetáculo nos proporcionam os moços atacados de velhice precoce!

Tão jovens ainda, na idade, e já tão verdadeiros velhos: cheios de enxaquecas, os rostos cortados de rugas, magros, neurasthenicos, e curvados como se setenta primaveras lhes pesassem sobre os ombro!

Foi tão curta a sua mocidade e tão depressa ella se exgouttou...

Mas são elles os únicos culpados de sua infelicidade, porque não souberam defender a sua juventude e deixaram que ella se consumisse através dos phosphatos perdidos e das energias exgottadas nas lutas pela vida.

Se tivessem elles recorrido ao mais poderoso fortificante: o NUTRIL XAVIER!

O NUTRIL XAVIER restitue os phosphatos e as energias perdidas, fortifica todo o organismo, põe vida nova e sadia em todos os órgãos e mantém, portanto, sempre robusta e invejável a mocidade – o maior thesouro que se pode possuir.

NUTRIL XAVIER quer dizer: saúde, energia, vitalidade, juventude!

Ainda é tempo, velhos precoces: o NUTRIL XAVIER vos restituirá a mocidade e novamente a vida vos sorrirá!²

Restaurar as energias do corpo, de acordo com essa ótica, é torná-lo mais saudável, mais novo e, acima de tudo, mais produtivo. A questão é que quanto mais jovem e forte for o corpo, mais rápido e eficiente ele será no trabalho. Nota-se, então, a partir desse pensamento, uma grande pretensão de controlar o tempo, tanto no que diz respeito ao próprio ciclo da vida, atrasando o máximo possível a velhice, quanto na produção fabril. Na verdade, percebe-se aí duas forças inversamente proporcionais: quanto mais lenta for a passagem da juventude, mais rápida é a produção.

A ideia não era apenas otimizar o tempo do trabalho, mas também o próprio corpo humano, que passou a ser comparado a uma máquina e, como tal, o organismo

² Almanaque Xavier 1937. p.15

XXVII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA

Conhecimento histórico e diálogo social

Natal - RN • 22 a 26 de julho 2013

ANPUH
BRASIL

humano deveria funcionar com precisão e perfeição, sem prejuízos. Com isso, a medicina do período considerava que “graças aos novos remédios dirigidos à digestão e à voga aos esportes, o organismo humano deve trabalhar mais rápido, assimilando com eficácia os alimentos para transformá-los com perfeição em energia”. (SANT’ANNA, 1996: 127) O trabalhador, assim como a máquina, deveria servir ao progresso do Brasil.

As palavras: depurar, fortalecer, engordar e outras no mesmo sentido são constantes nos almanaques e exprimem a vontade das autoridades, e também de parte da sociedade, de transformar o Brasil em um país “civilizado”, que teria no povo a marca de uma raça forte, bonita e trabalhadora, pautando as práticas sociais no conhecimento médico e na educação sanitária. Além disso, havia uma intensa campanha contra o desperdício, inclusive de energia corporal. “A valorização de um corpo e de uma cidade ‘trabalhados’ é paralela à suspeita de que todo desperdício pode representar perdas políticas e um fracasso econômico irreparável.”

O “novo homem brasileiro” deveria ter qualidades não apenas físicas, mas também de caráter. Acreditava-se que “um corpo fisicamente educado faculta o desenvolvimento das ‘mais elevadas faculdades morais.’” Desse modo vemos que, de acordo com o pensamento da época, corpo forte era sinônimo de caráter forte. É através desse investimento no fortalecer, de tornar saudável o corpo e a alma, que o incentivo à educação física cresce e toma espaço em toda a sociedade brasileira. Esse estímulo partia de diversos lugares, um deles era através dos almanaques de farmácia. No almanaque ilustrado de Bristol, de 1937, podemos ver uma associação entre os produtos vendidos pelos laboratórios e as práticas esportivas.



Figura 6 – Almanaque Bristol, 1937.

Esse é um tipo de propaganda que utiliza texto e imagem complementares. Nas imagens, observa-se, de um lado, práticas esportivas que, segundo o texto, trazem “prazer e vigor”. Do outro lado, veem-se as consequências desagradáveis das atividades físicas. Entre uma coisa e a outra, isto é, entre os prazeres das práticas esportivas, durante o dia, e as dores musculares, durante a noite, aparece o “Oleo Electrico” que, segundo a propaganda, age para dar alívio aos músculos e recuperar as forças perdidas. Ao se analisar todo o conteúdo do apelo publicitário, é perceptível que até mesmo o nome do produto traduz o espírito da época, onde palavras como: força, vitalidade e velocidade guiavam o comportamento dos homens.

Desse modo, configurou-se o modelo de vida ideal: corpo limpo, saudável, forte e produtivo, típico de um homem moderno. Com isso, se desenvolveu a ideia do esporte como um meio de tonificar o corpo, deixando-o mais forte de maneira natural. Ao lado do esporte estão os tônicos produzidos pelos laboratórios, atuando como um ajudante das atividades físicas visando sempre fortalecer o corpo. Por sua vez, o corpo fortalecido estaria inteiramente a serviço de um plano maior, ou seja, o homem forte estaria, de acordo com a lógica das autoridades médicas, governamentais e também farmacêuticas, beneficiando não apenas a sua saúde, mas o desenvolvimento do seu país.

“Vencer na vida! Eis o ideal de todos os homens!”³

O Brasil viveu três séculos de escravidão, em que a maior parte de seus trabalhadores (escravos) estava à margem da sociedade. A abolição do regime escravocrata e a proclamação República, que ocorreram em períodos tão próximos, levaram uma série de políticos e intelectuais a pensar na realidade econômica e social do país. Com isso, estes viram que a pobreza era um dos maiores obstáculos ao desenvolvimento da nova nação brasileira, proposta a partir do advento da República. Um país verdadeiramente justo e civilizado não poderia manter tão grande parte de sua população em tais condições de pobreza. O Estado passou a ser responsabilizado pela permanência dessa situação.

Os anos que sucedem a revolução de 30 são marcados pela preocupação do Estado com o trabalho e o desenvolvimento do Brasil a partir deste. Porém as atenções voltadas ao labor também acabavam se refletindo em outras esferas como: educação e saúde. “A questão não era só organizar o mercado de trabalho, livrando-o de distúrbios, como fundamentalmente combater a pobreza que sintetizava todos os problemas nacionais”. (GOMES, 1999: 54-55) Desse modo, a fuga da pobreza, bem como o progresso da nação, estavam pautadas no ideal do trabalho. É a partir desse momento que vemos surgir uma série de medidas relacionadas à organização do mercado de trabalho: legislação trabalhista, previdenciária e sindical. Essas medidas estiveram ainda mais presentes durante o Estado Novo (1937-1945).

Promover o homem brasileiro, defender o desenvolvimento econômico e a paz social do país eram objetivos que se unificavam em uma mesma grande meta: transformar o homem em cidadão/trabalhador, responsável por sua riqueza individual e também pela riqueza do conjunto da nação.
(GOMES, 1999: 55)

O valor do trabalho difundido nesse período disseminava a ideia de que o mesmo era muito mais do que um meio de ganhar dinheiro e promover o bem a si próprio. A questão era, além do benefício individual, o bem-estar coletivo. Cada cidadão seria responsável por si e pelo progresso da nação.

³ Almanaque Xavier, 1937.

A própria Constituição de 1937, no artigo 136, dizia que o trabalho era um dever de todos, “o que implicava a desocupação ganhar o estatuto de crime contra o próprio Estado”. Este, por seu lado, era visto como o grande gerador da justiça social através do labor. Esta política consistia em amparar o homem brasileiro, “o que significava basicamente que a civilização e o progresso eram um produto do trabalho”. (GOMES, 1999: 57) Desse modo, tudo que tratava de economia, política ou dos aspectos sociais passava, obrigatoriamente, pela esfera do trabalho.

Outra questão bastante discutida pela política da época foi a humanização do labor, ou seja, o valor do esforço de cada homem em detrimento do trabalho das máquinas. Nesse período, o Brasil vivia o início da industrialização e muito se discutia a respeito da função do homem no mecanismo industrial. De acordo com o ideal de justiça social pregado pela política da época, a ocupação era algo civilizador.

“O trabalho não era castigo nem desonra. Só o é para os que alienam o seu valor de colaboradores sociais e trabalham bestializados sob o império da máquina. A mecanização, sem inteligência e sem ideal, é que torna o homem mercadoria das forças econômicas”. (GOMES, 1999: 68)

O que a política varguista queria não era a sobreposição nem das máquinas, nem dos trabalhadores. Era necessário reconhecer o valor de ambos dentro do processo industrial e de progresso da nação.

Nos anos 40, mas especificamente no ano de 1942, iniciou-se a “batalha da produção”, o objetivo era mobilizar os trabalhadores seguindo o lema “trabalho e vigilância – uma hora roubada ao trabalho é uma hora roubada à pátria”. Já no ano de 1943 intensificou-se a campanha para tornar um número cada vez maior de trabalhadores associados ao sindicato.

A questão do associativismo do trabalhador brasileiro estava, portanto, sendo pensada em conjunto com outras questões de imediato impacto material, como as da moradia e alimentação, reconhecidas como fundamentais e responsáveis pelas altas taxas de mortalidade e pela baixa produtividade da população brasileira.

Com essas constatações, o regime assumia que muitas doenças em nossas cidades se propagavam pelas más condições de higiene das moradias populares, o que tornava o trabalhador revoltado e “preguiçoso”. Assumia também que a casa própria e a alimentação adequada eram aspirações legítimas do trabalhador, que só tinha em vista o bem-estar e a segurança de sua família. (GOMES, 1999: 61)

Uma das premissas do governo Vargas era a valorização da família, por isso cuidar do trabalhador implicava em reconhecê-lo como membro de uma família que, por sua vez, também fazia parte de uma família muito maior: o Brasil.

A questão familiar é muito recorrente nos almanaques de farmácia que, ao mesmo tempo, também trata com bastante cuidado e ênfase a questão do trabalhador. A maioria dos produtos destinados ao público masculino, nos almanaques, é direcionada aos trabalhadores. Grande parte desses são os tônicos fortificantes, porém encontramos em grande escala os depurativos do sangue. Tanto os tônicos como os depurativos têm o objetivo de otimizar a produção, ou seja, dar mais disposição para o trabalho, melhorar a respiração e eliminar as impurezas do corpo.

A ilustração seguinte, tirada do almanaque Elixir de Inhame de 1932, mostra a diferença entre um homem saudável e trabalhador e um fraco, “preguiçoso” e incapaz de trabalhar. Notamos que o trabalho também estava relacionado com a felicidade e que um homem que não trabalha não pode ser feliz. Na propaganda, é fácil ver isso pela expressão facial dos dois. Além disso, a própria vestimenta denuncia o homem trabalhador, com roupas mais leves, mais apropriadas para o trabalho nas indústrias, por exemplo, e aquele que figura o homem sem trabalho: com roupas mais pesadas e típicas da boemia.



Figura 8 - Almanaque Elixir de Inhame, 1932.

A relação entre trabalho e saúde é muito presente nesse período. Por isso, o governo tinha tanto cuidado com as questões de higiene. Um trabalhador doente e cansado não seria capaz de produzir o suficiente. Desse modo, uma diversidade de produtos foi elaborada com o objetivo de aperfeiçoar a produção nas fábricas, melhorando as funções orgânicas dos trabalhadores. A próxima figura faz parte de uma das propagandas do Nutril Xavier, de 1937.



Figura 9 – Almanaque Xavier, 1937, p. 9

No corpo do texto da propaganda, que toma uma página inteira diz:

Vencer na vida! Todos precisam e todos deverão fazê-lo.

A vitória é a grande, a maior recompensa para os que trabalham com dedicação e entusiasmo. Mas a luta pela vida está se tornando cada vez árdua, cada vez mais difícil. Hoje, mais do que nunca, ela exige uma saúde invejável, uma disposição férrea, uma perseverança inquebrantável e ainda mais um cérebro sadio e robusto, um systema nervoso perfeito e controlado.

*Cheios de entusiasmo e de fé os homens se atiram à luta, mas ella é tão difícil e tão exhaustiva que elles, aos poucos, se cansam, se enfraquecem e se inutilizam. Uma assustadora perda de phosphatos vai lhes roubando, paulatinamente, a vitalidade cerebral e orgânica.*⁴

Esse anúncio publicitário é apenas um dos inúmeros que encontramos nos almanaques de farmácia exaltando o trabalhador. Ele exprime a ideia de que o homem que trabalha será recompensado com a vitória e afirma isso como um dever de todos. Porém, para tanto, é necessário, de acordo com a ideologia do laboratório, dar ao corpo elementos que permitam o seu funcionamento perfeito: tônicos fortificantes para

⁴ Almanaque Xavier, 1937.

restabelecem o organismo. No caso dessa propaganda, percebe-se uma preocupação não apenas com a questão física, mas também mental.

O uso de tônicos, associados a práticas esportivas seria, de acordo com as autoridades médicas, um meio de se restabelecer as forças gastas durante o dia no trabalho. Desse modo, surgiu uma política de incentivo aos esportes dentro dos estabelecimentos fabris. A ideia era sempre produzir e produzir cada vez mais. Com a ocasião da guerra, não apenas o sentimento nacionalista se exaspera, mas, junto a ele, cresce a vontade de tornar a indústria nacional um símbolo de grandeza da nação. Assim, os trabalhadores eram comparados a soldados.

A exigência imperiosa de uma produção cada vez maior transformava os campos de trabalho em “campos de batalha” imprescindíveis à consecução da vitória final. A guerra não seria decidida apenas nas trincheiras, nem podia ser confiada somente à bravura dos militares. “Não sabemos o que nos vai exigir essa guerra de sacrifícios, de dedicação; nem o tempo que precisaremos para vencê-la, justificando-se, por tanto, o preparo dos combatentes civis. E dentre esses se destaca o operariado que deve produzir, produzir sem parar, nessa única emergência em que não há superprodução”. (LENHARO, 1986: 84)

Outra questão que consideramos importante, a respeito da qualidade e da quantidade da produção, é o fator cultural. O samba estava cada vez mais tomando conta da cultura brasileira e o personagem muito cultuado desse estilo musical era o malandro, homem tipicamente urbano, mas que tinha aversão ao trabalho. A vida do malandro é sempre regada à bebida, rodeado de mulheres. É o culto à boemia, coisa que era expressamente condenada pela moral trabalhista da época.

A vida boêmia era relacionada ao consumo excessivo de álcool, desse modo, surge uma intensa campanha de combate ao alcoolismo. Os almanaques de farmácia fazem parte dessa campanha, provavelmente por serem considerados meios de divulgação mais acessíveis. Era frequente, principalmente na década de 1930, encontrar elementos dessa campanha nos livretos, seja através de textos ou imagens. Um desses exemplos é a publicação de 1938 do laboratório paulista de biologia (Almanaque das Famílias), que mostra um homem desprezado pela sociedade por causa do alcoolismo.



Figura 10 - Almanak das famílias, 1938, p. 8

Vemos, a partir da imagem, a ideia que se fazia do homem que sofria com o vício do alcoolismo; marginalizado, virava motivo de riso perante a sociedade. Na figura podemos perceber as crianças, todas do sexo masculino, atirando pedras no alcoólatra. A ideia é mostrar que o álcool reduz o homem a uma condição inferior, tão menor que ele passa a exercer uma função semelhante a de um animal, ou mesmo de um objeto qualquer, e não mais de um ser humano. A junção das imagens que compõem a propaganda acaba por tornar o apelo ainda mais eficaz, como é o caso das letras do nome “álcool”, que aparecem de maneira tortuosa para representar a visão do bêbado, ou mesmo o próprio local onde acontece a cena: a rua. A provável intenção era mostrar que o homem desocupado, sem emprego, vive sem rumo e passa a maior parte do tempo na perambulando e torna-se motivo de piada ou compaixão. É justamente a rua que passa a ser figurada como o local da boemia e da “vagabundagem”. Nesse caso, abaixo da figura vem a propaganda do “sôro-antialcoólico”, produto do laboratório em questão, que promete acabar com o vício.

O governo também atuou como um combatente do uso de bebidas e um dos meios divulgados como auxiliares e um dos mais eficazes, foi o próprio trabalho. Através dele o homem se torna digno e ocupado o suficiente, de acordo com a ótica do período. Maria Izilda dos Santos Matos mostra-nos a criação de instituições para combater o vício.

Era freqüente a defesa da criação de asilos para ébrios mediante as rendas advindas dos impostos cobrados sobre as bebidas alcoólicas.

Esses asilos teriam um duplo sentido: garantia para a sociedade, isolando os ébrios, e correção e restabelecimento destes, não apenas como medida de repressão ao vício, mas também pra propiciar-lhes o ensinamento de um ofício, já que a disciplina e o trabalho eram vistos como elementos reintegradores dos ébrios à sociedade.

Os discursos em questão reiteradamente associavam alcoolismo ao jogo, ao fumo, à vagabundagem, à boemia, à mendicância, provocados por uma ociosidade que era incompatível com uma “sociedade moderna civilizada”, direcionada para a “ordem e o progresso”. Assim, ao declarar a necessidade de recuperação dos alcoólatras pelo trabalho, tais propostas visavam ao mesmo tempo corrigir o alcoolismo e coibir a vadiagem e a mendicância. (MATOS, 2003: 120-121)

O trabalho era então visto como algo muito mais que um provedor de riqueza ou um meio de sustento familiar, era o que tornava o homem digno, fazia dele alguém que merecia o respeito de toda a sociedade, diferente do indivíduo que bebe e vive sem emprego.

Podemos perceber que a figura do homem alcoólatra representa aquele tipo que não se deve ser, ou seja, os almanaques criam a imagem de alguém que é excluído, indesejado, para, em seguida, mostrar a solução, passando a ideia de que o ideal de homem naquele momento era um tipo bem diferente do mostrado na propaganda e que, mesmo para aqueles que já estavam viciados, ainda havia uma saída: a utilização dos remédios do laboratório em questão. Desse modo, o almanaque de farmácia, em suas propagandas cria o “modelo” e o “antimodelo”, sendo que este existe para reafirmar aquele.

O exemplum in contrarium ou antimodelo caracteriza uma boa parte dos recursos publicitários do almanaque. Mostra o homem (camponês) triste doente e, logo em seguida, aconselha-se o uso do Biotônico Fontoura. Mostra-se uma mulher doente e, em seguida, o que ela deve fazer para ser saudável e bela. O exemplo funda a regra, a ilustração desempenha o papel de reforçar a adesão à regra conhecida e admitida pelo leitor, pela sociedade. Tomando Biotônico Fontoura ou Saúde da Mulher ter-se-á Saúde e Felicidade. (NOVA, 1996: 73)

No apelo publicitário do almanaque, é frequente encontrarmos as palavras: “saúde, felicidade, força, beleza”, todas elas cheias de significados já admitidos pela sociedade. Nesse caso, elas aparecem sempre se complementando. De acordo com a publicidade dos livretos, essas palavras só tem sentido se estão juntas, isto é, ser feliz, forte, belo e saudável significa ter saúde. Consequentemente, para ter tudo isso, é

preciso tomar os remédios indicados por cada laboratório. É nesse momento que se faz presente o que Vera Casa Nova chama de exemplo ou modelo e o aintimodelo. A propaganda mostra aquilo que não se pode ser e diz o porquê, em seguida aponta a solução (utilização do produto) e por último apresenta o modelo, ou seja, o resultado, a pessoa saudável após tomar o tal medicamento. Assim, o leitor se identifica com o que vê no almanaque, ele se percebe fraco e doente, mas sabe que há uma cura. Assim, vislumbramos que entre a sociedade e as propagandas dos almanaques existe uma relação de troca. O que se encontra nos livretos como modelo a ser seguido é também um retrato, a representação dos anseios dessa sociedade inserida num determinado espaço e tempo. No caso da nossa análise, a sociedade brasileira das décadas de 30 e 40 do século XX. Essa, que tem características específicas, papéis predeterminados para homens e mulheres, pautados na ótica trabalhista e nacionalista. As mulheres, na visão que a própria sociedade, bem como a autoridades tinham na época, eram responsáveis pela educação do “novo cidadão brasileiro” e o homem era o próprio, aquele que iria levar o Brasil a um futuro glorioso através do trabalho.

Considerações Finais

O artigo aqui apresentado, como já dito, é um fragmento de uma pesquisa maior e mais abrangente, desse modo, alguns aspectos importantes, como por exemplo, uma conceituação sobre nacionalismo e trabalhismo no Estado Novo, não cabem ser abordados aqui, embora sejam essenciais para o entendimento do tema.

No decorrer do artigo, buscamos entender de que maneira os almanaques de farmácia, através de suas propagandas, divulgaram o ideal de corpo e saúde defendidos pelas autoridades médicas e governamentais pautados no discurso de criação de uma “nova raça” brasileira que teria como premissa o ideal do trabalho e do progresso.

Várias questões foram levantadas não apenas sobre o corpo e a saúde, mas também sobre o padrão de comportamento, de maneira geral, que era “exigido” pelas elites. Pudemos perceber traços muito bem delineados da sociedade brasileira das décadas de 30 e 40, principalmente aquilo que era almejado, levando em consideração

que a publicidade utiliza os anseios da população, ou pelo menos de uma parte dela, para elaborar as propagandas.

De acordo com a análise mais geral que fizemos nos almanaques, percebemos um padrão seguido tanto no sentido da estética, ou seja, da formatação das páginas, quanto principalmente nos conteúdos. A partir disso, chegamos à conclusão de que a maioria das propagandas era densa e continha textos e imagens, percebemos com isso o caráter abrangente que pretendiam ter, pois, como afirmamos, os almanaques de farmácia atingiam as mais diversas camadas da sociedade e, desse modo, sua leitura também tendia a ser simplificada já que boa parte da população brasileira era pobre e não sabia ler.

De modo geral, a intensão desse breve trabalho foi chamar atenção para novas abordagens a respeito de uma temática já muito estudada pela nossa historiografia, a política de trabalho de Getúlio Vargas, porém olhá-la a partir de outros ângulos e com novas lentes. Ainda são muito poucos os trabalhos sobre as indústrias farmacêuticas no Brasil, sobretudo no que diz respeito às suas propagandas, especificamente a contida nos almanaques de farmácia. Entendemos a importância e riqueza que esses livretos apresentam para futuras pesquisas em vários aspectos. Vemos, assim, que esse trabalho abre as portas para que se possam explorar cada vez mais esses livretos. Além disso, reconhecemos a relevância que têm os trabalhos envolvidos com o estudo da saúde e da cultura do corpo, objetos novos e que carecem de mais pesquisas.

BIBLIOGRAFIA

CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Multidões em cena. Propaganda Política no Vargasismo e no Peronismo*. São Paulo. Edusp. 2008.

CASA NOVA, Vera Lúcia C. *Leituras de almanaques de farmácia: Biotônico Fontoura e A saúde da Mulher*. Tese de doutorado apresentada na Faculdade de letras da UFRJ. Rio de Janeiro, 1990.

_____. *Lições de almanaque: um estudo semiótico*. Belo Horizonte: Ed. UFMG.

CHARTIER, Roger. Introdução – O livro dos livros. In Park, Margareth Brandini. *Histórias e leituras de almanaques no Brasil*. Campinas, SP: Mercado das letras: Associação de leitura do Brasil; São Paulo : Fapesp, 1999.

DUTRA, Eliana de Freitas. *Rebeldes literários da república: história e identidade nacional no Almanaque brasileiro Garnier (1903-1914)* – Belo Horizonte: UFMG, 2005.

FERREIRA, Jaqueline. *O Corpo Sínico. Saúde e doença, um olhar antropológico*. RJ: Fiocruz.

GOMES, Ângela de Castro. Ideologia e trabalho no Estado Novo. In: Repensando o Estado Novo. Pandolfi, Dulce (Org.). Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.

GOMES, Mário Luiz. Vendendo saúde! Revisando os antigos almanaques de farmácia. *História, Ciência, Saúde – Manguinhos*, Rio de Janeiro, v.13, n. 4, out. – dez. 2006

JAGGAR, Alison M. e BORDO, Susan R. (orgs.) *Gênero, corpo, conhecimento*. RJ: Record : Rosa dos ventos, 1997

JESUS, Paula Renata Camargo de. “A configuração do slogan publicitário na indústria farmacêutica no Brasil”. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Campo Grande – MS

LENHARO, Alcir. *Sacralização da política*. Campinas – 2ª ed – SP: Papyrus, 1986.

MATOS, Maria Izilda Santos de. *Âncora de emoções: corpos, subjetividade e sensibilidade*.- Bauru, SP : Edusc, 2005.

_____. SOIHET, Rachel (orgs) *O corpo feminino em debate*. S.P: UNESP, 2003.

PARK, Margareth Brandini. *Histórias e leituras de almanaques no Brasil*. Campinas, SP: Mercado de letras : Associação de leitura do Brasil; São Paulo : Fapesp, 1999.

XXVII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA

Conhecimento histórico e diálogo social

Natal - RN • 22 a 26 de julho 2013

ANPUH
BRASIL

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História e história cultural*. Belo Horizonte, MG: Autêntica, 2004.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. "O receio dos trabalhos perdidos": Corpo e cidade. *Projeto História 13. Revista do programa de estudos pós-graduados em história e do departamento de história*, PUC-SP. , São Paulo, 1996.