

## Almanaques de Farmácia (1920...)

A almanaque de farmácia da década de 20 é analisado a partir de aspectos das superfícies significantes em processo de produção de sentido; mostra como na leitura aparentemente gratuita e agradável dessa modalidade de literatura subjazem mecanismos ideológicos de dominação sócio-econômico e cultural.

Mais de cinco milhões de famílias de todos os países civilizados receberão este almanach e com elle os bons desejos os que tomaram parte na sua confecção, publicação e distribuição... (SIC)

The Sidney Ross Company.

Almanach Americano  
De Ross. 1927

Este texto é parte do editorial do Almanach Americano De Ross (com oráculo), 1927, que as farmácias recebiam dos laboratórios farmacêuticos e distribuíam gratuitamente. (Fig. 1).

Artesanal, de leitura rápida, com um mundo de curiosidades, os almanaques de farmácia eram lidos com tanta frequência quanto os quadrinhos ou fotonovelas, hoje o são. Sua produção se caracteriza por uma grande diversificação de assuntos, domínios diferentes, ligados explícita e implicitamente ao mercado de remédios.

**O REMEDIO UNIVERSAL**  
**Para a Saude e Felicidade de Todos**



**PILULAS de VIDA**  
**do Dr. ROSS**

**O Remedio mais Acreditado do Mundo desde 1890**

**Para a PRISÃO DO VENTRE, BILIOSIDADE e DISPEPSIA.**

**Venda Mais de 150.000.000 por Anno**  
**THE SYDNEY ROSS COMPANY INC. NEWARK, E. J. A.**

Figura 1

No alvorecer da Renascença, são simplesmente os astrólogos e os médicos. O almanaque constitui então, para estes dois fecundos personagens, uma forma de publicidade inesperada e preciosa. Só dois livros se vendem, penetram nas massas

Os almanaques têm sua história social. Em linhas gerais: em sua origem, eles eram destinados à medida do tempo e à meteorologia. No processo de sua transformação, tornaram-se mini-enciclopédias, catálogo, guia, anuário que podiam ser encontrados numa parte da casa, presos por um cordão. Muitas das suas características, entretanto, permaneceram.

O livro de todo o saber, como nos fala Eça de Queirós, interessa aos estudos de produção do discurso, na medida em que oferece um «pacote signifiante», onde o sentido se manifesta investido na matéria, não só da propaganda dos remédios, mas também em toda a organização do discurso, logo também em suas condições ideológicas de produção. Memória social de uma transmissão de saber, no período histórico da década de 20 que vale a pena resgatar. ■

Essa análise parte da descrição das superfícies significantes, de alguns «nacos» (como diria Verón) do processo de produção de sentido. Ainda em fase embrionária, está uma segunda fase da pesquisa, a que veria os efeitos de sentido, ou seja, a fase do que Verón<sup>2</sup> chama reconhecimento (circulação e consumo).

Com interesse econômico determinado, o do mercado dos produtos farmacêuticos, esta produção, aparentemente «gratuita» e ingênua, é reveladora de um dos aspectos da dominação colonialista, que incrementou a produção mercantil no Brasil, assim como uma das fases do desenvolvimento da economia capitalista, antes da chamada ideologia do consumo.

A medicina caseira, por exemplo, sofre um violento golpe e um deslocamento na organização de seus sistemas. Novos traços culturais são impostos. Para isso há um aproveitamento de estruturas existentes em que se acrescenta o poder de dominação. «A Medicina Doméstica para a mãe de Família» exemplifica como a The Sydney Ross Co. introduz seus produtos no mercado. (Fig. 2).

---

1. QUEIRÓS, Eça de. Almanques. In: Obras completas. Porto, Ed. Aquilar, 1960: p. 1634. (idem, ibidem, citações das margens).

2. VERÓN, Eliseo. Produção de Sentido. São Paulo, Cultrix, 1981. p. 190.

Vê-se: tem almanaque, essa menina,  
 como é que termina um grande amor  
 se adianta tomar uma aspirina, ou  
 se bate, na quina aquela dor.  
 Se é chover o ano inteiro chuva fina ou  
 se é como cair o elevador  
 me responde, por favor.  
 Prá que tudo começou  
 quando tudo acaba...<sup>3</sup>

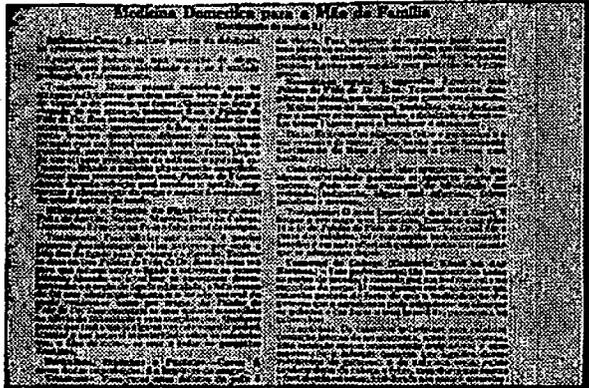


Figura 2

O caráter heterogêneo dos elementos do almanaque; calendário, cálculos astronômicos, festas fixas e móveis da Igreja, horóscopos, informações agrícolas e seções de lazer; é aparente. Existe toda uma organização ocultando as formas de dominação. Partindo da promoção do produto farmacêutico, esses folhetos propõem valores e hábitos, «interferindo dessa forma, em codificações culturais originais dos grupos a que se dirige e representando um processo de aculturação».<sup>4</sup>

3. HOLANDA, Chico Buarque de. LP Almanaque. Rio de Janeiro, Philips, 1981, (disco).

4. CAMPOS, Maria Helena Rabelo. O Canto da Sereia. Belo Horizonte, FALE/UFMG. 1981. p. 105. (tese xerografada).

Assim, enquanto produtora de sentido, essa modalidade publicitária aparece como uma das formas de dominação cultural, entre outras, dessa época, quando no contexto histórico-social do país, desenvolvem-se grandes contradições. Afirma Manuel Maurício de Albuquerque<sup>5</sup> que, em termos do comércio internacional, havia um favorecimento das importações estrangeiras que atingia diretamente o desenvolvimento do surto industrial, além de esgotar as reservas de divisas proporcionadas pelo saldo favorável deixado pelas exportações realizadas durante a guerra. Por outro lado, a pretensão protecionista na esfera da circulação, já estava previamente comprometida em seus resultados pela internacionalização da economia brasileira.

A ciência e as suas teorias eram para esta boa companhia do século XVIII, o que a religião e as suas controvérsias tinham sido, no tempo de Port - Royal, para a sociedade do século XVIII. o almanach du Bonhomme Richard foi o seu catecismo popular...

Mas não só de articulações hegemônicas importadas viveu o almanaque de farmácia. (Fig. 3).

#### Para a leitora, em especial

Dirigido sobretudo às mulheres, o Almanaque do Xarope São João — 1926, de Alvim & Freitas, teve tiragem de um milhão de exemplares, conforme a capa, e trazia em epígrafe:

A beleza é o capital da mulher;  
O capital é a beleza do homem.  
(SIC)

Assim o almanaque propagava pelas cortes a poesia galante de Paris, ou derramava pelas pequenas vilas adormecidas, o gosto da ciência racionalizada...

Fornecendo conselhos sobre os homens, sobre vida saudável, identificando pelos olhos e pelas mãos o caráter dos homens, o almanaque é sobre-determinado paradigmática e sintagmaticamente pela ética e estética dominante.

O enfoque do produto é redundante. As vezes, na mesma página, três ou quatro textos de assuntos diferentes enviam ao mesmo produto. O homem e

---

5. ALBUQUERQUE, Manuel Maurício de. Pequena História da Formação Social Brasileira. Rio de Janeiro, Graal, 1981. p. 552.

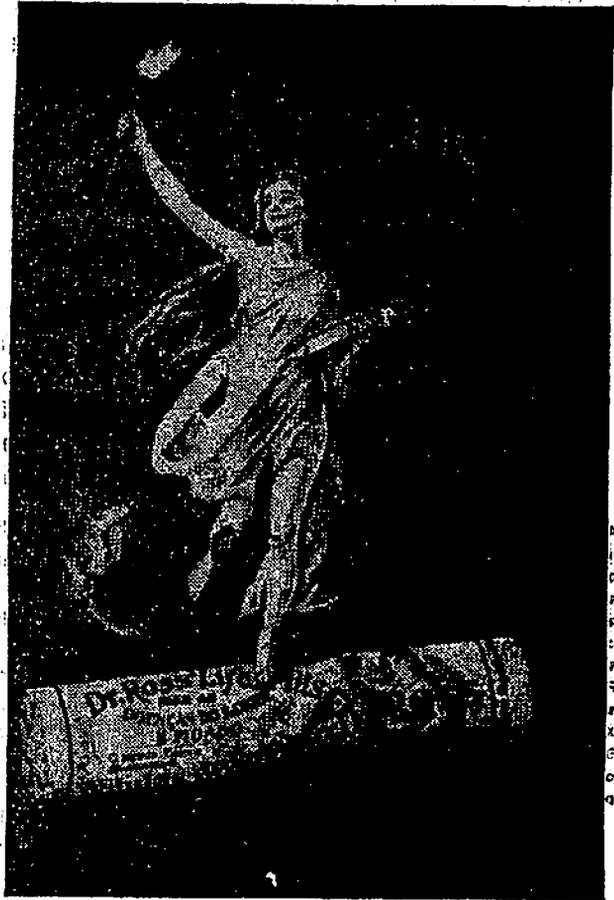


Figura 3

a criança são o centro da vida da mulher. A criança tem tosse. O homem é o modelo de beleza grego. Cheio de músculos e muito vigor, porque toma Nutrion ou Vigonal. Significantes que convergem para o conteúdo da mensagem — para que se tenha saúde, deve-se tomar o remédio «aconselhado». (Fig. 4).

A propaganda chama a atenção pelo recurso da repetição. Repetição que trabalha sobretudo com

o desejo da saúde e o desejo da cura. O laboratório farmacêutico e a farmácia promovem e divulgam a doença e a sua conseqüente «cura».

Baudrillard<sup>6</sup> diz que na publicidade, o desejo nunca é efetivamente liberado — o desejo só é



Figura 4

---

6. BAUDRILLARD, Jean. Significação da Publicidade. In: MOLES, Abrahan et alii. Teoria da Cultura de Massa. 2 ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978, p. 278.

liberado na imagem e em doses suficientes para provocar os reflexos de angústia e de culpabilidade ligado à emergência do desejo. Soma-se a isso tudo o envolvimento da sedução.

Um outro aspecto relevante: se o ideal estético da época era Art Nouveau, os traços do desenho do anúncio assim obedeciam ao padrão de gosto dominante, à procura do chique, do preciosístico. (Fig . 5).

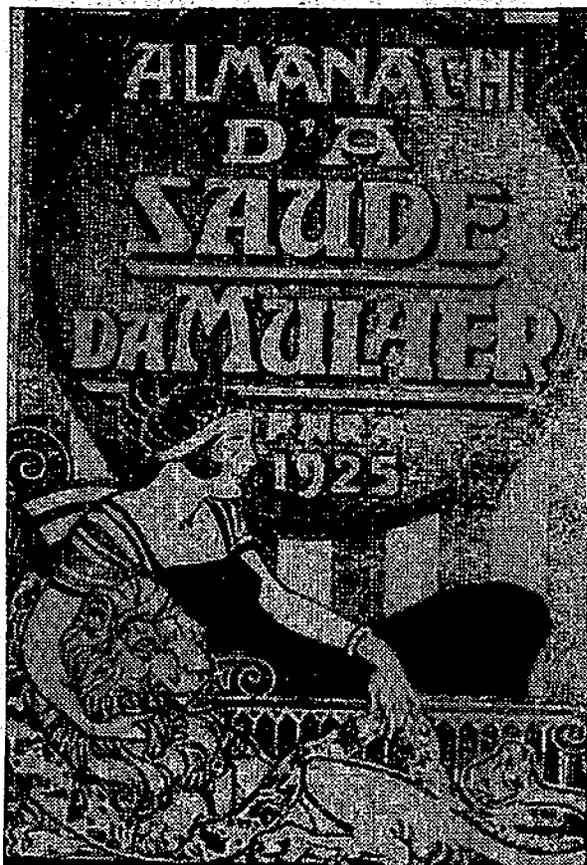


Figura 5

## Cultura de almanaque

Por outro lado na mesma linha de um discurso dominante, mantenedor de «saber» e «cultura», uniformizando o político e o social, o almanaque divulgava História, Literatura, Religião e Ciência.

Muita gente conheceu os versos de Bastos Tigre, A. Oliveira, Olavo Bilac, entre outros, através da leitura de almanaques farmacêuticos. (Fig. 6).



**Os dois Príncipes de Poesia Brasileira**

**BROMIL**

Nos arquivos de literatura do Bromil figuram duas autobiografias, uma de Olavo Bilac e outra de Alberto de Oliveira. Como o conhecido de todos leitores, Olavo Bilac foi o primeiro príncipe dos Poetas Brasileiros, aclamado em certames abertos em todo o mundo de letras de sua "Quadrinha" pela com'gruhão, o título de grande poeta de desaparecido e cujo termo ao público.

*Tudo o mais amado em deixar que se fizesse uma bronchie primária, aqui indubitavelmente curada com o Bromil. — Olavo Bilac.*

Por obra de Bilac, por varios annos ficou vago e preenchido o espaço de nome a que devia caber o duto excepcional. Sabia-se logo o natural poeta Alberto de Oliveira que é hoje pela justiça do tempo de um contemporâneo, o príncipe dos Poetas Brasileiros. Uma circumstancia altamente favoravel para o renome do Bromil como remedio eficaz, nos permite guardar tambem do illustre e excessivo Bilac, e affazado abito transcripção que mais uma e apropriada o popular medicamento da prestigiosa companhia da Muz.

*Das duas principaes que neste Capital, adostaram o tipo o anno passado e certo impio para com a prole do Bromil se desembrase melhora que tornamos em fimado para logo em um estado de saúde passando por uma afflicção e oprimimento para das letras. Si não tem que sua industria tem algum valor quanto de resultados como da indigistancia de veridica de Alberto de Oliveira.*

E com certo descommodo que se ditiona a este officio de sua poesia amargura, pelo julgamento de sua parte, os outros em tempo de o Bromil como com sua obra (medicinal) e fimeada de sua qualidades de remedio eficaz para seus.

Figura 6

Se a relação educação/almanaque é pertinente, como nos mostra Beltrão,<sup>7</sup> penso na matriz positivista tão relevante no aparelho ideológico educacional, a partir do final do século XIX.

Como texto, o almanaque farmacêutico permite captar a estruturação e algumas articulações sobre a questão do «saber» da década de 20. Divulgando o papel do conhecimento para a integração de todos os aspectos da vida humana, e em particular da vida social, através do universo normativo e a orientação geral da vida social, os produtores do almanaque forneciam, entre outras, a última palavra em informações médicas, para que o leitor pudesse acompanhar a evolução da «ciência médica moderna».

Através de recursos da cultura de classe dominante popularizados em conta-gotas, o almanaque entretia as famílias da época, ajudava a controlar e a orientar a vida, o trabalho e outras práticas sociais. Com a cultura de almanaque de farmácia, os laboratórios alcançavam a venda do produto, além de reproduzir e manter os interesses hegemônicos. (Fig. 7 a-b).

Os recursos persuasivos que se apresentam sob forma variada nas imagens e em toda a organização do discurso, articulando a venda, podem ser analisados com relação aos mecanismos que definem as condições ideológicas da produção de sentido, no almanaque.

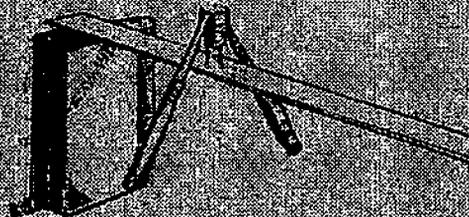
Devido a razões historicamente determinadas, alguns deles são mais pronunciados que outros. O que se pode evidenciar, no entanto, é a dimensão paradigmática do efeito ideológico e a dimensão sintagmática, onde se mostram a produção e a manipulação do sentido, logo, também da cultura.

---

7. BELTRÃO, Luis. *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. São Paulo, Cortez, 1980. p. 8.

No mesmo plano, e opostos um ao outro, cravam-se sobre uma tábua de cortiça dois canivetes, de igual peso, que servirão de balancim para a experiência. Na base da tábua e no mesmo diâmetro, põham-se dois alfinetes, bem cravados, para que se não dobrem sob o peso que terão de supportar.

Coloque-se depois o *apparelho* sobre uma regua lisa, disposta em plano inclinado, de suave declive, e imprima-se-lhe um ligeiro movimento de balanço. O peso do *apparelho* gravitará sobre um dos dois alfinetes, girando sobre elle até que o canivete do lado opposto tropece com a regua. O choque fará



com que o movimento de balanço continue e o peso carregue, então, sobre o outro alfinete. O *apparelho* tornará a girar e d'este modo irá descendo a rampa da regua, sem necessidade de nenhum impulso estranho.

Figura 7 a-b

Como enunciador institucionalizado, o laboratório farmacêutico organiza a venda, através do discurso da propaganda, o de maior apelo, e para conseguir a adesão do leitor para o ato da compra se apropria de traços culturais populares, transforma-os (a nível ideológico) e re-enuncia-os familiarizando-os. (Cf. a Medicina Doméstica para a mãe de família).

## A leitura possível...

Qual o nível semiótico a ser privilegiado na leitura? A organização de valores semânticos, condição da comunicação, ou a organização de valores axiológicos, condição de manipulação? A relação texto/ideologia não pode nesse caso ser restrita, no nível almanaque/educação, ou tão-somente almanaque/propaganda farmacêutica.

O ponto ideológico do almanaque de farmácia pode ser considerado como ponto de embricamento desse complexo sistema de relações, da mesma forma que as ligações estabelecidas entre as diversas formas retóricas, com a ideologia das classes dirigentes da época (emergência da pequena-burguesia e da burguesia).

Normas e valores e efeitos retóricos se implicam mutuamente. A manipulação de signos, de leis, de valores ou padrões estéticos está presente na regulamentação, através das normas de etiquetas, tabus alimentares, maneiras de mesa, códigos de polidez, moda, etc. Dominantes normativas estas que se entrecruzam constantemente através dos valores legitimados cultural e socialmente pela burguesia nacional e internacional, que são importantes para serem inscritos na consciência coletiva. Daí encontramos com freqüência prescrições variadas. (Fig. 8 a-b).

Estoque variado de «modelos» estabelecidos, de apelos legitimando o produto e de valores do sistema normativo, que se subentende a nível ideológico, o almanaque mostra como o domínio da ideologia coincide com o dos signos, de que nos fala Backtine.

Com ingredientes culturais populares e manipulados pelo enunciador, o almanaque de farmácia estabelece o fetichismo do remédio entre os leitores;

E esta tradição de utilizar os almanaques como agentes formigueros da Revolução persiste em França, onde 1830 a 1850, aparecem, sucessivamente mais radicalmente, mostrando como a Revolução se alastra das estreitas fórmulas políticas para as vastas transformações sociais — ... Um dos primeiros cuidados de Napoleão III foi mandar calar os almanaques. Eis o nosso brilhante amigo, depois de funções tão intelectuais e civicas reduzido humildemente a anunciar eclipses e marés...

fetichismo do significante, que regula e subordina simultaneamente objeto e sujeito, articulando ideologicamente, manipulando signos, organizando e transferindo significados; faz coincidir o discurso social de classes distintas, homogeneizando através do discurso, representações distintas.

A study on pharmacy almanacs from the 1920's in Brazil. Analyzes how the reading of this type of literature, apparently spontaneous and agreeable from the reader's point of view, was a tool for social, economical and cultural control.



Figura 8 a-b