

ISABELLA CRISTINA AMORIM DE LUCENA LIMA

**ATENÇÃO!!! VENDE-SE SAÚDE: as tradições discursivas em anúncios
sobre medicamentos nos jornais paraibanos do século XIX**

**João Pessoa
2013**

ISABELLA CRISTINA AMORIM DE LUCENA LIMA

**ATENÇÃO!!! VENDE-SE SAÚDE: tradições discursivas em anúncios sobre
medicamentos nos jornais paraibanos do século XIX**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção do título de Doutora em Linguística, sob a orientação da Professora Doutora Ana Cristina de Sousa Aldrigue.

Área de concentração: Teoria e Análise Linguística.

Linha de Pesquisa: Diversidade e Mudança Linguística.

JOÃO PESSOA (PB)
Março – 2013

L732a *Lima, Isabella Cristina Amorim de Lucena.*
 Atenção!!! Vende-se saúde: tradições
 discursivas em anúncios sobre medicamentos nos
 jornais paraibanos do século XIX / Isabella Cristina
 Amorim de Lucena Lima.-- João Pessoa, 2013.
 173f. : il.
 Orientadora: Ana Cristina de Sousa Aldrigue
 Tese (Doutorado) – UFPB/CCHLA
 1. Linguística. 2.Tradição Discursiva. 3.Gênero
 do discurso. 4. Anúncio - composição lexical e
 estrutural.

ISABELLA CRISTINA AMORIM DE LUCENA LIMA

ATENÇÃO!!! VENDE-SE SAÚDE: tradições discursivas em anúncios sobre medicamentos nos jornais paraibanos do século XIX

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção do título de Doutora em Linguística, sob a orientação da Professora Doutora Ana Cristina de Sousa Aldrigue.

BANCA EXAMINADORA



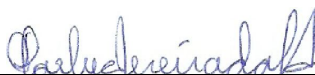
Profª Drª Ana Cristina de Sousa Aldrigue (Orientadora)
Universidade Federal da Paraíba – UFPB



Profª Drª Eliane Ferraz Alves (Examinadora)
Universidade Federal da Paraíba – UFPB



Profª Drª Maria Cristina de Assis (Examinadora)
Universidade Federal da Paraíba – UFPB



Profª Drª Marluce Pereira da Silva (Examinadora)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN



Prof. Dr. Onirevês Monteiro de Castro (Examinador)
Universidade Federal de Campina Grande - UFCG

A você, que me ouviu, que iluminou meus olhos, que enriqueceu a minha mente, que me alertou, que encheu de amor e ternura meu coração, que me aconselhou, que me deu a mão, que me animou, que sorriu para mim, que orou e vibrou por mim; o meu reconhecimento pela sua

amizade, não importa quantos nomes você tenha,
DEDICO.

AGRADECIMENTOS

Certo dia, recebi uma mensagem de um grande amigo e a salvei não só no computador, mas também no disco rígido da minha mente. Gostaria de compartilhar com vocês essa bela e tocante fábula, que me fez pensar em cada uma das pessoas que me estendeu a mão.

“Havia, em um reino distante, um monarca que, religiosamente, ao fim de cada tarde, desfilava pelas ruas de seu reino, no desfile o rei sempre usava uma capa bordada com pérolas. Todos os dias um mendigo observava e seguia seu rei pelas ruas até que, um dia, esse mendigo dirigiu-se ao palácio e pediu uma audiência com o monarca, quando este o recebeu foi presenteado com um pequeno pacote, feito com um simples e maltratado papel. O rei, ao abrir o embrulho, percebeu que dentro havia um belo colar de pérolas, ficou curioso e perguntou como um mendigo poderia lhe dar um presente tão caro, então o mendigo lhe respondeu que todos os dias o seguia pelas ruas do reino e que cada vez que caía uma pérola de seu manto ele a recolhia e a guardava, e, assim, montou o colar. Humildemente, o mendigo falou: - Como sua majestade pode ver, as pérolas são suas, meu é apenas o barbante que as une”.

As pérolas me foram presenteadas pelo destino, pelos amigos, pelos professores e a sabedoria me foi regalada para que, inteligentemente, as unissem em um único barbante que me conduziu à vitória da realização desse doutorado.

Agradeço a Deus, aos meus pais, aos meus irmãos, a Douglas, à Ana Cristina de Sousa Aldrigue, à banca examinadora deste trabalho e aos amigos que sempre foram presentes durante minha ausência.

Meu muito obrigada!

“Haja hoje para tanto ontem”
Paulo Leminski

RESUMO

Este estudo consiste em identificar e analisar as tradições discursivas presentes no gênero anúncio de medicamentos e similares de alguns jornais paraibanos do século XIX, ressaltando a importância do contexto histórico-social e econômico da época. Para tanto, utilizamo-nos das teorias das Tradições Discursivas, criadas a partir das ideias de Coseriu (1979) que serviram como base para o desenvolvimento de pesquisas provenientes de outros autores, tais como Koch (1997), Oesterreicher (1999), Kabatek dentre outros e da enunciação (BAKTHIN, 1992 [1979]), observando a natureza dialógica da língua presente no gênero do discurso anúncio, caracterizando-o e verificando sua evolução histórica através dos tempos. O *corpus* coletado pertence à obra “Quem o pretender comprar dirija-se a...”, de Aldrigue; Nicolau (2009) e os periódicos utilizados para a realização dessa pesquisa foram: Jornal O Publicador (1862), Jornal da Parahyba (1875), Jornal O Mercantil (1883 e 1884), Jornal O Estado da Parahyba (1891), Jornal O Parahybano (1892) e Jornal A União (1893). A análise revelou que, embora grandes transformações tenham ocorrido entre os séculos XIX e XXI, alguns traços linguísticos relacionados aos anúncios publicitários permanecem, dentre eles a linguagem apelativa, dotada de adjetivações e de advérbios, além da presença recorrente das categorias de análise que se referem à remissão à autoridade, às indicações medicamentosas, à posologia e ao modo de usar, à composição do produto bem como sua apresentação e ao estabelecimento comercial em que se é vendido o produto. Em contrapartida, no que se refere às composições lexicais e estruturais dos anúncios, detectamos algumas mudanças, quando comparamos com a atualidade, devido às inúmeras criações tecnológicas e aos infinitos suportes textuais a que somos expostos diariamente.

Palavras-chave: Tradição Discursiva, Anúncio, Léxico.

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the discursive traditions presented in medicine advertisements from some Paraíba's newspapers of the nineteenth century, emphasizing the importance of socio-historical and economic context at that specific time. For this purpose, we used the Traditional Discourse Theories created developed by Coseriu's ideas (1979), which served as the basis for the development of researches from other authors, such as Koch (1997), Oesterreicher (1999), Kabatek and Utterance Theory (Bakhtin, 1992 [1979]), observing the dialogical nature of language in this genre of discourse, characterizing it and checking its historical evolution through the time. The corpus collected belongs to the book "*Quem o pretender comprar dirija-se a...*", " by Aldrigue and Nicolau (2009) and the newspapers: "*Jornal O Publicador*" (1862), "*Jornal da Parahyba*" (1875), "*Jornal O Mercantil*" (1883 and 1884), "*Jornal O Estado da Parahyba*" (1891), "*Jornal O Parahybano*" (1892) and "*Jornal A União*" (1893). The analysis revealed that, although great changes have occurred between the XIX and XXI centuries, some linguistics features related to advertising remained, such as the communication between the newspaper advertisement technical language with adjectives and adverbs. Besides it, we found out the recurring presence of the categories that refer to the reference to authority, to drug indications, dosage and mode of use, the composition of the product and its presentation and about the establishment trade in which the product is sold. In contrast to it, we detected some changes in the advertisements lexical and structural compositions due the technological creations in this area and also the infinite textual media that we are daily exposed.

Keywords: Discursive Tradition, Advertisement, Lexical.

RESUMEN

Este trabajo posee como objetivo identificar y analizar las tradiciones discursivas presentes en el género publicitario de las drogas y similares presentes en algunos periódicos de Paraíba del siglo XIX, demostrando su importancia en los contextos socio-histórico y económico de ese tiempo. Para ello, utilizamos las teorías de las Tradiciones Discursivas, a partir de las ideas de Coseriu (1979) que sirvieron de base para el desarrollo de la investigación de otros autores, como Koch (1997), Oesterreicher (1999), Kabatek entre otros y de la Enunciación (BAKTHIN, 1992 [1979]), observando la naturaleza dialogica del lenguaje en este género discursivo y sus transformaciones a través del tiempo. Recogemos este *corpus* del libro " *Quem o pretender comprar dirija-se a...*", por Aldrigue y Nicolau (2009), así los periódicos utilizados para esta pesquisa fueron: " *Jornal O Publicador*" (1862), " *Jornal da Parahyba*" (1875), " *Jornal O Mercantil*" (1883 e 1884), " *Jornal O Estado da Parahyba*" (1891), " *Jornal O Parahybano*" (1892) e " *Jornal A União*" (1893). El análisis reveló que, aunque han ocurrido grandes cambios entre los siglos XIX y XXI, algunos de los rasgos lingüísticos relacionados con la publicidad permanecen en los días actuales, entre ellos el carácter de la comunicación dirigida al público en general y una lengua dotada de adjetivos y adverbios, además de la presencia recurrente de las categorías que se refieren a la referencia a la autoridad, a indicaciones de fármacos, dosis y modo de uso, a la composición del producto y su presentación y al establecimiento comercial en el que se vende el producto. Por el contrario, en el caso de las composiciones de lexicales y estructurales de los anuncios hemos detectado algunos cambios debido a las muchas creaciones tecnológicas en esta área y a los distintos textos a que estamos expuestos diariamente.

Palabras clave: Tradición Discursiva, Publicidad, Léxico.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Charge publicada no Rio de Janeiro, em fins do século XIX critica o excesso de propaganda de remédios.....	35
Figura 2: Anúncio do “Xarope São João”	36
Figura 3: Anúncios de produtos da Farmácia Granado.....	38
Figura 4: Pintura de Debret retratando uma botica do início do século XVIII	45
Figura 5: Anúncio “Emulsão Scott” do final do século XIX e início do século XX.....	54
Figura 6: Anúncio século XXI “Emulsão Scott”	56
Figura 7: Anúncio do medicamento “Epocler”	60
Figura 8: Anúncio referente à campanha a favor do combate ao mosquito da dengue	62
Figura 9: Anúncio do Jornal “O Mercantil”, 27/10/1823	65
Figura 10: Anúncio do Jornal “Correio da Paraíba”, 08/04/2012	66
Figura 11: Anúncio do Jornal “O Publicador”, de 08/02/1877	68
Figura 12: Anúncio JPU60an24-09-1862	72
Figura 13: Anúncio JJP70an26-08-1874.....	79
Figura 14: Anúncio JJP70an26-08-1875	82
Figura 15: Anúncio JPU70an09-11-1875	85
Figura 16: Anúncio JPU80an24-04-1882	88
Figura 17: Anúncio JPU80an24-03-1882	92
Figura 18: Anúncio JME80an27-10-1883.....	95
Figura 19: Anúncio JME80an27-10-1883.....	98
Figura 20: Anúncio JME80an17-11-1883.....	103
Figura 21: Anúncio JME80an03-05-1884	108
Figura 22: Anúncio JJP90an04-02-1891.....	112
Figura 23: Anúncio JE da P90an26-04-1891	115
Figura 24: Anúncio JP90an23-02-1892	119
Figura 25: Anúncio JP90an27-02-1892	125
Figura 26: Anúncio JP90an20-08-1892	131
Figura 27: Anúncio JP90an02-10-1892	136
Figura 28: Anúncio JP90an02-10-1892	141
Figura 29: Anúncio JU90an02-02-1893.....	145
Figura 30: Anúncio JU90an02-02-1893.....	151

Figura 31: Anúncio JU90an02-02-1893.....	155
Figura 32: Gráfico referente às categorias de análise	162
Figura 33: Gráfico referente à análise lexical dos jornais paraibanos do século XIX	163

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Siglas dos jornais coletados no acervo	17
Quadro 2 : Identificação dos anúncios coletados para compor o <i>corpus</i> desta pesquisa....	17
Quadro 3: Transcrição apresentada por Guedes & Berlinck.....	17
Quadro 4: Categorias de análise	18
Quadro 5: Sequência adotada para a classificação dos anúncios	19
Quadro 6: Níveis ou atividades linguísticas	50
Quadro 7: Tradições discursivas.....	51
Quadro 8: Análise do anúncio do Jornal “O Publicador”, de 08/02/1877	69
Quadro 9: Categorias de análise do anúncio JPU60an24-09-1862	74
Quadro 10: Dicionarização e exemplificação do anúncio JPU60an24-09-1862.....	75
Quadro11: Categorias de análise do anúncio JJP70an26-08-1874.....	79
Quadro 12: Dicionarização e exemplificação do anúncio JJP70an26-08-1874	80
Quadro 13: Categorias de análise do anúncio JJP70an27-08-1875.....	82
Quadro 14: Dicionarização e exemplificação do anúncio JJP70an27-08-1875	83
Quadro 15: Categorias de análise do anúncio JPU70an09-11-1875.....	86
Quadro 16: Dicionarização e exemplificação do anúncio JPU70an09-11-1875.....	87
Quadro 17: Categorias de análise do anúncio JPU80an24-03-1882.....	89
Quadro 18: Dicionarização e exemplificação do anúncio JPU80an24-03-1882.....	90
Quadro 19 : Categorias de análise do anúncio JPU80an24-03-1882	93
Quadro 20 : Dicionarização e exemplificação do anúncio JPU80an24-03-1882.....	94
Quadro 21: Categorias de análise do anúncio JME80an27-10-1883.....	96
Quadro 22 : Dicionarização e exemplificação do anúncio JME80an27-10-1883	96
Quadro 23: Categorias de análise do anúncio JME80an27-10-1883.....	99
Quadro 24: Dicionarização e exemplificação do anúncio JME80an27-10-1883.....	100
Quadro 25: Categorias de análise do anúncio JME80an17-11-1883.....	105
Quadro 26: Dicionarização e exemplificação do anúncio JME80an17-11-1883.....	107
Quadro 27 : Categorias de análise do anúncio JME80an03-05-1884.....	109
Quadro 28 : Dicionarização e exemplificação do anúncio JME80an03-05-1884.....	110
Quadro 29 : Categorias de análise do anúncio JJP90an04-02-1891.....	113
Quadro 30: Dicionarização e exemplificação do anúncio JJP90an04-02-1891	114
Quadro 31: Categorias de análise do anúncio JEdaP90an26-04-1891	116

Quadro 32: Dicionarização e exemplificação do anúncio JEdaP90an26-04-1891.....	117
Quadro 33: Categorias de análise do anúncio JP90an23-02-1892	120
Quadro 34: Vocábulo X Sentido	122
Quadro 35: Dicionarização e exemplificação do anúncio JP90an23-02-1892.....	122
Quadro 36: Categorias de análise do anúncio JP90an27-02-1892	126
Quadro 37: Dicionarização e exemplificação do anúncio JP90an27-02-1892.....	127
Quadro 38: Categorias de análise do anúncio JP90an20-08-1892	133
Quadro 39: Dicionarização e exemplificação do anúncio JP90an20-08-1892	134
Quadro 40: Categorias de análise do anúncio JP90an02-10-1892	137
Quadro 41: Dicionarização e exemplificação do anúncio JP90an02-10-1892.....	139
Quadro 42: Categorias de análise do anúncio JP90an02-10-1892	142
Quadro 43: Dicionarização e exemplificação do anúncio JP90an02-10-1892.....	143
Quadro 44: Categorias de análise do anúncio JU90an02-02-1893.....	146
Quadro 45: Dicionarização e exemplificação do anúncio JU90an02-02-1893.....	147
Quadro 46: Categorias de análise do anúncio JU90an02-02-1893.....	152
Quadro 47: Dicionarização e exemplificação do anúncio JU90an02-02-1893	153
Quadro 48: Categorias de análise do anúncioJU90an02-02-1893	156
Quadro 49: Recorte e comentários sobre o anúncio JU90an02-02-1893	157
Quadro 50: Dicionarização e exemplificação do anúncio JU90an02-02-1893	158

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	15
1. CAPÍTULO 1: CULTURA, LÍNGUA E SOCIEDADE	22
1.1 Noções teóricas: cultura, língua e léxico.....	22
1.2 A trajetória dos medicamentos ao longo dos tempos.....	26
1.3 Os anúncios de medicamentos no Brasil	31
1.4 Contextualizando a Paraíba do século XIX	41
2. CAPÍTULO 2: SOBRE TRADIÇÕES DISCURSIVAS	47
2.1 Um breve histórico sobre as Tradições Discursivas.....	47
2.2 A importância das Tradições Discursivas através dos tempos.....	53
2.3 Anúncios: caracterização social do gênero	57
3. CAPÍTULO 3: ANÁLISE DO CORPUS: ESTRUTURAL E LEXICAL	68
3.1 O corpus e suas peculiaridades.....	68
3.2 Análise do <i>corpus</i> : estrutural e lexical	71
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	164
REFERÊNCIAS.....	167

INTRODUÇÃO

A sociedade nos impõe, desde os primórdios, a necessidade de informação, conhecimento e atualização através de notícias, anúncios, reportagens, enfim, por meio de atividades comunicativas que nos levam às mais distintas culturas, em diferentes tempos e espaços. Um dos principais meios de comunicação do século XIX era o jornal, que circulava entre as classes sociais da época apresentando em suas páginas notícias, avisos e anúncios. Levando em consideração, portanto, a importância do jornal como suporte de gêneros discursivos, destacaremos em nossa pesquisa os anúncios concernentes a medicamentos e derivados, observando as características enunciativas da época, bem como o valor atribuído a tais compostos medicinais que compunham, neste período, um espaço de destaque em muitas páginas dos jornais.

A partir da década de 80, do século passado, a história da língua portuguesa no Brasil passou a ser um dos objetos de estudo de maior interesse dos grupos acadêmicos, dentre eles o grupo coordenado por Ataliba de Castilho, contemplando o projeto “Para a História do Português Brasileiro” (PHPB). Para ele, os estudos voltados para o português brasileiro devem ter raízes pautadas em um trabalho coletivo, pois ainda

estamos muito longe de traçar a história do português brasileiro em sua totalidade. Parece mais factível consagrar-se ao conhecimento diacrônico das variedades regionais do português brasileiro para, num segundo momento, obter-se a visão do conjunto (CASTILHO, 1998, p.15).

Não há como negarmos o entrelaçamento entre a Linguística, a História e os aspectos sociais, os quais apesar de pertencerem a áreas diversas, complementam-se quando temos como objetivo a busca por respostas, ainda que incompletas, acerca das peculiaridades de um tempo em que a tecnologia e a velocidade das informações eram vertentes quase desconhecidas. Desse modo, nossa opção para a realização desse estudo científico baseou-se na importância e no crescente número de trabalhos sócio-históricos envolvendo a Língua Portuguesa no Brasil.

Entretanto, o que diferencia nossa pesquisa das demais desenvolvidas, até o momento, no âmbito das Tradições Discursivas, é o fato de realizarmos uma análise acerca das estratégias linguísticas utilizadas em anúncios de produtos relacionados à saúde em jornais do século XIX no Estado da Paraíba. Assim, alguns questionamentos fazem-se necessários: a) qual a importância da circulação desses anúncios nos jornais paraibanos do século XIX?; b)

conforme a análise do *corpus*, como se caracterizam os anúncios em relação aos aspectos estrutural e linguístico?; c) de que forma o contexto cultural atuou como condição necessária para essa mudança/permanência?

É importante ressaltarmos que tal estudo vincula-se à linha de pesquisa “Diversidade e Mudança Linguística”, do Programa de Pós-Graduação em Linguística (PROLING), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), congregando as relações entre a trilogia texto-leitor-suporte e as práticas histórico-sociais.

Os anúncios que compõem o *corpus* da nossa pesquisa foram coletados do livro “Quem o pretender comprar dirija-se a...”¹ e versam sobre produtos e serviços relacionados à área da saúde. Os textos que integram essa coletânea fazem parte de um acervo pertencente à Fundação Casa José Américo – FCJA, em João Pessoa, Paraíba e correspondem ao período de 1862 a 1893, contemplados pelos seguintes periódicos paraibanos: Jornal O Publicador (1862), Jornal da Parahyba (1875), Jornal O Mercantil (1883 e 1884), Jornal O Estado da Parahyba (1891), Jornal O Parahybano (1892) e Jornal A União (1893). Dos 43 (quarenta e três) anúncios relacionados a medicamentos, selecionamos, criteriosamente, levando em consideração aspectos estruturais e lexicais, 20 (vinte) anúncios para análise, com o intuito de constituir um *corpus* significativo.

O objetivo geral deste trabalho reside na análise dos discursos presentes em anúncios de remédios e similares do século XIX em jornais paraibanos da referida época. No que se refere aos nossos objetivos específicos, citamos: a) contextualizar a época em que foram publicados os anúncios dos periódicos paraibanos, focalizando a história político-social da sociedade; b) descrever e analisar os anúncios, ressaltando seus elementos constitutivos: componentes estruturais e lexicais; e c) observar os traços de permanência e de mudança do gênero em questão, sob o viés da Tradição Discursiva (TD).

Esta pesquisa justifica-se pela necessidade de ampliarmos o acervo de análises que contemplam registros da língua portuguesa por meio dos impressos em periódicos paraibanos do século XIX, a fim de integrar o projeto “Para a História do Português Brasileiro” (PHPB), que cataloga e pesquisa documentos redigidos e impressos no Brasil desde a era colonial.

Com o intuito de melhor sistematizar esse trabalho, utilizamos, como referência, o Quadro 1, que abrange os jornais pesquisados com suas respectivas siglas, conforme mostrado na obra de Aldrigue & Nicolau (2009):

¹ Resultado de pesquisa realizada pelas autoras Aldrigue e Nicolau acerca de um acervo de periódicos do século XIX, na Fundação Casa José Américo (CFJA), João Pessoa, PB, em 2009.

Nº	Jornal	Código
01	O Publicador	JPU
02	Jornal da Parahyba	JJP
03	O Mercantil	JME
04	O Estado da Parahyba	JEdaP
05	O Parahybano	JP
06	A União	JU

Quadro 1: Siglas dos jornais coletados no acervo (ALDRIGUE e NICOLAU, 2009, p.10)

A ordem de análise por nós seguida será a cronológica de forma crescente, isto é, iniciaremos a partir do ano de 1862 até alcançarmos os anúncios que foram veiculados em periódicos de 1893. Assim, alguns códigos foram criados para facilitar a identificação dos anúncios veiculados, consoante o seguinte esquema:

Sigla do jornal + década da edição do jornal + an (referente ao gênero anúncio) + dia - mês - ano.
Exemplo: JP90an02-10-1892 = Jornal O Parahybano, década de 90, anúncio, publicado em 02 de outubro de 1892.

Quadro 2: Identificação dos anúncios coletados para compor o *corpus* dessa pesquisa (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009).

É importante ressaltarmos que as notações de ordens filológicas de transcrição apresentadas por Guedes & Berlinck (2000, p.12 *apud* ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p.10) são seguidas, visto que são elas as responsáveis pela manutenção da autenticidade nos textos. Desse modo, para facilitar nossa análise, propomos o seguinte quadro para demonstrá-las:

[]	Indica a ausência de uma letra/sílaba ou de uma palavra dentro de um enunciado, Ex: a[c]eita-se pedidos, para poder continuar [] vender, para o verão e arti[]s de moda.
[[]]	Indica que a letra/sílaba/palavra estão repetidas. Ex: drigi[[gi]]ram, dinheiro [[a dinheiro]]. Ou ainda letra invertida.
[ilegível] [furo] [corroído]	Indica que uma dessas situações aconteceu no texto transcrito. Ex: assim ao modo [ilegível] que há tempos; faz [furo] sciente ao Público; vende-se huma propriedade [corroído] de três andares; de profissão agrônomo [espaço] com

[espaço]	boas referências.
	Na maioria dos casos, a barra de simples indica mudança de linha.
	Indica mudança de parágrafos.
<i>Itálico</i>	Indica desenvolvimento de abreviaturas. Ex: <i>Senhor, réis, número, Excelentíssimo, Nossa Senhora, Reverendíssima.</i>

Quadro 3: Transcrição apresentada por Guedes & Berlinck *apud* Aldrigue e Nicolau (2009, p.10).

As classificações propostas no Quadro 3 servirão como base para nossa observação no que se refere aos aspectos linguísticos, além de comprovarem, por meio da transcrição linguística adotada, a manutenção da originalidade do *corpus* analisado.

Em relação à linguagem, focamos nossa atenção no léxico e na estrutura dos anúncios, procurando analisá-los e relacioná-los com a sociedade da época já que abordamos a teoria da TD, a qual nos permite uma visão mais ampla dos traços de mudança (terminológica e/ou semântica) e dos elementos que ainda permanecem no gênero anúncio.

Utilizamos, nesta pesquisa, categorias como referencial para análise. Assim, para uma melhor compreensão acerca do termo “categoria”, conforme a abordagem de pesquisa qualitativa, é importante que nos remetamos ao seu conceito. Segundo Minayo (1996, p. 70),

[...] o termo categoria se refere a um conjunto que abrange elementos ou aspectos com características comuns ou que se relacionam entre si. [...] As categorias são empregadas para se estabelecerem classificações. Nesse sentido, trabalhar com elas significa agrupar elementos, idéias ou expressões em torno de um conceito capaz de abranger tudo isso.

Para que haja uma melhor exposição das categorias relacionadas à nossa pesquisa, adotamos o seguinte quadro:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	ESPECIFICAÇÕES
Remissão à autoridade	Refere-se à qualificação de um produto mediante sua indicação realizada por intermédio de alguém ou meio de comunicação e/ou de algum estabelecimento e/ou procedência (origem estrangeira) dotados de influência perante a sociedade da época.
Indicações	Indicam condições em que o medicamento deverá ser utilizado.

Posologia e modo de usar	Expõe as dosagens em que se devem administrar os medicamentos, além de informar os intervalos para sua administração.
Composição do produto e apresentação	Versa sobre os elementos químicos/naturais que compõem sua fórmula e o modo de apresentação, tais como pílulas, solução injetável, elixir, xarope, emulsão, águas medicinais, sabonete.
Estabelecimento comercial em que se é comercializado o produto	Informa o local em que se é encontrado determinado medicamento, por exemplo, farmácia, bazar, depósito, botica etc.

Quadro 4: categorias de análise

Não há, nessa pesquisa, a intenção de listar as categorias conforme a importância ou o grau de prioridade que lhes são atribuídos, pois entendemos que, para a concretização da nossa análise, elas devem se entrelaçar.

Após essa breve explanação acerca das categorias de análise, recorremos ao quadro seguinte a fim de facilitarmos a visualização e o entendimento da análise do *corpus*:

1ª etapa	Foto digitalizada
2ª etapa	Transcrição do anúncio
3ª etapa	Comentários gerais referentes ao anúncio em questão
4ª etapa	Quadro referente às categorias de análise
5ª etapa	Comentários acerca do léxico do referido anúncio
6ª etapa	Dicionarização do léxico

Quadro 5: Sequência adotada para a classificação dos anúncios.

No que tange ao léxico (5ª etapa), observamos a recorrência de termos técnicos e/ou científicos, as lexias não encontradas ou expressões em desuso, os vocábulos de cunho popular e as palavras que com o passar do tempo possuem diferente carga semântica.

Como aporte teórico para procedermos a 6ª etapa (dicionarização do léxico), utilizamos os seguintes dicionários: o etimológico de Cunha (2010), para verificarmos a procedência e a evolução das palavras, e o de Ferreira (1986), para identificarmos qual a carga semântica das palavras empregadas em cada anúncio.

Nosso trabalho se configura em uma pesquisa qualitativa, quantitativa, bibliográfica e com algumas características relacionadas à pesquisa documental. É qualitativa por possuir um

caráter exploratório, estimulando o pesquisador a desenvolver conceitos e ideias a partir de padrões encontrados nos dados/textos; quantitativa por utilizar gráficos de colunas com relação percentual relacionada à análise do corpus; bibliográfica já que abrange leitura, interpretações de livros, periódicos, revistas, enfim, de aportes teóricos relacionados ao tema abordado; e, ainda, de cunho documental, visto que fizemos uso de fontes primárias (os anúncios de jornais paraibanos do século XIX), configurando-se em uma fonte poderosa de informação, cujos conteúdos podem oferecer evidências que fundamentam afirmações e declarações do pesquisador.

Para uma melhor organização do referido trabalho, este foi dividido em 3 (três) capítulos. Desse modo, o capítulo 1 (um) expõe, inicialmente, algumas noções teóricas referentes à cultura, língua e léxico, e traz observações acerca de um entrelaçamento entre esses termos que caracterizam uma determinada sociedade. Em seguida, discorremos sobre a trajetória dos medicamentos no mundo, desde o período de 1500 a.C. em que foi encontrado o papiro de Ebers, contendo uma lista de medicamentos com propriedades até hoje reconhecidas. O terceiro item que integra esse capítulo abrange os anúncios de propagandas de medicamentos e similares no Brasil desde a época colonial, nos jornais da época bem como em outros suportes textuais, com a criação da Junta Central de Higiene Pública, em 1851, até os anúncios atuais regulamentados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA. O quarto tópico que compõe esse capítulo versa sobre o contexto político, histórico-social em que se encontrava a Paraíba em distintos períodos - era colonial e era republicana - enfocando particularidades como a dependência política e econômica da capitania de Pernambuco e, posteriormente, o seu desmembramento desta; a situação econômica precária da referida província; suas péssimas condições sanitárias; sua educação deficitária; a influência da religião nos preceitos sociais desses períodos, muitas vezes “imposta” à população; a propagação de notícias, através de jornais tendenciosos, dentre outros aspectos importantes para contextualização do *corpus*.

O capítulo 2 (dois) subdivide-se em três tópicos: o primeiro caracteriza o arcabouço teórico das Tradições Discursivas (TD), apresentando uma abordagem histórica da língua por intermédio do caráter dinâmico atribuído aos textos (verbais ou não verbais); o segundo ressalta a importância das TD para os estudos na atualidade; e o terceiro demonstra a caracterização social do gênero anúncio, conforme a definição de sua natureza sob a ótica da Teoria dos Gêneros do Discurso e de suas particularidades enunciativas, propostas por Bakhtin (1992[1979]).

O capítulo 3 (três) foi dividido em dois itens. No primeiro, abordamos, de forma geral, algumas peculiaridades do *corpus* adotado, tais como a linguagem e os marcadores enunciativos encontrados nos anúncios de jornais paraibanos do século XIX, além de retratarmos uma breve história sobre o surgimento da imprensa paraibana. No segundo item, apresentamos a análise propriamente dita desses, levando em consideração suas características estruturais e lexicais.

Por fim, apresentamos as considerações finais e as referências utilizadas para embasar nosso trabalho.

CAPÍTULO 1: CULTURA, LÍNGUA E SOCIEDADE

A história da humanidade sempre foi marcada por contatos e conflitos entre culturas, isto é, entre modos diferentes de organizar a vida social, de conhecer a realidade e expressá-la. A riqueza desse leque de formas culturais diz respeito a cada um de nós, pois nos faz pensar na sociedade à qual pertencemos e conhecer o sentido das práticas e costumes de outros povos. Afinal, as variações nas formas de família, nas maneiras de habitar ou de se vestir não são gratuitas... (SANTOS, 1987, p.02)

1.1 Noções teóricas: cultura, língua e léxico

Desde os primórdios, a cultura integra estudos relacionados aos povos e às nações, incluindo seus costumes e tradições, em épocas de guerras e de paz e com variadas definições. Segundo Santos (1987), existem duas concepções básicas relacionadas à cultura: a primeira delas remete a todos os aspectos de uma realidade social, isto é, quando retratamos a existência de um povo ou nação ou até mesmo de grupos inseridos no seio de uma sociedade; já a segunda diz respeito ao conhecimento, às ideias, às crenças de um povo.

Não há dúvida de que o termo “cultura” é extremamente abrangente, alberga conceitos provenientes das mais distintas áreas. A Constituição Brasileira (1988), por exemplo, apresenta uma definição bem objetiva do que seja cultura:

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

- I- as formas de expressão;
- II- os modos de criar, fazer e viver;
- III- as criações científicas, artísticas e tecnológicas;
- IV- as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais ;
- V- os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

No que se refere à definição da palavra “cultura”, vocábulo de origem latina, Houaiss (2011, p.888) a define como “conjunto de padrões de comportamento, crenças, conhecimentos, costumes, etc., que distinguem um grupo social”.

Embora o vocábulo “cultura” englobe conceitos variados, não há como dissociá-lo da língua e do ser humano, pois, conforme Mello (1990, p.16),

Seria supérfluo destacar aqui que cultura e língua são características do ser humano. Como é também a raça, ou o grupo étnico. Pois todo indivíduo pertence a um grupo étnico, possui a cultura de sua gente e usa a língua que recebeu dos antepassados. Há assim relacionamento desses três elementos na formação do homem, sendo a aproximação entre cultura e língua muito mais íntima. A cultura de um grupo se exprime através da língua falada por seus integrantes, ao mesmo tempo, que a língua expressa, através dos símbolos que a compõem, os valores dessa cultura.

É evidente a importância da língua na cultura de uma dada sociedade. Desse modo, podemos afirmar que a cultura consiste em um processo cumulativo de conhecimentos, não sendo algo estanque, transformando-se a todo tempo e resultando das interações, conscientes e inconscientes, do ser humano. A língua, assim, ultrapassa fronteiras e reflete a identidade cultural de um povo, de uma nação.

Em um âmbito sociológico, a cultura é vista como um patrimônio social que é transmitido através das gerações de acordo com o tempo, configurando-se em um produto histórico-social. Por isso, para entendê-la, é necessária uma volta ao passado, ao acervo da memória cultural de uma dada comunidade.

A comunicação é concretizada por meio da linguagem que, muitas vezes, é confundida com a acepção de língua. A linguagem, vista como sistema de signos, refere-se à capacidade de expressão de um grupo de indivíduos e a língua é entendida como sendo o instrumento que esse grupo usa para se expressar. É, pois, por intermédio da língua que as pessoas manifestam a fala, o pensamento e a cultura.

A língua, em face do resto da cultura, é o resultado dessa cultura, ou sua súpula, é o meio para ela operar, é a condição para ela subsistir. E mais ainda: só existe funcionalmente para tanto: englobar a cultura, comunicá-la e transmiti-la (MATTOSO CÂMARA JR, 1955, p.54).

As línguas sempre foram motivo de admiração, mesmo em um passado remoto em que não havia especialistas que as estudassem. Por essa razão, em relação à sua origem, muitas são as discussões envolvendo enigmas que perpassam milênios, dentre eles a conhecida polêmica grega que, ainda hoje, discute se a língua é algo natural ou arbitrário que perdura até hoje em congressos e encontros de linguistas.

Apesar de todas as discussões permearem as várias definições da língua, estudiosos alcançam o senso comum ao reconhecerem que ela é parte integrante na vida do homem em

sociedade e que sua estreita ligação com a cultura é condição *sine qua non* para identificarmos em que grupo étnico-cultural se encontra determinado indivíduo.

Assim, língua e cultura compõem um binômio na relação entre pessoas e apesar de cada um desses elementos binomiais constituírem um vasto sistema detentor de uma individualidade, elas se completam e se exteriorizam na sociedade. Mattoso Câmara Jr. (1955, p. 59) ressalta que

podemos resumir da seguinte maneira o tema — Língua e Cultura: 1) A língua é parte da cultura; 2) É, porém, parte autônoma, que se opõe ao resto da cultura; 3) Explica - se até certo ponto pela cultura e até certo ponto explica a cultura; 4) Tem não obstante uma individualidade própria, que deve ser estudada em si; 5) Apresenta um progresso que é o seu reajustamento incessante com a cultura; 6) É uma estrutura cultural modelo, que nos permite ver a estrutura menos nítida, imanente em outros aspectos da cultura.

Oliveira (2011) expõe que a transmissão cultural ocorre por meio de três fontes, entre as quais a primeira refere-se às fontes escritas, mais duradouras, como, por exemplo, os documentos oficiais; a segunda expõe as não escritas, abrangendo materiais remanescentes das culturas – as pinturas rupestres e a terceira ocorre através da oralidade passadas através das gerações.

Como já vimos, a língua reflete a cultura e a identidade dos sujeitos de variadas formas, uma delas ocorre através do seu léxico que engloba um conjunto de vocábulos, ou seja, um repertório em constante modificação de acordo com o tempo.

É sabido que o português originou-se de uma das formas do latim vulgar falado, principalmente, pelas classes menos abastadas do Império Romano. Após sofrer transformações, o latim resultou em dialetos denominados de romances, constituindo, assim, as línguas românicas, dentre elas o nosso idioma. Herdamos, também, várias palavras de origem latina e algumas provenientes de outras línguas, tais como árabe, provençal, castelhana, africana, indígena etc., além daquelas criadas pela própria língua portuguesa.

A partir do século XVI, a influência de palavras oriundas das línguas francesa, italiana, inglesa e espanhola em nosso idioma foi relevante, ampliando nosso léxico e incorporando estrangeirismos à nossa cultura. Os neologismos (criação de novos vocábulos) também compõem o léxico da língua portuguesa e eles podem ser incorporados definitivamente ou, simplesmente, desaparecer, conforme determinações dos falantes da língua.

Ao nosso léxico foram incorporadas palavras de outras línguas por diversas razões, ora pela realização de alianças políticas, ora por desejo de conquistar outras fronteiras ou até mesmo para alcançar certo tipo de *status* social.

No que tange à fala, as mudanças no léxico podem ser notadas de acordo com a cultura de cada falante. Por ser espontânea e utilizada nas mais diversas situações comunicativas, a língua permite criações de vocábulos que, muitas vezes, são incorporados ao universo linguístico, propiciando a sua evolução, assim como a do seu léxico em constante mutação.

Da mesma forma que muitas palavras são criadas, outras são esquecidas, ultrapassadas e, algumas vezes, pouco utilizadas. Vocábulos que outrora eram proferidos tornam-se arcaísmos na atualidade, como *alcaide* (prefeito), *janota* (pessoa elegante) e *nosocômio* (hospital).

Ainda que a língua, enquanto sistema, apresente uma parte estrutural que independe de indivíduos, há outra face que é suscetível de variações decorrentes de grupos sociais, de determinado período ou até de uma cultura específica, fazendo com que essa representação do universo cultural do ser humano varie de acordo com as intenções dos falantes.

O léxico representa para o linguista um campo de difícil análise, pelas implicações culturais que possui e porque nele, mais do que em nenhum outro, se observa melhor a condição dinâmica da língua, sua contínua renovação para atender às necessidades de comunicação, fato que reflete a mobilidade das estruturas sociais, que também se renovam incessantemente (PRETI, 1984, p.59).

O estudo da língua envolve a relação do homem com a sociedade e através do léxico que compõe esse sistema linguístico é que são refletidas as ações e o comportamento de cada membro de uma comunidade linguística. Para Biderman (2001, p. 9), “Na medida em que o léxico recorta realidades do mundo, define também fatos de cultura”, ou seja, o léxico pode ser relacionado com tudo aquilo que os indivíduos criam, constroem ou consideram relevante.

Com o processo de expansão da língua, o inventário lexical amplia-se, pois alberga aspectos concernentes à realidade social e cultural a que é exposta o indivíduo. As mudanças são contínuas e englobam todas as áreas da sociedade, inclusive a forma de externar ideias e conhecimentos. Com efeito, as palavras têm sentidos diversos, isto é, elas dependem do contexto e da época em que são empregadas e do modo como são proferidas.

Em suma, não existe uma sociedade sem cultura, uma cultura sem uma língua e uma língua sem o seu léxico. O indivíduo, por ser social, necessita de um meio para se expressar, para expor suas crenças, suas ideias, utilizando um código comum aos demais integrantes de sua comunidade, possuindo signos repletos de sentidos variados que dependem de um contexto, de uma situação comunicativa.

Expostas as primeiras noções a respeito de cultura, língua e de léxico, teceremos algumas considerações acerca de uma das áreas do léxico que mais se transformou, associada às descobertas das sociedades: os medicamentos.

1.2 A trajetória dos medicamentos ao longo do tempo

Ao longo da história da humanidade, o homem, por ser um indivíduo sábio e dotado de uma inquietação nata à sua espécie, não se contentava apenas com as benesses existentes na sociedade. Assim com empenho e dedicação, almejava e buscava através de misturas químicas, naturais e/ou experimentos, muitos deles considerados “porções milagrosas”, curas ou alívios para doenças variadas que assolavam a população. Rituais, crenças e costumes eram aliados a receitas para preparos de medicamentos que prometiam aliviar sintomas provenientes de enfermidades do corpo e da alma. De acordo com Luengo (2005, p.66),

O homem sempre procurou, com oferendas, sacrifícios e invocações, acalmar a ira das divindades e delas obterem complacência, alívio e cura de seus males. Ao mesmo tempo, porém, tentou encontrar na natureza recursos para afastar as doenças e amenizar ou anular seus efeitos maléficos. Em escavações realizadas na Suméria, foram encontradas receitas para o preparo de medicamentos que aparecem escritas numa placa de argila com cerca de cinco mil anos. Acredita-se que objeto seja o documento farmacológico mais antigo que se conhece. O papiro de Ebers (de 1500 a.C.) contém uma lista de medicamentos, entre os quais alguns com propriedades reconhecidas na atualidade, como o ferro, usado para combater anemias. Também entre babilônios e assírios, chineses, indianos, povos incas e pré-incaicos era comum à utilização de plantas com fins curativos.

Segundo o Instituto Virtual de Fármacos (2006), a medicina proveniente da Europa baseava-se nas doutrinas do grego Galeno que tinha como princípio a combinação de várias drogas para o combate a uma enfermidade, posto que se acreditava que, ao ser acometido por uma doença, o ser humano teria vários órgãos infectados e só a associação de tais medicamentos é que poderia proporcionar uma cura. Segundo Oliveira (2006), Galeno

acreditava que as doenças eram provenientes do desequilíbrio de quatro “humores” do organismo humano: o sanguíneo, o colérico, o melancólico e o fleumático.

Por volta do século XVI, o astrólogo e médico suíço *Phillipus Aureolus Theophrastus Bombast von Hohenheim*, conhecido por *Paracelso*, questionou o método proposto por Galeno, pois para ele a utilização de uma única droga já seria eficaz no tratamento de uma determinada doença. *Paracelso* é considerado o “pai” da iatroquímica, doutrina que tinha como objetivo explicar os fenômenos relativos à saúde pela química da época. Em seus experimentos químicos ele utilizava metais como ferro, mercúrio, enxofre, dentre outros, e primava pelo saber científico, apesar de, muitas vezes, incrementar suas porções medicamentosas com uma gama de mistificações, chegando a afirmar ser o “criador do Elixir da Vida” e ser capaz de transformar metais em ouro (OLIVEIRA, 2006).

Mesmo com a crescente evolução dos estudos acerca de medicamentos, os experimentos eram muito mais comuns por parte de curiosos do que pela área dos cientistas, muitas vezes, considerados como “bruxos”. Foi somente no início do século XIX que *Samuel Hahnemann* criou a escola homeopática, baseando-se na concepção de que “semelhantes se curam pelos semelhantes”. Em 1803, *Wilhelm Sertürner*, um farmacêutico alemão, foi o primeiro a conseguir extrair princípios ativos isolados de vegetais, retirando da papoula uma substância anestésica, que deu origem à morfina. Porém, foi apenas em 1850 que *François Magendie*, com a ajuda de fisiologistas e químicos, instituiu o conceito de investigação sistemática da ação de drogas. Apesar da intensificação dos estudos sobre as ações das drogas, o caráter científico ainda não tinha sido reconhecido. Para Araújo (2012),

utilização de medicamentos para aliviar sintomas e combater doenças, ao longo de todo o século XIX, continuou fundada principalmente na superstição, na magia e na religião. A base do arsenal terapêutico, de origem vegetal, ainda era constituída de formas galênicas - tinturas, extratos etc. - de composição muito complexa e efeitos múltiplos. A farmacologia como ciência teve realmente início na segunda metade do século XIX, com dois pesquisadores alemães alunos de *Magendie*. *Rudolph Buchheim* instalou o primeiro laboratório de farmacologia experimental na Universidade de *Dorpat*. *Oswald Schmeiderberg* criou, na Universidade de Estrasburgo, o mais importante centro de pesquisa, difusão e sistematização da farmacologia experimental. (ARAUJO, Wellyngton. Disponível em: http://wellynghtonjp.blogspot.com.br/2012_01_01_archive.html. Acesso em: 02 de fev. 2012).

Foi, também, no século XIX que a sistemática da segurança e a eficácia dos remédios passaram a ser questionadas, principalmente no ano de 1890, quando foram fundadas as

primeiras equipes de especialistas, responsáveis por apurar as mortes súbitas que ocorreram durante o uso de anestesia com clorofórmio.

Embora as ações terapêuticas caminhassem a largos passos, as pesquisas científicas não conseguiam acompanhá-las, pois muitas pessoas tentavam fabricar em seus laboratórios caseiros antídotos e porções sem um prévio estudo de seus princípios ativos, devido à escassez de conhecimento acerca de substâncias pouco conhecidas.

No Brasil, a indústria farmacêutica teve sua origem e seu desenvolvimento entre 1890 e 1950, diferentemente da Europa que, no início do século XIX, possuía avanços importantes nessa área. É mister destacarmos que o desenvolvimento das indústrias de fármacos no Brasil pautou-se em práticas sanitárias e na prevenção, além do combate a doenças infecciosas.

As péssimas condições de higiene, a aglomeração de pessoas em cortiços e hospedarias insalubres, além da utilização de produtos químicos nas lavouras cafeeiras foram alguns fatores que fizeram despertar as autoridades para a urgência de medidas relacionadas à saúde pública.

O Estado brasileiro muito contribuiu para o desenvolvimento industrial farmacêutico, principalmente no que se diz respeito ao fornecimento de materiais e recursos para laboratórios e à formação de profissionais voltados para a área da saúde, a fim de que pudessem pesquisar e fabricar soros, vacinas e medicamentos voltados para a população.

Remédios, medicamentos e fórmulas milagrosas eram constantes nos lares das famílias brasileiras no século XIX. Os farmacêuticos conhecidos como os famosos doutores e alguns médicos que possuíam o status de deuses perante a população da época estampavam páginas dos mais famosos jornais prometendo, muitas vezes, o impossível, através de seus lançamentos históricos e milagrosos, tais como loções, pastilhas, elixires, sabonetes, fórmulas, dentre outros similares. Vale ressaltar que:

Até o século XX, a maioria dos medicamentos era obtida através da purificação ou destilação de substâncias de origem natural. Pouco ou nada se conhecia de sua natureza ou de sua estrutura química. O uso de remédios se baseava principalmente na tradição e na observação empírica de seus efeitos (NASCIMENTO, 2002, p. 13).

Alguns estudiosos ou até mesmo curiosos buscavam alternativas para curar doenças comuns da época, com o objetivo não só de albergar conhecimentos a respeito de possíveis fármacos, mas também de obter o monopólio da cura da vida, para, assim, lograr riqueza e poder.

É de 1931 a primeira norma que regulamenta o comércio de produtos farmacêuticos no Brasil. O Decreto nº 20.37764/31 expõe algumas restrições, ainda que acanhadas, aos anúncios de medicamentos. Para ilustrar alguns pontos relevantes dessa legislação, apresentamos a descrição de dois de seus artigos:

Art. 122. Os anúncios das especialidades farmacêuticas, fora dos jornais científicos e das publicações técnicas, limitar-se-ão exclusivamente nos termos da licença concedida pelo Departamento Nacional de Saúde Pública.

Art. 123. É expressamente proibido o anúncio de especialidades farmacêuticas por meio das suas indicações terapêuticas, com insinuação de respostas por intermédio de caixas postais, institutos, residências e outros meios. Os proprietários ou responsáveis pelos preparados que infringirem este artigo e o precedente serão punidos com a multa de 200\$ a 500\$, cassando-se a licença nas reincidências.

Apesar das atividades relacionadas às questões sanitárias começarem a ser estruturadas, a partir dos séculos XVIII e XIX, tendo como objetivo evitar a propagação de enfermidades nas aglomerações urbanas, por intermédio de medidas como a fiscalização de embarcações, de cemitérios, de centros alimentícios e da coibição do crescente charlatanismo na época, um grande avanço na área relacionada à saúde só ocorreu após a 2ª Guerra Mundial com a chegada da indústria de medicamentos nos Estados Unidos da América que trouxe a fabricação e a comercialização de novos medicamentos, tais como antibióticos, antidepressivos e ansiolíticos.

O setor farmacêutico brasileiro teve um grande impulso a partir da década de 50, devido à abertura comercial desse segmento para as indústrias/laboratórios de capital estrangeiro dotados de *know-how* e recursos financeiros, tal fato ocorreu sob o viés de adoção de medidas e planos desenvolvimentistas, ocasionando grandes prejuízos aos laboratórios nacionais que foram prejudicados por não poderem concorrer de igual para igual com as empresas internacionais.

A década de 80 é uma época conturbada na área da política e da economia. Uma forte crise instaurou-se em nossa nação e a população brasileira sofreu com as condições precárias e a desatenção do governo no âmbito da política assistencialista. Segundo Bertolli (1996, p.60), nessa década, a saúde pública no Brasil era caótica:

Hospitais em precário estado de funcionamento, dificuldades de encontrar atendimento médico, mortes sem socorro especializado: este tem sido o quadro a que está submetida a população brasileira. Como resultado da insuficiente expansão dos sistemas de saneamento e da ineficácia da educação sanitária, o país é assolado por epidemias evitáveis, como os surtos de cólera e dengue. E mantém-se alto os índices de pessoas atingidas por

tuberculose, tracoma, doença de chagas e doenças mentais, confirmando a permanência histórica do trágico estado de saúde popular.

De acordo com Bertolli (1996), as verbas direcionadas aos setores responsáveis pela saúde eram, muitas vezes, desviadas ou mal aplicadas, pois havia mais investimentos na área curativa do que na preventiva.

Como tentativa de sanar os problemas, em 26 de janeiro de 1999 foi criada a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) através da Lei nº 9.782, a qual se configura em uma autarquia diferenciada, visto que consiste em uma agência reguladora detentora de independência administrativa, que tem por finalidade

Promover a proteção da saúde da população por intermédio do controle sanitário da produção e da comercialização de produtos e serviços submetidos à vigilância sanitária, inclusive dos ambientes, dos processos, dos insumos e das tecnologias a eles relacionados. Além disso, a Agência exerce o controle de portos, aeroportos e fronteiras e a interlocução junto ao Ministério das Relações Exteriores e instituições estrangeiras para tratar de assuntos internacionais na área de vigilância sanitária (Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/anvisa+portal/anvisa/agencia/destaques/apr+agencia>>. Acesso em: 10 fev.2012).

No ano 2000, grandes mudanças marcaram o panorama brasileiro no tocante às indústrias farmacêuticas, dentre elas a lei de patentes, o controle de preços de medicamentos pelo governo, a falta de prestígio aos produtos nacionais em detrimento aos importados, a exigência mais criteriosa na concessão de registros de novos medicamentos por parte da ANVISA.

Apesar da criação da ANVISA, existem, ainda, muitas lacunas no cumprimento da legislação vigente e até mesmo na atuação desse órgão. A presença de leis direcionadas à comercialização de medicamentos no Brasil não intimida àqueles que produzem ou comercializam produtos médicos ilicitamente. Concomitante a esse fato, as indústrias farmacêuticas, já estabelecidas no mercado brasileiro, clamam por medidas que permitam e fomentem o investimento do setor privado na produção de medicamentos.

O fato é que os medicamentos já compõem a cesta básica do povo brasileiro e deve ser um item tratado como prioritário, visto que a saúde pública ainda é precária em nosso século XXI. Medidas profiláticas são necessárias para ordenar a fabricação e comercialização de produtos voltados ao bem-estar, principalmente em nosso cotidiano em que a ética carece de um elixir para combater seu maior parasita: comercialização indiscriminada de medicamentos.

1.3 Os anúncios de medicamentos no Brasil

Não há dúvidas de que o anúncio, independentemente do produto ou do serviço, acompanha o comportamento social, político e econômico da época a que é veiculado, assim é de suma importância expor, neste espaço, um percurso histórico dos anúncios dos medicamentos desde a época da instalação da corte portuguesa no Brasil, em 1851, com o nascimento da Junta Central de Higiene Pública, “ancestral” da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA).

Em 1850, o Brasil vivia um momento delicado ocasionado pela precariedade das condições sanitárias, dos costumes da população bem como com o descaso proveniente do governo relacionado às questões de saúde pública. A febre amarela, conhecida como “vômito negro”, foi a principal responsável pelo elevado número de vítimas fatais daquele momento, isto é, cerca de dez mil pessoas faleceram em consequência desta doença.

O surto da febre amarela contribuiu para um cenário trágico e devastador em 1850, fazendo com que, neste mesmo ano, o governo tomasse uma atitude para conter tal epidemia, assim, o Ministério do Império instaurou uma Comissão Central de Saúde Pública que se desenvolveu rapidamente e deu origem à Junta de Higiene Pública, em 20 de setembro de 1851, devido

às pressões da Sociedade de Medicina do Rio de Janeiro, associação que, desde a sua fundação, em junho de 1829, lutava para regulamentar não só o exercício da medicina, mas a fabricação e a comercialização de medicamentos no Brasil, bem como os reclames que anunciavam seus supostos poderes curativos.(BUENO, 2008, p.18).

À Junta Central de Higiene Pública eram incumbidas diversas funções, tais como coordenar as Juntas Municipais, fiscalizar anúncios provenientes de “curandeiros” que faziam concorrência direta com os médicos e atuar fortemente no combate à febre amarela.

No Brasil, as constantes propagandas de medicamentos eram motivos relevantes de preocupação para as autoridades sanitárias, visto que eram abusivas, fazendo com que a saúde da população viesse a ser prejudicada pelas falsas promessas de melhora ou cura. Tais anúncios abrangiam grande público, pois eram impressos em folhas de importantes veículos de comunicação do país, tais como: Jornal do Comércio, Diário do Rio de Janeiro, a Gazeta do Rio de Janeiro, dentre outros.

É mister expor que antes do surgimento da Junta Central de Higiene Pública houve outras tentativas de criações de instituições que albergavam a saúde no período marcado pela abertura dos portos às “nações amigas”, em 1808, porém, de acordo com Bueno (2008, p.12), o grande diferencial entre esta Junta e suas antecessoras é que aquela era responsável por conter os excessos dos anúncios concernentes aos medicamentos que provocavam a indignação dos profissionais de saúde.

Um dos mais importantes periódicos a publicar anúncios relacionados a medicamentos no Brasil foi o “Jornal do Commércio”, fundado em 1827, porém não foi o primeiro a fazê-lo. Segundo Bueno (2008), um dos mais rumorosos anúncios foi publicado no “Diário do Rio de Janeiro”, em 1827 e continha o teor abaixo:

Tendo chegado ao conhecimento do público que certas Senhoras casadas, como consta até por huns processos civis nos quaes as mesmas ditas senhoras se querem intitular por virgens!!!(sem o já poderem ser, o que he bem frequente nesta cidade do Rio de Janeiro), mas no caso de quererem ainda parecer ou fingirem que o sejam para certas pessoas, não é difícil de se capacitarem de tal cousa; e como para isso seja natural o terem que passar por algum exame de Facultativos e de Parteiros, se lhes aplica um novo remedio de cuja applicação resulta hum novo Hímen, sendo o seu preço medíocre e o seu uso facilimo, o qual he composto de um emoliente (no caso que ainda não tenham applicado outro remedio que faça o mesmo effeito, dos quaes saberão muito bem os Senhores Facultativos e mesmo alguns Parteiros). Este remédio se annuncia em rasão de sua finalidade: quem o quiser que procure por este diário (BUENO, 2008, p. 18).

O anúncio supracitado provocou um caos na sociedade da época, ferindo os costumes e desmoralizando a figura da mulher perante o lar e a sociedade, desse modo, o intendente geral da Polícia da Corte, conselheiro Francisco Alberto Teixeira de Aragão, exigiu a apresentação do autor do reclame para as devidas providências. Já em relação à classe médica, eles lutavam para banir dos meios de comunicação aqueles os falsos remédios além dos *pseudo* profissionais que se intitulavam curandeiros, entre eles os barbeiros, as parteiras e alguns boticários.

A propagação dos periódicos neste período era intensa, fazendo com que muitos comerciantes enxergassem uma nova e lucrativa forma de anunciar seus experimentos, mesmo sob o atento olhar da Sociedade de Medicina, por esse motivo a seção de “notícias particulares” do “Jornal do Commercio” foi contemplada com propagandas de supostos curandeiros sem quaisquer informações a respeito das fórmulas secretas dos seus remédios ou tratamentos

Pode-se afirmar, portanto, que, antes do advento da propaganda de medicamentos propriamente dita, o Brasil vivenciou um preâmbulo caracterizado não pela publicação de reclames de remédios, mas por anúncio de curandeiros (BUENO, 2008, p.19).

Com os anúncios relacionados aos medicamentos nos jornais surgiam, também, com o intuito de convencer o público a comprar um determinado remédio, os relatos pessoais de possíveis usuários, como exemplo citamos um relato de uma pessoa que foi curada da sua enfermidade através do uso de banho de bálsamo, publicado no “Jornal do Comércio”, em 26.11.1849, segundo Bueno (2008, p.20),

Eu, abaixo assinado, morador na Jurujuba, declaro que, padecendo há mais de sete anos de erisipelas nas pernas, as quais me davam muito amiúde, procurei muitos modos de me curar, e todos sem proveito. Ensinaram-me um banho vegetal e um bálsamo divino que se vende na travessa do Guindaste, casa nova, sem número, e com o dito banho e bálsamo fiquei bem e perfeitamente curado.

Uma das estratégias encontradas pelos comerciantes de medicamentos utilizando-se de relatos de possíveis pacientes/usuários era eficiente e não passava por nenhum tipo de controle, muitas vezes pessoas forjavam testemunhos para incentivarem a compra de um determinado medicamento ou tratamento.

O público também era atraído pela associação de um medicamento a um médico ou estabelecimento tradicional da época, como exemplo citamos o “Extracto Composto de Salsaparrilha de Dr. Ayer” (1892), bem difundido em todo território nacional. Os produtos eram anunciados com uma riqueza de detalhes sobre sua eficácia na cura de enfermidades comuns da época.

Além dessas duas maneiras utilizadas para atrair clientes, muitos anúncios figuravam nas páginas de jornais apresentando outros artifícios argumentativos, tais como: comprometiam-se a devolver o dinheiro se a cura não fosse alcançada, prometiam sigilo caso o medicamento fizesse referência a doenças condenadas socialmente e informavam que estariam disponíveis à venda por um período determinado para que a população realizasse sua compra o quanto antes.

Apesar da crescente publicação de anúncios voltados para a saúde da população, englobando medicamentos e ou alternativas para a obtenção de cura, o controle de qualidade tanto dos remédios como dos seus referidos anúncios era escasso, além de ser uma

preocupação na esfera política, principalmente porque as sanções impostas aos infratores eram brandas, tais como o baixo valor das multas e os poucos dias na prisão. Dessa forma,

As tentativas para controlar a qualidade, a venda e os anúncios de medicamentos não se circunscreveram à Academia Imperial de Medicina. Em meados de 1846, por exemplo, o secretário de polícia da corte, Luís Fortunato de Brito, mandou um ofício à Câmara para que ela o orientasse na execução das posturas municipais, especificamente a que proibia os boticários de vender remédios sem receita de um médico ou cirurgião, salvo se esses fossem “de natureza inocentíssima”. Vendo todos os dias anunciados pelos jornais diversos remédios “particulares ou secretos”, o secretário desconfiava, com razão, que a situação se opunha às determinações municipais (BUENO, 2008, p.21).

Após a criação da Junta Central de Higiene Pública, em 1851, a fiscalização tornou-se mais eficaz, principalmente em relação aos “remédios secretos”, pois para circularem livremente no comércio necessitavam de uma autorização prévia deste órgão e caso fosse feita a venda ou se publicassem cartazes e anúncios referentes aos medicamentos sem esta autorização prévia os infratores seriam punidos com multa e o estabelecimento seria fechado por três meses.

A especulação mercantil acerca dos produtos relacionados à saúde era constante nas páginas dos periódicos e em cartazes espalhados pelas cidades. A chance de cura de moléstias da época era vicejada pelos enfermos que viam nos remédios “caseiros” e nos papéis desempenhados pelos “curandeiros” a esperança de dias melhores, visto que o descaso com a saúde pública era notório para a maior parte da população. Os mais abastados buscavam a cura em remédios provenientes do Velho Mundo:

[...] os mais ricos tinham outra opção, mais refinada: tratavam-se com medicamentos importados da França, da Inglaterra ou da Alemanha. Ou, como fez o próprio D. Pedro II, iam direto à fonte, embarcando em um navio para tratar da saúde na Europa. Dos médicos à moda, dava mais valor a qualquer coisa vinda do Velho Mundo. Tanto era assim que muitos dos anúncios eram escritos em francês (BUENO, 2008, p. 22).

Em 1870, com o declínio do preço do café no mercado internacional instalou-se uma crise no Brasil que resultaria mais tarde na queda do império. A insatisfação com o rumo da nação brasileira era alta e a precariedade na saúde pública, as poucas condições de higiene básica e o abuso de propagandas relacionadas a medicamentos eram assuntos recorrentes

Com a queda da monarquia e a adoção do regime republicano, a falsa sensação de liberdade era maqueada pela euforia da nação brasileira por meio de gritos e comemorações pelo alcance de um regime ainda desconhecido. Mudanças eram bem-vindas e a esperança de dias melhores é algo vicejado por todas as camadas da população brasileira.

Apesar das grandes transformações ocorridas durante esse período de transição entre os regimes já mencionados anteriormente, o Brasil ainda não havia deixado de ser uma nação doente, carente de cuidados e de atenção.

As inovações relacionadas aos anúncios surgiam e no que se refere aos anúncios de medicamentos, o primeiro deles a ser amplamente divulgado fazia alusão aos anos de repressão sofrida pela população brasileira pela monarquia, utilizando em seu corpo um recurso pouco utilizado na época: a ambiguidade, conforme o anúncio seguinte:



Figura 2: Anúncio do “Xarope São João”, na Revista da Semana, 1900 (BUENO, 2008, p.32).

A expressão constante no anúncio do Xarope São João “Larga-me... deixa-me gritar!...” é dotada de ambiguidade, visto que tal produto foi lançado em um momento de transição, da monarquia para república, ou seja, de um período supostamente repressor para uma era mais branda com mais liberdade política, social e econômica. É imprescindível citar que as doenças que mais acometiam os indivíduos nesta época estavam relacionadas ao sistema respiratório, em especial à tuberculose, assim não é de se estranhar o êxito alcançado por este reclame.

Algumas datas são importantes no que se refere aos anúncios de medicamentos, são elas: 1875, ano em que surgiram os primeiros anúncios ilustrados e, 1896, a criação do primeiro anúncio colorido. Nesta época, os que atuavam como publicitários eram os poetas, os escritores e os artistas que caprichavam na imagem e na linguagem através de rimas e de elementos linguísticos bem comuns da época utilizados na oralidade daquela sociedade, tornando tais anúncios, algumas vezes, irreverentes.

O primeiro jornal a apresentar propagandas comerciais foi o “Mercúrio”, 1898, que além de expor medicamentos, também anunciou lojas de confecções, hotéis e cursos particulares (bordado, francês etc). Na área médica surge “O Pharol da Medicina”, que era o primeiro almanaque de farmácia lançado no Brasil, editado pela farmácia Granado. Este veículo de comunicação publicava artigos sobre doenças juntamente com anúncios de remédios e de produtos relacionados à higiene. Alguns exemplos de publicações são a Magnésia Fluida, o Pó da Pérsia, o Óleo de Fígado de Bacalhau, além de produtos da Granado e o Xarope Bromil. Alguns destes produtos são demonstrados nos anúncios, a seguir:



Figura 3: Anúncios de produtos da Farmácia Granado (BUENO, 2008, p. 27).

A arte de convencer remonta à antiguidade, porém cada vez mais estratégias são utilizadas através do marketing, independentemente da área do produto/serviço a ser comercializado. Não há dúvidas de que, cada vez mais, os anúncios e as propagandas de diferentes produtos vêm sendo direcionados a diversos tipos de suporte, por exemplo, é difícil encontrarmos anúncios de medicamentos como costumávamos a encontrar outrora, nas páginas dos jornais da atualidade.

Os anúncios de medicamentos acompanharam o desenvolvimento da sociedade. No século XX, a publicidade já era um fator diferencial presente nas economias industriais. Anunciar um produto/serviço era um desafio para profissionais da área que, além de buscar o veículo de comunicação adequado para o anúncio, utilizavam conceitos provenientes de ciências como a Linguística, a Psicologia, a Semiótica, a Sociologia, dentre outras, a fim de persuadir seus clientes internos e externos (empresa que o contratou e público em geral).

Com o advento da 2ª Guerra Mundial, houve uma explosão da indústria farmacêutica, e, conseqüentemente, nos anúncios de medicamentos. Muitos desses fármacos eram oriundos dos Estados Unidos da América e não podiam ser anunciados diretamente ao público, devido a restrições impostas por leis brasileiras, desse modo, a indústria farmacêutica resolveu investir em outra forma de propaganda, que perdura até hoje, a “propaganda ética” que consiste na divulgação direta do produto à classe médica através de revistas voltadas para a medicina e correspondências endereçadas aos médicos. Tal estratégia foi favorável às indústrias médicas, visto que era uma forma barata e direta de se fazer vender seu produto, além do que, para a população, a indicação de um determinado medicamento por parte do médico de sua confiança era muito mais eficaz.

Apesar dessa “propaganda ética”, os anúncios de medicamentos realizados diretamente ao consumidor nunca deixaram de existir. Com as inovações nos meios de comunicação, os anúncios de remédios extrapolaram as páginas de jornais e de revistas e, entre os anos de 1930 a 1950, alcançaram o rádio, através das vozes graves dos radialistas que persuadiam os ouvintes por serem formadores de opinião.

Em 1º de Março de 1932, o Decreto-lei nº 21.111 foi instituído autorizando propagandas de medicamentos através das emissoras de rádio. As radionovelas da época eram ouvidas por milhares de pessoas, abrangendo um público heterogêneo, ou seja, homens e mulheres de idades diversas, fazendo com que o rádio obtivesse crédito perante a população. A indústria farmacêutica enxergou neste veículo uma ótima oportunidade para propagar seus produtos através do patrocínio de programas variados de diferentes emissoras por todo Brasil.

Com o objetivo de organizar a regulamentação de anúncios de medicamentos no Brasil, foi promulgado o Decreto-lei nº. 4.113, de 14 de fevereiro de 1942, que restringia ações relacionadas aos serviços prestados por profissionais de saúde e seus estabelecimentos e aos medicamentos. Algumas dessas restrições englobavam a proibição de anúncios que apresentassem declarações de cura, firmadas por leigos; exibissem gravuras com deformações físicas ou gravuras indecorosas; possuíssem propriedades abortivas etc.

Nos anos 50, surge a televisão, e com ela, os grandes nomes do rádio passam a ter seus rostos expostos em uma tela onde se viam notícias, novelas e anúncios. Mais uma vez um novo veículo de comunicação adentrava os lares brasileiros divulgando, principalmente, medicamentos e serviços de renomados médicos.

Com o aumento das propagandas de medicamentos observou-se a necessidade da criação de uma lei mais específica para este segmento, assim foi promulgada em 23 de setembro de 1976, sob o nº 6.360, a Lei da Vigilância Sanitária que não só regulava a

publicidade de produtos relacionados à saúde, mas também funcionava como uma espécie de cartilha para o bem-estar. Em 1977, mais um decreto é sancionado, o de nº 79.094 de 05/01/1977, que se alia à Lei da Vigilância Sanitária, a fim de regulamentar as propagandas a serem realizadas pelas indústrias farmacêuticas multinacionais.

A internet surge nos anos 90 e, com ela, inovações na área da publicidade. É nesse período que observamos um ápice de anúncios/propagandas de remédios e afins. Sites são construídos por indústrias farmacêuticas, informações são publicadas a todo tempo sobre qualquer tipo de medicamento e a população tem acesso a diversas informações, inclusive opiniões de médicos e usuários, sobre os inúmeros tratamentos e medicamentos. Porém, toda essa tecnologia preocupou as autoridades que lidam com leis de mercado, assim foi sancionada a Lei Federal de nº 8.078/1990, conhecida por Código de Defesa do Consumidor (CDC), com o objetivo de proteger o direito do consumidor.

Apesar de todas essas leis e inovações, os anúncios de produtos relacionados à saúde ainda contemplam páginas de jornais, mesmo que em menor escala, e compõem matérias em renomadas revistas. Um dos exemplos desta estratégia foi publicado na revista *Veja on line*, em 28 de agosto de 2002, na seção geral saúde, sob o título “Não parecia, mas era propaganda”:

Em uma entrevista a um programa de televisão da rede americana NBC, a atriz Lauren Bacall teceu elogios a um remédio que combate a degeneração macular. A estrela *Kathleen Turner*, que sofre de artrite reumatóide, apareceu em outra emissora alardeando as virtudes de novos medicamentos "extraordinariamente efetivos" para combater a doença. Aproveitou para divulgar um site mantido por uma associação de laboratórios, em que os telespectadores poderiam informar-se mais sobre as drogas. Depois que seu pai foi vítima de uma grave infecção causada por quimioterapia, o ator *Rob Lowe* passou a apregoar os benefícios de um remédio que atenua os efeitos colaterais do tratamento. Falar bem de remédios não virou moda em *Hollywood*. É só um modo nada ético de fazer propaganda. Descobriu-se que *Lauren*, *Kathleen* e *Lowe* receberam dinheiro de grandes laboratórios para citar os nomes dos medicamentos em entrevistas. Assim como o trio, outras celebridades americanas deram um jeito de divulgar remédios em programas de televisão. Entre eles estão *Martin Sheen*, *Danny Glover* e *Noah Wyle*, que interpreta o personagem *Dr. Carter* na série *E.R.* (Disponível em: < http://veja.abril.com.br/280802/p_050.html > Acesso em: 13 de mar.2012).

Através do exemplo, observamos que, na atualidade, personalidades do meio artístico possuem o status de “deuses”, outrora, nos séculos XVIII e XIX, atribuído à classe médica,

ditando regras de mercado e adotando a já conhecida estratégia proveniente do século XIX, o relato da eficácia de medicamentos através do seu testemunho como usuário.

Como percebemos as estratégias voltadas para atrair os clientes nesse nicho de mercado vêm sendo diversificadas, o que antes eram restritas a anúncios em jornais, hoje ultrapassam os limites da criatividade e alcançam os mais variados suportes de comunicação.

1.4 A Paraíba no século XIX

Ao pisarem em terras brasileiras, os portugueses não encontraram o que pretendiam em sua jornada marítima. Eles buscavam produtos voltados para ao comércio de especiarias, porém na costa brasileira não havia riqueza como ouro ou minério, havia, apenas grandes árvores (pau-brasil) e indígenas. Mais tarde, ao descobrir que o Brasil estava sendo explorado pelos piratas e franceses (estes extraíam do pau-brasil um pigmento responsável por tingir tecidos na Europa), o império português resolveu instituir a divisão do Brasil em quinze capitanias, para doze donatários, com o intuito de povoá-las. Dentre elas, a capitania de Itamaracá obteve destaque, que se estendia do Rio Santa Cruz até a Baía da Traição.

Em 1574, foi criada a capitania Real da Paraíba, a qual foi desmembrada da Capitania de Itamaracá devido a intensas lutas entre os portugueses contra os indígenas e franceses. Após diversos conflitos territoriais, em 05 de agosto de 1585, a Paraíba foi conquistada de forma definitiva pelos portugueses sob o comando de Martim Leitão, iniciando, assim, a sua ocupação por intermédio das expedições:

O povoamento processou-se no sentido leste-oeste, tanto do litoral para o sertão e vice-versa, podendo-se falar em duas vertentes de povoamento: uma, a do litoral, com a exploração da cana-de-açúcar, e outra, do sertão, de iniciativa particular, com base na pecuária. Dos núcleos populacionais surgidos no litoral e no sertão, é que nasceram as vilas paraibanas (OLIVEIRA, 2011, p. 142).

A atividade canavieira, através da extração do “ouro branco”- o açúcar -, era a atividade econômica principal da Paraíba, pois a cultura algodoeira era praticamente adotada para a subsistência. Entre o sertão e o litoral paraibano situava-se o brejo, região rica em termos de colheitas, constituindo o celeiro do sertão, lá a vida cotidiana era pacata e não havia conflitos com os indígenas que ali habitavam.

Em 1750, a Paraíba configurava-se em um único município, o da capital cidade de Nossa Senhora das Neves, seu território abrangia toda extensão a partir da orla marítima até

os limites com o Ceará. No que se refere à administração, o capitão-mor respondia por questões relacionadas aos âmbitos civil e militar e o ouvidor geral e ou o corregedor da comarca respondiam pelas ações judiciais da Paraíba, Rio Grande do Norte e Itamaracá.

Em relação ao comércio, muitos produtos (algodão, fumo, couro, açúcar) que chegavam ao porto da Paraíba eram desviados para o mercado de Pernambuco, por isso, para disciplinar as relações comerciais entre Pernambuco e Paraíba, foi criada a Companhia Geral de Pernambuco e Paraíba, em 1759, pelo Marquês de Pombal, a fim de harmonizar as relações mercantis entre tais capitanias, porém o êxito esperado não foi obtido, ou seja, a arrecadação de impostos passou a ser arrematada por Pernambuco e usada a seu favor fazendo com que a Paraíba apresentasse um precário quadro econômico e justificando sua anexação à capitania de Pernambuco.

Após sucessivas tentativas de tornar a Paraíba independente de Pernambuco, o capitão mor da Paraíba, Fernando Delgado de Castilho, obteve êxito com a carta Régia de 17 de janeiro de 1799 que consistia na libertação da Paraíba do governo de Pernambuco, tornando-a livre, porém economicamente debilitada devido aos longos anos de subordinação.

Com a vinda da família real portuguesa ao Brasil, houve alterações no cenário da nação, as transformações ocorriam em todos os âmbitos (político, social, cultural e econômico), dentre elas a abertura dos portos às nações estrangeiras e a elevação da colônia à categoria de reino. Apesar de todas essas mudanças, a situação da Paraíba continuava precária, o descaso em relação a esta província era notório, visto que pouco era destinado a seu favor, segundo Almeida (1982, p.39), “a cidade da Paraíba era como as demais capitais das menores províncias do Império: um aglomerado urbano, pequeno, dos mais pobres e atrasados”.

As secas periódicas assolavam a situação econômica da província da Paraíba nos séculos XVIII e XIX, contribuindo para o aumento da pobreza da população menos abastada como, também, pelas altas taxas, herdadas da era colonial, aplicadas à produtos nativos e ao açúcar. Grandes revoltas compuseram o cenário desta época, como exemplo citamos o movimento revolucionário de 1817 que resultou no aumento da taxa de exportação de produtos, gerando ainda mais a fome da população.

Em 1834, foi aprovado um Ato adicional, uma espécie de emenda constitucional que privilegiava as províncias, atribuindo-lhes autonomia administrativa para a resolução de seus problemas, tais como os relacionados aos impostos, a empregos tanto na esfera provincial como na esfera municipal, a obras públicas e ao poder de polícia; porém é necessário ressaltar

que, apesar de ser um ato aparentemente benéfico, a classe dominante é que detinha o poder de representatividade.

O retrato da sociedade dos séculos XVIII e XIX era pautado em duas vertentes: o patriarcado e a religiosidade. Apesar da situação precária da província da Paraíba, os senhores de engenho e os fazendeiros ainda faziam parte do topo da pirâmide social, porém a burguesia comercial ainda era detentora de um maior status. A igreja e a política entrelaçavam-se, já que a questão ideológica era prioridade na era imperial.

Politicamente, quem comandava o Brasil neste período eram alguns que obtivessem uma determinada renda anual estipulada pela legislação, assim a maior parte da população não tinha uma voz ativa, já que o poder de decisão era exclusivo de poucos. Eram dois os partidos políticos influentes na Paraíba no século XIX: o Liberal e o Conservador que se confrontavam diariamente em páginas de jornais, travando lutas entre os proprietários desse meio de comunicação.

Em 15 de novembro de 1889, a Paraíba recebeu com indiferença através das páginas do jornal Gazeta Paraibana que pertencia a Eugênio Toscano de Brito a notícia da proclamação da república. O presidente da província da Paraíba, Francisco Luís da Gama Rosa, foi um dos que mais temeu essa manobra política, pois não queria cair nas mãos de seus inimigos políticos, aqueles que teriam sofrido fortes pressões nas últimas eleições provenientes do partido liberal, por isso solicitou proteção ao comandante do batalhão de infantaria.

Por mais isolados que fossem os engenhos e as fazendas as notícias circulavam, porém de forma lenta. As estradas eram precárias e segundo Melo (2000) eram configuradas em pequenos atalhos no mato interligando, principalmente, o litoral paraibano à capitania de Pernambuco.

No que se refere à população da Paraíba, segundo Oliveira (2011) alguns dados são contraditórios entre os séculos XVII e XVIII, apenas no final do século XVIII e início do século XIX é que se tem uma estimativa condizente com a época por se ter realizado um censo populacional, obtendo-se os seguintes dados:

[...] em 1798, o total de brancos, índios, pretos e mulatos era de 39.894 habitantes; em 1799, 50.464; em 1800, 56.475; em 1801, 55.573; em 1802, 50.835; em 1804, a população declinou, ficando em torno de 38.814, e, em 1805, atingiu a cifra de 49.358 habitantes. Nos anos de 1804 e 1805, a população diminuiu, em consequência da seca e da fome ocorridas no ano de 1803 (2011, p.142).

Na Paraíba, a miscigenação entre brancos e índios era menor do que outras províncias brasileiras, além disso, a proporção de escravos negros era menor comparada à população livre, já que os navios negreiros atracavam em Pernambuco deixando maior parte dos negros africanos em suas terras.

A sociedade da época era patriarcal, a burguesia comercial ocupava o topo da pirâmide social e no tocante à política, o povo não tinha sequer uma remota possibilidade de integrar o rol daqueles que votavam, visto que só podiam votar aqueles que possuíam uma renda mínima anual fixada pela legislação. A alternância no poder entre o Partido Liberal e o Partido Conservador era notória nas páginas dos jornais que apresentavam discussões acirradas em busca do poder.

A educação no século XVIII era pautada em princípios cristãos, por ser a Igreja Católica detentora de grande prestígio. Os jesuítas atuavam como professores ensinando aos filhos dos colonos e aos indígenas que ali habitavam as primeiras linhas de textos contendo o Latim e as primeiras lições de cálculo, mas em 1593, os jesuítas foram expulsos devido aos embates entre eles e os franciscanos. Entre 1634 a 1645, a Paraíba ficou desassistida no campo educacional e só em 1666 é que foi reaberta a escola de Latim no mosteiro de São Bento (NICOLAU, 2008).

Um fato importante a ser ressaltado no que tange a educação na Paraíba é a fundação do Lyceu Provincial da Parahyba (atual Liceu Paraibano), em 24 de março em 1836, funcionando inicialmente, no primeiro andar do edifício da Assembléia Legislativa Provincial uma escola secundária cujo escopo era preparar jovens de famílias abastadas para ingressarem em faculdades de outras províncias brasileiras. O corpo docente era formado por intelectuais e por sacerdotes, já que a participação de religiosos, da Igreja Católica, no âmbito da instrução pública e privada era estimulada pelos próprios gestores da província. Após cinco anos de exercício do magistério, o professor lograva a vitaliciedade do cargo.

A insatisfação da população paraibana do século XIX em relação à Coroa Portuguesa era notória, as péssimas condições de sobrevivência fizeram com que surgissem movimentos revolucionários, dentre eles a Revolução de 1817 que pregava a independência, a democracia e a república. Como a educação, a saúde era deficitária, as epidemias persistiam e agravavam mais ainda situação da saúde pública do século XIX. Faziam parte do cotidiano doenças como febre amarela, cólera, sífilis e tuberculose. A existência de dois hospitais (Hospital Militar e Hospital da Misericórdia) não supria a necessidade dos enfermos, pois o pouco contingente médico era uma triste realidade deste período, isto é, não capitânias como as de Pernambuco,

Alagoas, Paraíba e Rio Grande do Norte não possuíam médicos suficientes para atender a população, e, além disso, a vinda de profissionais da Corte era limitada e onerosa.

A insalubridade presente nas casas, ruas e na vida das pessoas através da falta de higiene era comum. A proliferação de maus cheiros, a contaminação da água, a presença de mosquitos e as doenças faziam parte da paisagem da cidade, resultando em óbitos que, corriqueiramente, estampavam os jornais da cidade. As boticas (atuais farmácias) possuíam as conhecidas “mezinhas”, termo este originário do latim “medicina” e trazido para o Brasil pelos colonos portugueses no século XIV, segundo Carneiro (1994), com o intuito de referir-se aos medicamentos caseiros para as mais variadas enfermidades. Os boticários descendiam de famílias humildes e logravam seus conhecimentos nas boticas através de um encartado (espécie de carta de exameção) que lhes possibilitaria o exercício do ofício ao se submeterem a um exame junto aos comissários do físico-mor do reino.

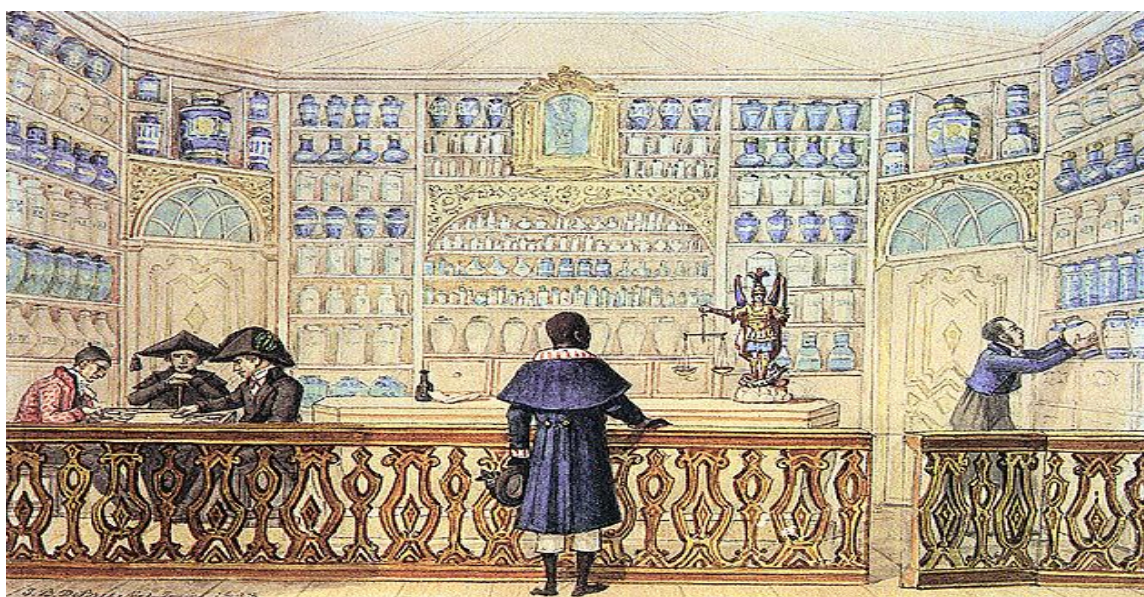


Figura 4: Pintura de Debret retratando uma botica do início do século XVIII
Disponível em: <<http://boticasefarmacias.blogspot.com.br/2011/01/historia-da-farmacia-no-brasil-parte-i.html>>. Acesso em 05.01.2012.

Conforme demonstra a ilustração acima as boticas eram dotadas de luxuosas louças em suas prateleiras, potes com decorações artísticas encantavam os olhos dos possíveis compradores, xaropes e soluções eram ofertados em jarros etiquetados com as devidas substâncias. Estes empreendimentos eram localizados nas principais ruas da cidade.

No que se refere à Paraíba, os diversos medicamentos comercializados eram veiculados nas folhas de jornais locais. Muitos deles tinham como origem países de Primeiro

Mundo, tais como “Ferro do Doutor Girard”, 1875, e “Elixir Grez”, 1884, ambos aprovados pela Academia de Medicina de Paris; ou, então, eram provenientes de outras cidades brasileiras, a exemplo do “Xarope de Urucu”, 1883, do cearense Rodolpho Theophilo, e da “Água Maravilhosa”, 1883, de Antonio Thomaz Carneiro Cunha, este, membro correspondente do Imperial Instituto Pharmaceutico do Rio de Janeiro. É importante ressaltar que, propagada em páginas de periódicos do século XIX, a maior parte desses remédios era de consumo exclusivo de uma minoria da população, não sendo acessíveis às demais camadas sociais, por causa do seu valor mercadológico.

As transformações ocorridas na sociedade da época devido ao desenvolvimento da produção mercantil, o surgimento e o crescimento de cidades e do mercado interno contribuíram para a facilidade da disseminação de notícias na província paraibana. Nessa sociedade em constante mutação, o jornalista assume o papel de difundir ideias e a imprensa, ainda precária, transformasse em um meio de comunicação com o objetivo de formar ou tendenciar opiniões acerca de discussões políticas e ideológicas.

Com a iniciativa de donos de terra e escravos, clérigos, comerciantes, advogados, médicos e políticos, o jornal funcionava como divulgador de ideias, uma vez que servia de porta-voz àqueles que estavam interessados em influir nos rumos que o Estado deveria tomar (MARRACH, 1992, apud SÁ, 2003, p. 38).

Tais meios de comunicação eram manipulados, pois eram financiados por grupos políticos e ou econômicos, além do mais, muitos desses jornalistas eram subordinados ao governo, que lhes prometiam cargos, dinheiro e até mesmo produtos nobres da época, como no caso dos escravos, desse modo os editores dessa imprensa eram mais comerciantes de opiniões do que simples propagadores de notícias.

Enfim, apesar de todas as mudanças ocorridas no século XIX, observamos que a província da Paraíba no século XIX ainda clamava por atenção e por investimentos no contexto socioeconômico e político brasileiro, por se encontrar em uma situação deficitária perante outras localidades brasileiras.

CAPÍTULO 2: SOBRE TRADIÇÕES DISCURSIVAS

A língua pertence ao indivíduo e, ao mesmo tempo, à sua comunidade, e no próprio indivíduo se apresenta com alteridade, como algo que pertence também aos outros; é a objetivação concreta da atividade lingüística de um grupo humano no espaço e no tempo (COSERIU, 1979, p. 32).

2.1 Um breve histórico sobre as tradições discursivas

Antes de adentrarmos em conceitos que permeiam as tradições discursivas (TD), é *mister* ressaltarmos que as línguas se manifestam em textos e, que, ambos se concretizam em práticas sociais, havendo, assim, uma relação indissociável entre língua e sociedade, principalmente quando observamos características comuns a uma determinada época em um dado gênero do discurso.

É importante, aqui, mencionar que a concepção, por nós adotada nesta pesquisa extrapola a atividade escrita, ou seja, também engloba os aspectos verbais, oriundos da oralidade e elementos não verbais, como, por exemplo, imagens de anúncios publicitários. Segundo Orlandi (2001, p.87),

[...] o texto não pode assim ser visto como uma unidade fechada, pois ele tem relação com outros textos (existentes, possíveis ou imaginados), com suas condições de produção (os sujeitos e a situação) e com o que chamamos exterioridade constitutiva, ou seja, o interdiscurso, a memória do dizer (o que fala antes, em outro lugar, independentemente).

Esse caráter dinâmico do texto (de estar em constante mutação) faz com que parte de seus elementos constitutivos se perca através do tempo e outros permaneçam atuais, facilitando a identificação das tradições discursivas que motivam pesquisadores a estudar detalhadamente essas mudanças na língua.

Gomes (2007) expõe que o interesse pela história da língua é antigo, desde a época da Renascença quando estudiosos da língua tais como Varrão, Leonardo Bruni e Flavio Biondo resolveram investigá-la profundamente. Entre os séculos XVI e XVII, surgem registros concernentes à origem de algumas línguas, dentre elas o francês, o italiano e o espanhol em debates sobre a reciprocidade do latim e dos vernáculos (BURKE, 1995, *apud* GOMES, 2007).

No século XIX, os neogramáticos foram os responsáveis por pesquisar algumas línguas levando em consideração a reconstrução de suas formas primitivas e a formulação de leis de evolução linguística das mesmas. Em contrapartida, no início do século XX, Saussure expõe seus postulados sob uma perspectiva eminentemente estrutural da uma língua com ênfase sincrônica e, apesar de todas as múltiplas acepções, acerca da língua, várias delas excluíam um fator principal: a questão social.

Alguns aspectos da teoria saussuriana foram criticados por Eugenio Coseriu, visto que a língua é um organismo vivo, ela é dotada de mudanças e por esse motivo não pode ser tão rígida.

Segundo Gomes (2007, p.29), há algumas lacunas na dicotomia Saussuriana apontadas por Coseriu (1979), dentre elas:

1. a falta de nitidez na identificação entre individual e concreto, social e formal (funcional);
2. a desconsideração do ponto de contato entre a “língua” e a “fala”, ou seja, “o ato verbal”;
- 3.o excesso de rigidez, por parte de Saussure, na concepção de um indivíduo totalmente separado da sociedade que não seria ele mesmo “coletividade”.

Assim, Coseriu trilha novos rumos acerca da língua enquanto fenômeno histórico, mostrando que a “o conceito corrente de língua não se estabelece com critérios exclusivamente lingüísticos, mas também com critérios culturais” (COSERIU, 1979, p.77).

A Teoria relacionada às Tradições Discursivas (TD) teve sua origem a partir de estudos realizados na Linguística Românica Alemã, com forte influência pela tradição do ensino de Eugenio Coseriu, postulando que a linguagem só se concretiza no falar e que apesar de ser uma característica de cada indivíduo, é condicionada pelas tradições de comunidades históricas. Para ele, a língua é um organismo vivo em constante mutação e em permanente sistematização, assim ela se reconstrói a todo instante, fazendo com que haja uma renovação em seu sistema e assegurando sua continuidade e seu funcionamento nas esferas comunicativas.

Para Coseriu (1979), a visão saussuriana que concebia a língua como um sistema fechado sem interferência proveniente dos fatores extralinguísticos e a fala como um elemento secundário necessita de uma complementação, visto que “a língua é um saber falar, saber como se fala numa determinada comunidade e segundo uma determinada comunidade e segundo uma tradição” (COSERIU, 1979, p.52). Dessa forma, ele propõe a tríade *língua*,

norma e fala, fazendo as distinções entre os tais elementos da comunicação: a *língua* é vista como um sistema funcional, a *norma* consiste no uso coletivo da língua e a *fala* corresponde ao ato individual da norma. Assim,

O sistema é sistema de possibilidades, de coordenadas que indicam os caminhos abertos e os caminhos fechados de um falar compreensível numa comunidade; a norma, em troca, é um sistema de realizações obrigatórias, consagradas social e culturalmente: não corresponde ao que se pode dizer, mas ao que já se disse e tradicionalmente se diz na comunidade considerada. O sistema abrange as formas ideais de realização duma língua (...) a norma, em troca, corresponde à fixação da língua em moldes tradicionais; e neste sentido, precisamente, a norma representa a todo momento o equilíbrio sincrônico (externo e interno) do sistema (COSERIU, 1979, p.50).

Coseriu (1979) expôs a necessidade de se criar uma “linguística do falar” para que os problemas relacionados à atividade linguística concreta fossem contemplados. Foi ele o responsável por distinguir três perspectivas relacionadas à língua, aos três níveis do falar que são imprescindíveis para os estudos relacionados à linguagem: a universal, a histórica e a particular.

O nível universal corresponde à ação concreta do falar em geral, que corresponde à capacidade inerente ao ser humano de se comunicar por meio de signos linguísticos.

Já o plano histórico trata-se do modo de falar de uma comunidade, a língua concreta, englobando as tradições discursivas (tipos de texto, gêneros do discurso etc) e as línguas históricas, como exemplo, citamos o espanhol, o português, o inglês, dentre outras, suas respectivas variações, suas estruturas fonéticas, fonológicas, morfossintáticas e lexicais.

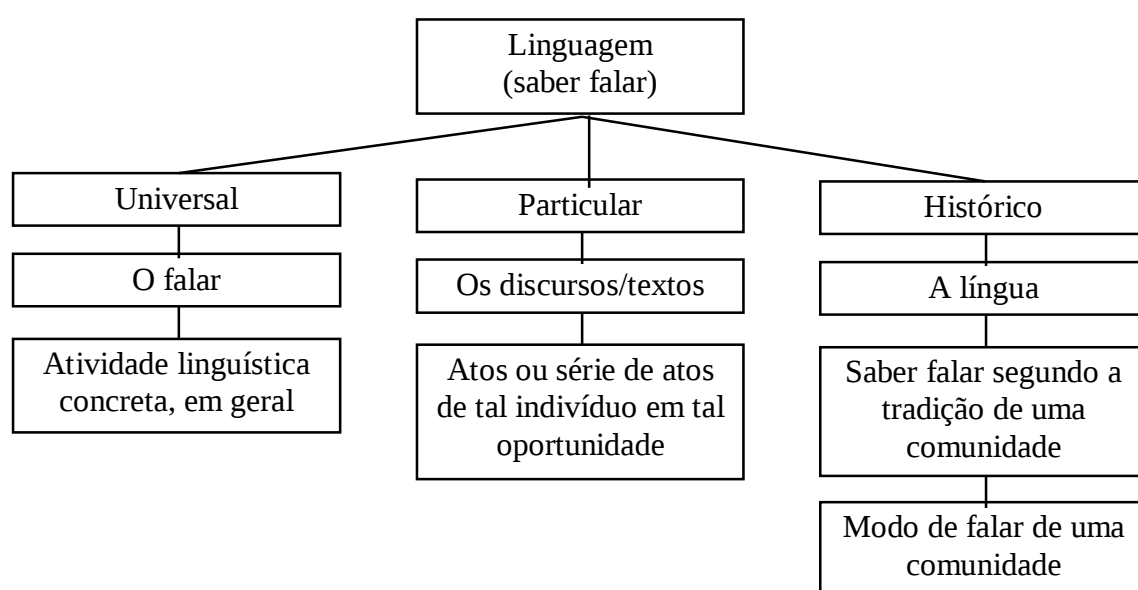
Baseado nas ideias de Coseriu, Oesterreicher (1999, p.15) afirma que

as tradições discursivas funcionam em virtude de situações comunicativas determinadas historicamente. Todo discurso individual guiado por determinados modelos discursivos – os gêneros ou as tradições – se constituem no marco de uma série de constelações comunicativas que controlam os traços específicos de cada discurso e as possíveis modalidades de sua produção e recepção.

O nível linguístico particular ou individual refere-se ao discurso (falado ou escrito) do indivíduo ou de uma instituição em uma determinada situação comunicativa. Para Schlieben-Lange (1993), é este nível o que apresenta uma definição mais genérica, visto que diz respeito a um falar com os outros sobre o mundo. Assim, partindo dessa acepção, algumas técnicas são

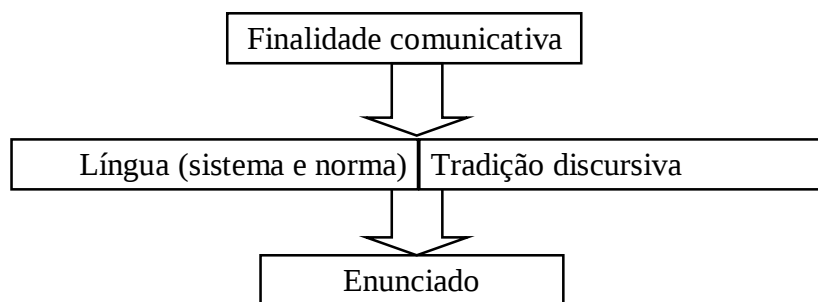
necessárias a todas as línguas, dentre elas citamos: referir-se às coisas do mundo; alterar o discurso; mostrar ou indicar o que nos referimos; supor a existência de um saber partilhado; determinar objetivos ao falar. Para a autora, é através do uso dessas técnicas que a comunicação será eficaz em cada língua histórica, isto é, “em situações históricas determinadas, falamos em forma de textos, orientados para uma determinada finalidade”. (SCHLIEBEN-LANGE, 1993, p.18).

Assim, quando ocorre uma situação concreta de comunicação, existe, simultaneamente, a utilização desses três níveis linguísticos. Conforme demonstra o quadro a seguir:



Quadro 6: Níveis ou atividades linguísticas (FONSECA, 2005, p.52).

As ideias de Coseriu (1979) serviram como base para o desenvolvimento de pesquisas provenientes de outros autores, tais como: Peter Koch (1997) e Wulf Oesterreicher (1999) que propuseram a divisão do nível histórico em duas partes: a língua como sistema gramatical e lexical; e de outro, as tradições discursivas. Em outras palavras, pode-se afirmar que ao falarmos algo com um propósito comunicativo concreto atravessaríamos duas etapas simultâneas (a língua e as tradições discursivas) com destino ao ato comunicativo ou enunciado, conforme o seguinte quadro:



Quadro 7 : Tradições Discursivas (KABATEK, 2006, p.508).

Já Schlieben-Lange (1993) ressalta que há uma determinada significação para cada um dos níveis classificados por Coseriu, isto é, em relação ao nível da fala (o falar) o que realmente importa é sabermos de que forma o falante se relaciona com o mundo e com objetos de saber não-linguístico. No que se refere às línguas históricas, devemos levar em consideração a maneira pela qual o plano de conteúdo é articulado em relação ao nível dos textos e de seu sentido.

Ao tomar como base os conceitos de Coseriu (1979), Kabatek (2006) define, inicialmente, as tradições discursivas como sendo

então, a relação de um texto em um momento determinado da história com outro texto anterior: uma relação temporal, com repetição de algo. Esse “algo” pode ser a repetição total do texto inteiro, como no caso da fórmula “bom dia”, mas também pode ser apenas a repetição parcial ou ainda a ausência total de repetição concreta e unicamente a repetição de uma forma textual, como, por exemplo, no caso de dois sonetos, ligados por uma tradição mesmo quando não contêm nenhum elemento concreto em comum (KABATEK, 2006, p.510).

Porém, algumas lacunas são identificadas na definição inicial das tradições discursivas de Kabatek (2006), dentre elas: nem todas as repetições de “algo” configuram tradições discursivas; as repetições não-linguísticas estão excluídas das tradições discursivas; muitas repetições linguísticas não são consideradas tradições discursivas, como, por exemplo, a repetição de vocábulos como “também”, “estão”, “como” etc. que são palavras corriqueiras em nosso uso cotidiano em diversas ocasiões, porém o uso das mesmas em uma situação comunicativa não forma uma tradição discursiva por si só e, por fim, nem a repetição de uma situação e das palavras utilizadas em ambas, nem a repetição de toda comunicação de um conteúdo e tampouco a repetição de dois canais de comunicação constituem uma tradição

discursiva, porém podem estar relacionadas às tradições discursivas através do processo de evocação, como no caso de uma saudação que é evocada por uma situação concreta que se repete.

Diante das observações mencionadas no parágrafo anterior, Kabatek (2006) reconhece ser relevante uma melhor definição para o que ele considera ser uma tradição discursiva, ampliando, então, seu primeiro conceito acerca desta:

Entendemos por Tradição Discursiva (TD) a repetição de um texto ou de uma forma textual ou de uma maneira particular de escrever ou falar que adquire valor de signo próprio (portanto é significável). Pode-se formar em relação a qualquer finalidade de expressão ou qualquer elemento de conteúdo, cuja repetição estabelece uma relação de união entre atualização e tradição; qualquer relação que se pode estabelecer semioticamente entre dois elementos de tradição (atos de enunciação ou elementos referenciais) que evocam uma determinada forma textual ou determinados elementos lingüísticos empregados (KABATEK, 2006, p.512)

É interessante expor que algumas consequências resultaram após esta última definição das tradições discursivas. A primeira delas ocorre quando uma tradição discursiva apresenta-se com o valor de signo, comunicando muito mais do que um texto sem tradição; a segunda consequência reside no fato de que uma tradição discursiva não se configura sempre em um texto repetido da mesma maneira, isto é, ela pode ser também uma forma textual ou uma combinação particular de elementos. O autor atribui dois termos relacionados ao caráter composicional das tradições discursivas: “composicionalidade paradigmática” e “composicionalidade sintagmática”. O primeiro termo consiste na concomitância de referentes a tradições discursivas diferentes em um mesmo fragmento de texto, já o segundo termo diz respeito à sucessão de elementos (ou de subtextos) ao longo de um texto.

Assim, além dos atos de fala fundamentais, tais como a saudação, o agradecimento, a promessa, as tradições discursivas encontram-se expostas em determinadas circunstâncias numa dada cultura, como exemplo Kabatek (2006, p.509) cita “todas as TD, restritas às culturas com escrita, e dentro delas, TD ligadas a determinadas instituições, como, por exemplo, os gêneros jurídicos”.

Kabatek (2006) expõe que as tradições discursivas consistem na relação temporal de um texto em determinado momento da história com um outro anterior. Desse modo, elas se apresentam em qualquer evento comunicativo, podendo ser oral ou escrito. Para ele:

O estudo das tradições discursivas tem inúmeras aplicações. Uma delas é a relação com a gramática histórica, para chegarmos a uma gramática histórica mais diferenciada, que deixe ver com mais rigor as evoluções da língua e os processos de mudança linguística. Muitas vezes, pensa-se que a evolução de uma língua é um processo unilinear e que o objetivo do historiador da língua é a reconstrução de uma espécie de “diacronia ideal”, a evolução da língua como se fosse uma linha. Mas na realidade, quando se estuda a história de uma língua, o que se estuda não é a língua (recordamos a tripartição de níveis) senão textos de diferentes épocas, textos que parecem representativos dos respectivos estados da língua (KABATEK, 2006, p. 515).

Não há dúvidas de que as tradições discursivas são transformadas ao longo do tempo e, muitas vezes são tão modificadas que se convertem em uma realidade bem diferente da inicial. Entretanto, existem tradições discursivas bem arraigadas, tais como as provenientes de rituais e as de cunho religioso que são solidificadas em um determinado grupo de pessoas.

2.2 A importância das tradições discursivas através dos tempos

Dissertar sobre a importância das tradições discursivas é ratificar o dinamismo social a que somos expostos na atualidade, isto é, por mais evoluídos que pareçamos ser, devido aos inúmeros aparatos tecnológicos, ainda relemos palavras, revivemos costumes e tradições que aprendemos com os nossos antecedentes, através da história. Uma simples saudação de “bom dia” proveniente da oralidade, oriunda de um período remoto da nossa sociedade perdura até hoje e não há como negarmos a presença de muitas outras tradições em variados tipos de textos ou de discursos.

Ao nos depararmos com textos, verbais ou não verbais, devemos elencar alguns questionamentos sobre eles, como por exemplo: “quem (quais) foi/foram o(s) autor(es) desses textos?”, “quando tais textos foram escritos?”, “qual as contribuições destes para a sociedade?”, dentre outros, para que possamos ter um parâmetro de comparação entre o que já existia e o que está sendo dito ou escrito.

O homem evolui e com ele a sua língua, sua cultura e seus costumes. Algumas tradições permanecem outras se perdem na linha do tempo. Para ilustrar como ocorrem as tradições discursivas, analisemos dois anúncios da Emulsão Scott em dois períodos distintos, porém para um melhor entendimento faz-se necessário um breve histórico acerca desse elixir.

Segundo Bueno (2008), ninguém sabe ao certo quem foi o senhor Scott, o garoto propaganda da emulsão fortificante à base de óleo de fígado de bacalhau, rica em cálcio e

fósforo e indicada para crianças raquíticas e anêmicas, que levava o seu nome, estipula-se ter sido ele uma mescla de pescador com alquimista que conhecia os poderes curativos dos peixes.

A Emulsão Scott foi criada em 1830, por John K. Smith, em um pequeno laboratório nos Estados Unidos da América, e prometia curar males que afetavam o desenvolvimento sadio do ser humano. Começou a ser comercializada no Brasil em 1890, porém seu primeiro anúncio oficial (ilustração 2) veio a público em 1908.

O uso da Emulsão Scott possuía um ritual no passado que perdura até hoje, obedecendo à tradição por nós adquirida através dos nossos antecedentes: “a mãe colocava o líquido branco e pastoso na colher, a criança abria a boca quase que obrigada e, com uma careta, recebia o elixir de cheiro e sabor terríveis que escorria garganta abaixo” (BUENO, 2008, p.40).



Figura 5: Anúncio “Emulsão Scott” do final do século XIX e início do século XX (BUENO, 2008, p. 41).

No anúncio acima citado, observamos que o texto é direto e ratifica a ideia já incorporada pela sociedade da época de que as amargas colheradas desta emulsão são vitais para o desenvolvimento sadio do ser humano. A imagem de um homem carregando um bacalhau praticamente da sua altura é de fácil entendimento, remetendo à ideia de força, saúde.

Sem dúvida, a Emulsão Scott ainda é, na atualidade, uma das marcas mais famosas no ramo da indústria farmacêutica, além de ser um belo exemplo de uma tradição passada de mãe para filhos.

Recentemente, em 2010, a Emulsão Scott renovou, em parte, seu composto acrescentando novos sabores adoçados com essências de morango e de laranja e modificou sua forma de fazer propagandas, optando por depoimentos de artistas reconhecidos nacionalmente, os apresentadores televisivos Angélica e Luciano Huck, os quais representam uma família unida e feliz, ideal para os padrões sociais, com a intenção de fazer com que o possível consumidor deste produto adquira confiança através de testemunhos originários de pessoas dotadas de uma credibilidade pública. Apesar dessas mudanças, no anúncio seguinte, ainda notamos a presença de alguns elementos discursivos oriundos do anúncio do século passado, tais como: a figura do homem forte carregando um bacalhau (apesar de ser exposta em menor escala) e o texto verbal que utiliza uma linguagem apelativa, transportando-nos para a época dos nossos pais e das “milagrosas” colheradas que nos faziam crescer fortes e saudáveis, ratificando a confiabilidade atribuída ao produto na época até os dias atuais.



Emulsão Scott®

“Não imaginava que me sairia tão bem como mãe, a cada dia tenho me surpreendo, e isso graças à Emulsão Scott, que possui um papel fundamental na criação dos meus filhos, auxiliando no crescimento, além de mantê-los sempre bem dispostos. Há muito tempo minha família conhece os efeitos “milagrosos” da Emulsão Scott.

Ainda lembro de ouvir minha mãe dizendo:

- Tome filha, para que você se torne uma grande mulher!”

Angélica - Mãe e apresentadora

“Mãe é tudo igual, só muda de endereço mesmo! A Angélica tem o mesmo cuidado e zelo de minha mãe. Mas como pai, também compreendo que é nosso dever oferecer o melhor a nossos filhos. Eu não conhecia a Emulsão Scott antes de Joaquim e Benício chegarem, mas agora olho pra eles e entendo porque ela existe a tanto tempo, é como uma “poção mágica” para a vida saudável!”

Luciano Huck - Pai e apresentador

Figura 6: Anúncio século XXI “Emulsão Scott”. Disponível em: http://lucienepcmackenzie.blogspot.com.br/2010_08_01_archive.html. Acesso em: 05/01/2012.

Através dos exemplos, aqui mostrados, corroboramos a ideia proposta por Kabatek (2006) em reação ao caráter extensivo do conceito das tradições discursivas ao afirmar que

além de atos de fala fundamentais como a saudação, o agradecimento, a promessa, as tradições discursivas podem estar também ligadas a finalidades mais complexas exclusivas a determinadas culturas, como p. ex. todas as TD escritas, restritas às culturas com escrita e dentro delas, TD ligadas a determinadas instituições, como p. ex. os gêneros jurídicos (KABATEK, 2006, p.509).

Embora o conceito das TD tenha sido ampliado, é importante esclarecermos que as TD albergam todos os tipos de tradições de textos, não apenas as complexas, isto é, uma TD pode ser um modo de falar já convencionalizado e pode, também, ser uma forma textual em sua totalidade, assim, Kabatek (2005, *apud* Zavam, 2007, p.84) expõe que a definição das TD “não se trata de um sinônimo de ‘tipo textual’, ‘gênero’ etc., mas de um conceito mais amplo que inclui todo tipo de tradições do falar identificáveis, também subgêneros ou tradições dentro do mesmo gênero”.

Para exemplificarmos a exposição acima citada por Kabatek, utilizaremos a forma “foram felizes para sempre...”, que se configura numa TD, geralmente atrelada aos contos de fadas, porém poderá ser incorporada a outros tipos de TD, não ficando restrita sua utilização apenas nesta TD (contos de fadas).

As TD também abrangem evocações de discursos identificadores de um determinado grupo, como por exemplo, a adoção dos vocábulos “Companheiros e Companheiras” pelo ex-presidente, Luís Inácio Lula da Silva, em seus discursos políticos, os quais se tornaram tradições de falar no âmbito do discurso parlamentar.

Após essas considerações acerca das TD, é de suma importância pontuarmos que não podemos confundi-la com gênero do discurso, visto que, como atesta Kabatek (2006 p.509): “os gêneros são tradições de falar, mas nem todas as tradições de falar são gêneros”.

No que diz respeito ao nosso trabalho, o próximo item versará sobre as características sociais do gênero anúncio, nele observaremos a evolução da língua e os processos de mudança linguística nos anúncios de remédios e similares desde o século XVIII até a atualidade, levando em consideração elementos linguísticos, históricos e sociais da época em questão.

2.3 Anúncio: caracterização social do gênero

A capacidade de organizar pensamentos e exteriorizá-los através da fala, de gestos, das expressões fisionômicas, de sons e da escrita são características inerentes aos seres humanos que os tornam diferentes dos demais seres vivos, por esse motivo desde pequenos são expostos a diversos gêneros textuais e a várias situações comunicativas. É importante frisar que para o filósofo da linguagem, Bakhtin (1997), os conceitos de língua, enunciado e gêneros do discurso estão intimamente relacionados, contribuindo para o bom funcionamento da comunicação, pois

todas as esferas da atividade humana, por mais variadas que sejam, estão sempre relacionadas com a utilização da língua. Não é de surpreender que o caráter e o modo dessa utilização sejam tão variados como as próprias esferas da atividade humana (...). A utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e únicos, que emanam dos integrantes duma ou doutra esfera da atividade humana. O enunciado reflete as condições específicas e a finalidade de cada uma dessas esferas (...) cada esfera de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que chamamos de gênero do discurso (BAKHTIN, 1997, p. 290).

É importante ressaltar que, em um primeiro momento, houve o desenvolvimento de um número limitado de gêneros, visto que, antes do surgimento da escrita, os povos detinham uma cultura eminentemente oral, porém a partir do século VII a.C, com a escrita, surgem outros gêneros do discurso, os quais se expandiram com o advento da cultura impressa.

A noção de gênero aplicava-se aos textos sociais e/ou literários na época de Aristóteles, todavia no decorrer do século XX os gêneros passaram a se configurar em textos organizados, nas esferas da escrita e/ou da oralidade a partir dos postulados de Bakhtin, assim, partindo dessa premissa, observamos que qualquer texto poderá ser inserido em um determinado gênero discursivo.

Foi Bakhtin (1992 [1979]) um dos primeiros estudiosos a sistematizar uma teoria sobre os gêneros. A sua ideia dos “tipos relativamente estáveis de enunciados” foi de grande valia para outros estudiosos que a ele sucederam. Bakhtin afirmava que, se toda vez em que fôssemos nos comunicar, tivéssemos que criar ou inventar meios para agir linguisticamente, a comunicação não seria possível. Seria, então, papel da sociedade criar essas formas relativamente estáveis de textos – que se apresentam sob a forma de gêneros do discurso – para que servissem como elemento mediador nas interações linguísticas. Para ele, as pessoas se comunicam usando gêneros, desse modo

aprender a falar é aprender a estruturar enunciados [...]. Os gêneros do discurso organizam a nossa fala da mesma maneira que a organizam as formas gramaticais (sintáticas). Aprendemos a moldar nossa fala às formas de gênero, e, ao ouvir a fala do outro, sabemos de imediato, bem nas primeiras palavras, pressentir-lhe o gênero, adivinhar-lhe o volume (a extensão) aproximada do todo discursivo, a dada estrutura composicional, prever-lhe o fim, ou seja, desde o início, somos sensíveis ao todo discursivo que, em seguida, no processo da fala, evidenciará suas diferenciações (BAKHTIN, 1992, [1979]: 302).

Mesmo corroborando a definição de gênero proposta por Bakhtin (2003), é preciso explicarmos o termo “tipos relativamente estáveis de enunciados” concernente aos gêneros discursivos. Tal estabilidade relativa compõe um determinado gênero e deve ser entendida como algo passível de modificação, aprimoramento ou expansão, pois a linguagem é transformada a todo tempo por estar imersa nos âmbitos social, cultural e histórico. De acordo com Fiorin (2008), é preciso considerar a historicidade dos gêneros, afinal os gêneros são inúmeros e constituem-se em meios de apreender a realidade.

A riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana e porque em cada grupo dessa atividade é integral o repertório de gêneros do discurso, que cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e se complexifica um determinado campo. (BAKHTIN, 2003, p. 262)

Assim, observamos que é através dessa possibilidade de operação e maleabilidade atribuída aos gêneros é que podemos conceituá-lo como um fenômeno de ação social. Um gênero pode não apresentar uma determinada característica e continuar sendo classificado como aquele gênero, se, por exemplo, um indivíduo escreve uma carta e a esquece de assinar, ela não deixará de pertencer ao gênero carta, pois outros traços como a data, vocativos, dentre outros elementos, a identificarão como tal.

Para Bakhtin (1992 [1979]), a linguagem não é um sistema abstrato, ela parte de um diálogo entre o *eu* e o *outro*, entre os muitos *eus* e os muitos *outros*. A linguagem é um fato social e deve ser pensada na sua relação com as diferentes esferas de atividades humanas.

Os gêneros não definem as situações de comunicação, são as práticas de linguagem que indicam qual gênero será utilizado. Estão envolvidos nessa situação de comunicação todos os elementos constitutivos de uma atividade de produção discursiva (lugar e papel social dos interlocutores, evento comunicativo e o objetivo da interação) que vão definir a natureza e constituição do gênero. Para ele, são três os fatores indissociáveis que determinam a intenção presente na constituição do enunciado: o tratamento exaustivo do objeto de sentido (tema); o querer-dizer do locutor (o estilo) e a estrutura típica do gênero (composição).

O conteúdo temático corresponde ao assunto abordado em um determinado gênero. O tema está diretamente ligado à enunciação, pois juntos configuram-se na expressão de uma situação histórica concreta ultrapassando limites dos elementos estáveis de uma situação

histórica e alcançando formas extraverbais que integram as situações de produção, de recepção e de circulação.

Assim ao tratarmos de anúncios concernentes a medicamentos observaremos a presença de vocábulos relacionados à saúde, a enfermidades, à cura, a alívio, enfim, aos assuntos que permeiam a essência dos anúncios estudados, porém vale ressaltar que além dos aspectos linguísticos relacionados ao tema em questão, tais como palavras, sons, entoações, ainda devemos levar em consideração os aspectos não verbais relacionados à situação comunicativa, além de conhecimentos extralinguísticos e para exemplificarmos tais peculiaridades do gênero estudado, analisaremos, sucintamente, o seguinte anúncio:



Figura 7: Anúncio do medicamento “Epocler” (BUENO, 2008, p.140)

O anúncio refere-se ao medicamento “Epocler” e nele podemos observar um exemplo prático de que para um bom entendimento por parte do destinatário *mister* se faz um conhecimento prévio sobre o tema abordado (neste caso o mal-estar gerado pelo consumo excessivo de bebida alcoólica), sobre a figura do “Zeca” (o sambista Zeca Pagodinho), e sobre o rompimento de contrato do sambista com a Schincariol, marca de cerveja que o detinha como o protagonista em seus comerciais na televisão, para tornar-se garoto propaganda de sua

concorrente, a Brahma, ocasionando uma “mistura” de cervejas diferentes (Schincariol e Brahma), ratificando a ideia de que é necessário o conhecimento cultural, previamente estabelecido, aliado ao conhecimento linguístico do suposto destinatário.

O segundo fator indissociável que determina qual será a intenção presente na constituição do enunciado é o estilo, definido por Bakhtin como sendo procedimentos de formação e de acabamento do homem e de seu mundo. Contudo, é preciso ressaltar que o estilo de um texto encontra-se aberto a novos sentidos, visto que esse querer dizer de um locutor está submetido a condições sócio-históricas de possibilidade. Desse modo, ratificamos que a concepção de estilo não se limita na autenticidade do indivíduo, pois está na língua e nos seus usos historicamente situados.

A composição, terceira dimensão social presente nos gêneros do discurso, diz respeito à forma, estrutura de um texto, isto é, a uma sequência ordenada e hierarquizada de enunciados.

Bakhtin (1992 [1979], p.82) classifica os gêneros discursivos em primários e secundários. Os primeiros referem-se aos gêneros tidos como simples, tais como a conversação cotidiana e as cartas pessoais, em outras palavras “que são constituídos em circunstâncias de comunicação verbal espontânea”, já os segundos são considerados mais complexos e “aparecem em circunstâncias de uma comunicação cultural mais complexa e relativamente mais evoluída, principalmente escrita: artística, científica, sócio-política”, como, por exemplo, o teatro e o discurso científico. Desse modo, o que determinará se um gênero é primário ou secundário não será modalidade da língua utilizada, mas sim a esfera comunicativa a que ele se vincula, pois “na medida em que tais esferas se complexificam, os gêneros também tenderão a reformatar-se, pois estes entram em um processo complexo de formação, para dar conta das novas necessidades que se instauram nas esferas” (ARAÚJO, 2004, p. 93). É a partir dessa premissa que surge o processo conhecido como transmutação dos gêneros discursivos.

A transmutação dos gêneros consiste em explicar a formação dos gêneros complexos, os quais são oriundos dos gêneros primários que, ao se transmutarem de uma esfera para outra, promovem o surgimento de outros gêneros com um estilo semelhante ao domínio discursivo que o absorveu. Araújo (2003) cita o *chat*, presente na esfera de comunicação eletrônica, como uma transmutação do gênero conversa que se apresenta numa esfera espontânea de comunicação oral, já que há a presença de marcas conversacionais do diálogo face a face no *chat*, apesar de ambos circularem em diferentes suportes e acontecerem em distintas condições de produção.

Não só cada gênero está em incessante alteração; também está em contínua mudança seu repertório, pois, à medida que as esferas de atividade se desenvolvem e ficam mais complexas, gêneros desaparecem ou aparecem, gêneros diferenciam-se, gêneros ganham um novo sentido. Com o aparecimento da internet, novos gêneros surgem: o *chat*, o *blog*, o *e-mail*, etc. (FIORIN, 2008, p. 65).

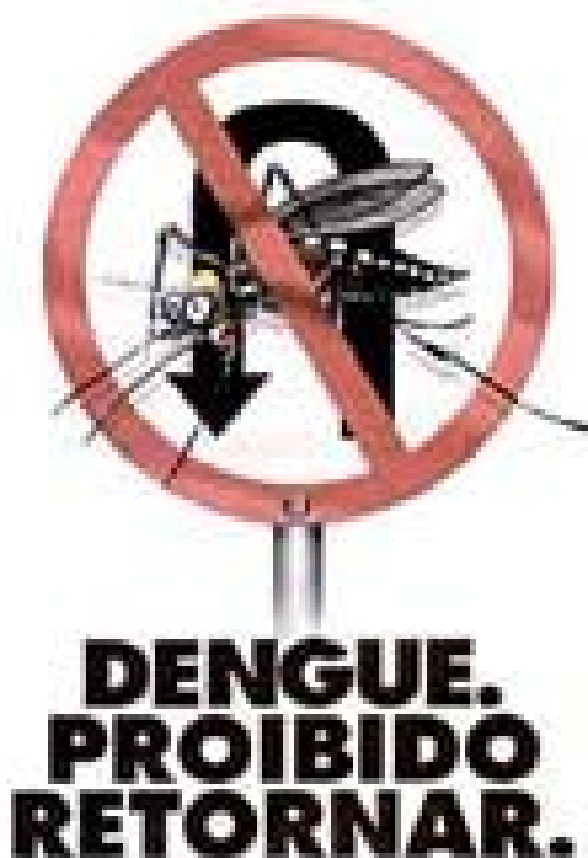


Figura 8: Anúncio referente à campanha a favor do combate ao mosquito da dengue. Disponível em: <<http://www.fafich.ufmg.br/rponline/arquivo/rponline/sitevelho/rponline9/empauta2.htm>>. Acesso em: 22.01.2012

Na ilustração acima, observamos um exemplo de transmutação de gêneros que ocorre no momento em que o anúncio publicitário incorpora a placa de sinalização de trânsito que indica a proibição de retorno de veículos à esquerda. Este informe publicitário veiculado em 2011, em Belo Horizonte com o intuito de usar uma linguagem simples e direta para combater o mosquito da dengue.

Da mesma forma que existem gêneros dotados de uma maior flexibilidade, há também gêneros mais estereotipados, assim, os aspectos sócio-comunicativos e funcionais e o suporte textual são fatores que caracterizarão qual será o tipo de gênero existente.

Um mesmo gênero pode circular em diferentes suportes. Um anúncio pode circular em jornais, revistas ou até mesmo na *internet*, uma receita pode ser publicada em um livro ou revista. Temos como exemplos de suporte: livro, televisão, jornal, revista, dicionário, etc. vale a pena ressaltar que todo gênero possui um suporte e, segundo Marchuschi (2002. p.10), devemos ter cuidado para não confundirmos as definições de gênero e suporte, para o referido autor: “os gêneros se dão materializados em linguagem e são visíveis em seus habitats”. Ele diz ainda que o suporte “é imprescindível para que o gênero circule na sociedade e deve ter alguma influência na natureza do gênero suportado” (p. 10), isso quer dizer que é por meio do suporte que o gênero atinge a sociedade.

Para Marcuschi (2003, p. 11), “suporte de um gênero é uma superfície física em formato específico que suporta, fixa e mostra um texto”. É uma superfície física por se tratar de algo real, ou virtual (Internet). Tem formato específico, porque sempre aparece em uma forma pré-determinada, seja em livro, revista, jornal, outdoor, folder etc. E, por fim, a principal função de um suporte é tornar um texto acessível para fins comunicativos, por isso o fixa e mostra.

Em nossa pesquisa, focalizamos o anúncio publicitário como gênero de texto presente na publicidade escrita oriundos de jornais do século XIX, no estado da Paraíba, por esse motivo, far-se-á necessária uma breve explanação acerca do gênero anúncio.

De maneira em geral, o gênero anúncio é definido como textos impressos concernentes às necessidades da sociedade para se divulgar produtos/serviços de compra e venda publicamente. É bem verdade que as necessidades aqui ressaltadas variam de acordo com cada época. Nas primeiras décadas do século XIX, as necessidades divulgadas em jornais eram as básicas como moradia, educação, remédios e produtos alimentícios. Com a propagação da sociedade de consumo, os anúncios iniciaram a divulgação de itens relacionados ao conforto, ao status e aos produtos ditos supérfluos.

Apesar de anúncio e notícia partilharem de características comuns, elas se diferem em aspectos como: a notícia é direcionada a alguém sobre algo que lhe interessa, enquanto o anúncio é a notícia que se dá a um público em geral e não a uma determinada pessoa.

Conforme Pessoa (2006, p. 111), o objetivo dos anúncios do século XIX de um jornal pernambucano era:

(...) veicular informações, embora, primordialmente, ocupe-se da compra/venda de produtos. Quando se anunciava a fuga de escravos, (...) por

exemplo, percebe-se o embrião da “notícia policial”, que informa sobre a fuga de detentos de presídios nos dias de hoje.

Os anúncios do século XIX muitas vezes eram apresentados como notícias ou avisos, já que inexistia uma estrutura fixa e rígida para os anúncios, visto que cabia a cada anunciante o preenchimento do espaço destinado a sua divulgação da forma que melhor lhe conviesse, tornando-o um gênero com marcas de pessoalidade, devido à presença no texto de seu “tom pessoal”.

Com o desenvolvimento da imprensa e a consolidação dos periódicos atrelados ao modelo de vida urbana e à constituição de um público leitor há uma valorização da publicidade, tornando-a mais chamativa e mais próxima ao seu possível cliente. O consumismo na época dá origem a uma nova função dos anúncios nos jornais, ou seja, o anúncio rompe fronteiras e deixa de ser meramente informativo para tornar-se um meio de persuasão, um recurso descritivo e argumentativo.

Para Freyre (1979), precursor do estudo da imprensa como fonte de pesquisa, os anúncios contribuíram bastante para as ciências humanas, servindo como fonte para o estudo e a compreensão de características pertencentes ao século XIX. Ele expõe:

Quem tiver a pachorra e folhear a coleção de um dos nossos jornais do século XIX (...) há de acabar concluindo como o diplomata português: mais do que nos livros de história e nos romances, a história do Brasil do século XIX está nos anúncios de jornais. (...) Por algum tempo, chegaram esses anúncios a ocupar 2/3 e até 1/2 da parte ineditorial dos diários. A mas liga à economia a época – a patriarcal e agrária-; a mais ligada à vida então vivida pelo brasileiro, tanto nas cidades como, principalmente, nas fazendas, os engenhos, das chácaras (...) (FREYRE, 1979, p. 58-61).

Não há como negarmos a riqueza linguística e histórica dos anúncios do século XIX, já que propagavam desde remédios, produtos comercializados na época até a fuga de escravo, demonstrando que a sociedade neste período, além de escravocrata, comprovava os sinais iniciais do capitalismo emergente.

Gilberto Freyre (1979, p.29) afirma que os anúncios de jornal são de extrema importância para reconstituir passados desfeitos ou civilizações extintas de um povo, já que detalham o cotidiano da sociedade em determinada época fornecendo detalhes preciosos aos cientistas modernos. Freyre (1979, p.7) tinha certeza que “mais do que nos livros de história e nos romances, a história do Brasil do século XIX” estava nas páginas dos jornais.

Não há dúvidas de que Freyre foi o grande responsável pela atribuição do caráter científico a esse veículo de pesquisa, pois muito mais que história e notícias, o periódico é uma ferramenta riquíssima para estudo acadêmico, já que é por intermédio de suas páginas que observamos as peculiaridades daquele momento, ressaltando características sociais, culturais e ideológicas de uma determinada sociedade em uma dada época.

Segundo Carrascoza (*apud* CARVALHO, MACHADO e BASTOS, 2006), o primeiro anúncio realizado no Brasil foi datado em 1808 e referia-se à compra de casas. Posteriormente, outros pequenos textos descritivos e informativos surgiram nas páginas dos periódicos brasileiros com assuntos diversos, tais como: comercialização de escravos, anúncios de remédios “milagrosos”, textos com nomes de pessoas inadimplentes, dentre outros; porém, na atualidade, com o desenvolvimento da imprensa, os anúncios passaram a ter uma estrutura composicional própria, bem como uma área específica nas páginas dos jornais.

Para exemplificarmos essa mudança ocorrida através do tempo, comparemos dois anúncios provenientes de jornais paraibanos de distintas épocas. A ilustração 6 expõe um anúncio do século XIX, constante no Jornal “O Mercantil”.



Figura 9: Anúncio do Jornal “O Mercantil”, 27/10/1823 (ALDRIGUE e NICOLAU, 2009, p.103)

Como exposto anteriormente, não existia um local específico para a veiculação dos anúncios nos jornais antigos, o que realmente importava era o preenchimento do espaço que lhe era cabido pelo anunciante, assim havia um excesso de informações no corpo do anúncio. No exemplo do Xarope-Zed observamos que o anúncio apresenta algumas características de uma bula de remédio, relatando algumas propriedades do produto, sua aprovação por um determinado conselho de saúde, bem como suas indicações. A linguagem utilizada compreendia tanto a verbal como a não verbal.

A imagem de uma criança dormindo tranquila passa-nos a sensação de alívio após a ingestão desse determinado composto, que ratifica essa ideia através do seu texto verbal, aqui, descrito: “[...]o seu efeito | é rápido e o somno que sobrevem após sua | administração é tranqüillo sereno e leve”.

Já o próximo anúncio provem do Jornal Correio da Paraíba, de domingo de 08 de abril de 2012, e quando comparado com anúncios do século XIX, percebemos algumas semelhanças e diferenças. Vejamos:



MUDE
SEU CORPO EM
5 SEMANAS

Avaliação Estética
com Bioimpedância
GRATUITA

49⁰⁰
12 x
R\$ 4,08
sem juros

Para os tratamentos Speed, Oligo e Carbox

EMAGRECENTRO

PLATAFORMA VIBRATÓRIA	CARBOX
EMAGRECIMENTO RÁPIDO	MANTHUS
OLIGOMODELAGEM	PEELING
LIMPEZA DE PELE	FLACIDEZ
REJUVENESCIMENTO	CELUPOWER
	PÓS PARTO

3246-1560
contato@emagrecentrojp.com.br

Figura 10: Anúncio do Jornal “Correio da Paraíba”, 08 de abril 2012.

A linguagem encontrada nesse anúncio sustenta uma argumentação com a finalidade de convencer consciente ou inconscientemente seu público-alvo. Frases curtas e concisas; imperativo; palavras-chave, carregadas de significação; além da imagem colorida de uma artista nacional, conhecida por possuir um corpo apontado como o ideal, compõem o anúncio que promete uma mudança corporal corpo em 5 semanas.

Para chamar a atenção seu público, a clínica “Emagrecentro” oferece gratuitamente uma avaliação a com bioimpedância que consiste em um método moderno e considerado pela comunidade científica como de alta precisão na avaliação da composição corporal.

Em evidência encontram-se o preço do tratamento e sua condição de pagamento, o contato telefônico e o endereço eletrônico da clínica, com o intuito de se aproximar mais do cliente e de estreitar o laço de confiança entre ambos.

Este anúncio, como dito anteriormente, foi coletado do Jornal Correio da Paraíba, de um caderno intitulado “Homem & Mulher” que faz referência, especificamente, a questões relacionadas à moda e à saúde; assim, possui uma seção específica para sua veiculação, diferentemente do que ocorria no século XIX.

Muitas vezes, a linguagem utilizada em um anúncio persuade seu público-alvo rapidamente, levando-o a crer que qualquer pessoa será capaz de conseguir algo que está sendo propagado. Tal gênero discursivo sempre esteve presente em todos os níveis de entendimento humano e a serviço de interesses revelados ou não. Ele cumpre com muita eficiência os seus objetivos propostos, é utilizado para testar ideias e produtos ou provocar ações, e tem se tornado um poderoso mecanismo de dominação da sociedade.

Não há dúvidas de que o gênero anúncio publicitário está contido em nosso cotidiano de forma natural e simples, por meio de uma linguagem simbólica carregada de força e de poder, funcionando como um estímulo motivador a fim de sensibilizar e condicionar psicologicamente os anseios dos seres humanos, isso se dá através da repetição e da exposição de imagens ou frases que interferem no comportamento individual ou coletivo de uma comunidade.

CAPÍTULO 3: ANÁLISE DO CORPUS: ESTRUTURAL E LEXICAL

Anúncio. [Do lat. *annuntiu*] S.m. 1. Notícia ou aviso pelo qual se dá qualquer coisa ao conhecimento público. 2. Previsão, prognóstico, vaticínio. 3. Sinal, vestígio, indício. 4. Propag. Mensagem que, por meio de palavras, imagens, músicas, recursos audiovisuais e/ou efeitos luminosos, pretende comunicar ao público as qualidades de um determinado produto ou serviço, assim como os benefícios que tal produto ou serviço oferece aos seus eventuais consumidores (FERREIRA, 1986, p. 135).

3.1 O corpus e suas peculiaridades

Ao pesquisarmos a coletânea de anúncios de jornais paraibanos, do século XIX, organizada por Aldrigue & Nicolau (2009), percebemos, de forma geral, recortes impressos relacionados às necessidades da população da época, tais como: desejos de compra e venda, englobando produtos e serviços variados que vão desde os básicos até àqueles que primam pelo *status* social; avisos, relatos, convites, cobranças, pedidos e informações estampados nas páginas dos jornais; arrendamento e aluguéis de casas, de sítios e até de escravos; e oferta de serviços como domésticos, médicos, odontológicos, farmacêuticos etc.

Segundo Aldrigue e Nicolau (2009), os anúncios veiculados nos jornais do século XIX apresentavam-se sob títulos de “Edital” e “Apedido” e, às vezes, com estruturas semelhantes a avisos e notícias, respondendo a questões básicas do ato comunicativo: o quê?; quem?; quando?; onde?; e como?. Vejamos o anúncio a seguir:

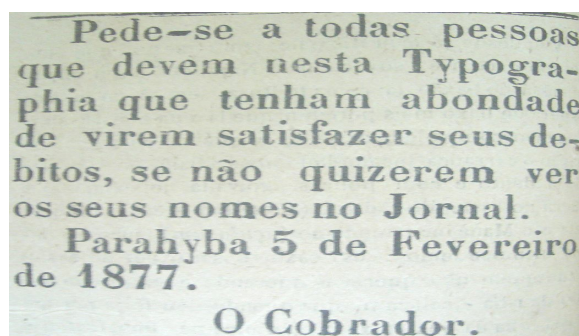


Figura 11: Anúncio do Jornal “O Publicador”, de 08/02/1877 (ALDRIGUE e NICOLAU, 2009, p.41)

Verificamos, pois, que o anúncio anterior configura-se numa forma de pedido (‘Pede-se a todas as pessoas [...]’), além de responder às seguintes indagações:

O quê...? (O que se pede?)	Pedido de comparecimento dos possíveis devedores para quitarem seus débitos com a referida tipografia
Quem...? (Quem pede?)	O cobrador
Onde...? (Onde é se pede?)	Jornal “O Publicador”, na Parahyba
Quando...? (Quando se pede?)	05 de fevereiro de 1877
Como...? (Como se pede?)	Gentilmente por meio de um anúncio (“[...] que tenham a bondade [...]”, porém nele ressalta-se uma ameaça caso o pedido não seja atendido.

Quadro 8: Análise do anúncio do Jornal “O Publicador”, de 08/02/1877.

Outro aspecto a ser ressaltado refere-se à linguagem presente nos jornais, que ora possuía características da oralidade, ora apresentava particularidades de uma linguagem culta, mais precisamente o latim culto. A sociedade, neste período, passava pelo processo de descolonização e pouco a pouco os indivíduos começavam a redigir seus primeiros impressos. Além disso, muitos dos seus redatores possuíam procedência de classes abastadas da época, influenciando seus escritos. Segundo Fonseca (2003, p.574),

há uma grande variação no domínio da modalidade escrita por parte dos autores: ao lado de pessoas que demonstram habilidade em redigir, encontram-se outras que denotam pouca experiência no manejo da escrita. Considerando-se que o uso da língua está condicionado por fatores como grau de familiaridade, de cultura e de proximidade dos interlocutores, acredita-se que determinados fenômenos lingüísticos dos textos representam influências da oralidade, motivados pela falta de competência na escrita [...]. Essa inabilidade, por sua vez, decorreria no analfabetismo, ou da pouca escolaridade, predominantes na sociedade colonial brasileira.

Nesse sentido, nosso trabalho consiste na análise de alguns dos anúncios do século XIX, nos jornais paraibanos relacionados à área médica, destacando a linguagem por eles utilizada, os aspectos formais provenientes do gênero anúncio, bem como os fatores sócio-históricos da época. Assim, para entendermos o momento histórico em que o *corpus* está inserido e procedermos nossa análise, traçaremos um breve percurso da imprensa paraibana no século XIX.

Segundo Aldrigue e Nicolau (2009), o primeiro jornal publicado na Paraíba foi o “Gazetta do Governo da Paraíba do Norte”. Fundado em 16 de fevereiro de 1826, era impresso pela “Typographia Nacional da Parahyba”. Sua circulação perdurou até 1827, quando o presidente da província e fundador do jornal, Alexandre Francisco de Seixas

Machado, entregou o governo ao seu sucessor. É de suma importância ressaltar que este periódico era oficial, de cunho político e duvidoso.

Os jornais que circulavam na Paraíba durante o período da Monarquia foram muitos e possuíam como característica principal tratar de assuntos relacionados à política, trazendo mais opiniões que notícias. Em relação aos anúncios, eram poucos e confeccionados de acordo com a linguagem e as necessidades dos anunciantes, tais como anúncios de professores para ministrarem aulas e anúncios de remédios “milagrosos” para combater epidemias e doenças que assolavam a população da província da Paraíba.

“O Publicador” foi o primeiro diário paraibano do século XIX, tendo como proprietário o senhor José Rodrigues da Costa, precursor do estabelecimento gráfico particular da capital da Paraíba, a “Tipografia do Beco da Misericórdia”.

Outros jornais surgiram no decorrer do século XIX, contudo muitos deles foram efêmeros, devido à politização da sociedade da época. Muitas pessoas não aceitavam as críticas escritas nos jornais, apontando seus candidatos ou partidos políticos. Dessa maneira, renegavam tal periódico, impossibilitando-o de ser impresso por ausência de apoio e verbas.

Em maio de 1888, surgiu a folha “Gazeta da Parahyba”, que, conforme historiadores, foi um dos jornais mais importantes do Estado. Esse periódico circulava regularmente e em seu teor observam-se notícias não só do Brasil, como também mundiais, relacionadas à política, à economia e a textos literários.

A influência da política na imprensa e na sociedade trazia instabilidade de conteúdos a serem publicados nos periódicos da época. Por isso, as manifestações jornalísticas do século XIX em muito contribuíram para a criação de fatores favoráveis ao surgimento de veículos de grande circulação nos séculos seguintes, albergando, em suas páginas diárias, assuntos diversos, voltados tanto para interesses particulares como coletivos.

A partir do século XX, com as transformações ocorridas nas esferas políticas, econômicas e sociais, a imprensa paraibana deixou de ser uma exclusividade da classe dominante, sendo amplamente veiculada, alcançando até classes menos favorecidas.

Após este breve histórico sobre a imprensa paraibana, procederemos à análise estrutural e lexical de nosso *corpus*, corroborando a presença/ausência de elementos linguísticos que caracterizavam o gênero anúncio daquela época.

3.2 Análise do *corpus*: estrutural e lexical

Abordamos, neste item, a análise do nosso *corpus* com base na Teoria da Enunciação (BAKHTIN, 1992 [1979]), sob a ótica do dialogismo e na Teoria das Tradições Discursivas (COSERIU, 1979; KABATEK, 2006) observando as transformações e as permanências ocorridas no gênero *anúncio* ao longo do tempo.

Visamos, portanto, compreender como se deu a origem e a evolução das palavras e dos termos empregados por anunciantes no principal veículo de informação do século XIX – o jornal – e como a enunciação é construída por meio do diálogo entre o anunciante, o enunciador e a cena em que se estabelece a interação. Observamos, ainda, que características textuais do gênero anúncio, mais especificamente anúncio de medicamentos, permanecem ao longo do tempo.

Como bem explicita Nicolau (2009), não é uma tarefa simples precisar as mudanças no âmbito da linguagem, mesmo que, previamente, tenhamos feito alguns recortes temporais e estabelecido determinados critérios. Retomamos, por isso, alguns conceitos de Bakhtin (1992[1979]), ao reconhecermos o conceito de enunciação como o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados. Pela natureza social da interação, ela não existe sem que haja a presença de um contexto sócio-ideológico, o qual nos faz adentrar, também, na história, destacando as tradições discursivas presente no *corpus* em questão.

Não há dúvidas de que para se constituir uma enunciação *mister* se faz a integração de dois componentes básicos: a significação – englobando os conceitos dos vocábulos dispostos nos dicionários – e o sentido (tema) – que se perfaz mediante a compreensão ativa e responsiva do que se fala, estabelecendo, assim, a interação entre o locutor e o receptor em um determinado contexto.

Para que tenhamos uma melhor visualização dos anúncios dispostos para a análise, optamos pela seguinte sequência: a) ilustração do anúncio, acompanhado de sua transcrição; b) comentários acerca dos elementos que constituem o referido gênero discursivo; c) categorização dos anúncios; d) comentários acerca do léxico presente nos anúncios; e e). dicionarização de palavras concernentes à área de saúde, sob a ótica de Cunha ([1924-1999] 2010) e Ferreira (1986).

Iniciaremos nossa análise com o anúncio veiculado no Jornal “O Publicador”, no dia 24 de setembro de 1862 (JPU 60an24-09-1862), conforme Figura 12, a seguir.

RUA DAS CONVERTIDAS N. 9.

PROMPTO ALIVIO.

Cura reumatismo, mal na garganta, pleurizia, dores de dentes, espasmo, contusões, desmaio, cambras no ventre, diarreia e desenteria, dores de colicas, de cabeça, chole-
ra-morbus, e impede a inflamação, gangrena e asthma; as-
sim como uma gota ou duas em agua com assucar faz passar
as ventosidades e dores de barriga, e se as crianças estiverem
desinquietaas as fará dormir.

PILULAS REGULADORAS

Ellas curão promptamente a constipação de barriga, af-
fecção das mulheres, dores no coração, bexigas, sarampos,
indigestão, flores brancas, fluxo de sangue, retenção, do-
res de cabeça, bixas, manalito, escrobuto, insomnia, inflam-
mação do utero, menstruação difficultosa, febre amarella,
biliosa, maligna, itericia, &c. &c. &c. Uma dose d'essas
pilulas tomada uma ou duas vezes por semana durante o
periodo da gravidez, dará força, vigor e pureza ao systema
em geral.

RESOLUTIVO.

Cura todas as infermidades escrofulosas, syphiliticas o
venereas, doenças dos olhos, sarnas, erysipella, despepecia
tumores, pustulas, inchaços, empingem, nodoas, mal ve-
nerio, tosse espasmodica, &c., &c., &c.
(Extrahido do revolucionario do systema medico do Dr.
Radway & C.^a)

Rua das Convertidas n. 9 || PROMPTO ALIVIO || Cura reumatismo, mal na garganta, pleurizia, dores de | dentes, espasmo, contusões, desmaio, cambras no ventre, | diarreia e desenteria, dores de colicas, de cabeça, chole-| ra morbus, e impede a inflamação, gangrena e asthma; as-| sim como uma gota ou duas em agua com assucar faz passar | as ventosidades de dores de barriga, e se as crianças estiverem | desinquietaas as fará dormir || PILULAS REGULADORAS || Ellas curão promptamente a constipação de barriga, af-| fecção das mulheres, dores no coração, bexigas, sarampos, | indigestão, flores brancas, fluxo de sangue, retenção, do-| res de cabeça, bixas, manalito, escrobuto, insomnia, inflam-| mação do utero, menstruação difficultosa, febre amarella, | biliosa, maligna, itericia, &c., &c., &c., Uma dose dessas | pilulas tomada uma ou duas vezes por semana durante o | periodo da gravidez, dará força, vigor e pureza ao systema | em geral. || RESOLUTIVO || Cura todas as enfermidades escrofulosas, syphiliticas e | venereas, doenças dos olhos, sarnas, erysipella, despepecia | tumores, pustulas, inchaços, empingem, nodoas, mal ve-| nerio, tosse espasmodica, &c., &c., &c. || (Extrahido do revolucionario do systema médico do Dr. | Radway &ca.). ||

Figura 12: Anúncio JPU60an24-09-1862 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 24).

O anúncio acima nos revela a propagação de três produtos: “Prompto Alivio”, “Pilulas Reguladoras” e “Resolutivo”. Percebemos que todos nomes são escritos em caixa alta e em negrito, com o intuito de chamar a atenção do leitor e possível consumidor dos produtos anunciados.

“Alívio rápido!” é o que promete o medicamento “Prompto Alivio”, o qual se apresenta sob forma de solução, devendo ser administrado pelo paciente por meio da diluição de sua substância em água. Este medicamento consiste em uma espécie botânica, cujo nome científico é *Achillea millefolium*. Pode ser conhecido, também, como “mil em rama” ou “mil folhas” e, conforme o respectivo anúncio, é utilizado para a cura das mais diferentes doenças, desde uma simples dor de dente até a cólera. Além disso, serve como calmante infantil se diluído em água com açúcar: “[...] assim como uma gota ou duas em água com açúcar faz passar | as ventosidades de dores de barriga, e se as crianças estiverem | desinquietas as fará dormir [...]”.

As “Pilulas Reguladoras” também detinham o *status* de serem milagrosas, já que eram indicadas para pacientes acometidos por enfermidades mais comuns da época, dentre elas escorbuto, febre amarela e flores brancas (vaginite). Não possuíam contra-indicações, posto que poderiam e deveriam ser ingeridas por mulheres grávidas.

O “Resolutivo”, além de prometer a cura de doenças venéreas e de outras frequentes no século XIX, como os medicamentos anteriormente citados neste anúncio, ressalta a eficácia de seu produto, pois menciona que suas propriedades medicinais foram extraídas por meio do “revolucionário sistema médico do Dr. Radway & C^a”.

É perceptível que havia uma gama de doenças que afetava os habitantes da província no século XIX, dando margem a necessidade de medicamentos. Contudo, como o poder público não custeava os tratamentos, os fabricantes de medicamentos “milagrosos” precisavam convencer a população a comprar seus produtos e, por isso, utilizavam as páginas dos jornais, prometendo curar doenças, muitas vezes, incuráveis. O anúncio em questão, por exemplo, era composto quase que, em sua totalidade, por nomenclaturas das doenças mais recorrentes, tornando a população vítima de compostos medicinais, xaropes, depurativos, pílulas, enfim, fórmulas químicas ou caseiras ineficazes.

Apesar de ser um anúncio veiculado no período em que o patriarcalismo se fazia presente na sociedade paraibana, em que poucas mulheres tinham acesso à informação, muitas das indicações descritas neste eram direcionadas às mulheres, pois faziam referência a doenças do trato do aparelho reprodutor feminino:

“[...]PILULAS REGULADORAS || Elas curão promptamente a constipação de barriga, af-| fecção das mulheres [...]; [...]inflam-| mação do utero, menstruação difficultosa [...]; [...]Uma dose dessas | pilulas tomada uma ou duas vezes por semana durante o | periodo da gravidez, dará força, vigor e pureza ao systema [...] (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 24).

No que tange às categorias de análise propostas no Quadro 6, do terceiro capítulo, verificamos que o item que se encontra mais detalhado no anúncio é o referente às indicações medicamentosas, segundo quadro a seguir:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	[...] RESOLUTIVO [...] (Extrahido do revolucionario do systema médico do Dr. Radway &ca.).
Indicações	[...] Cura rheumatismo, mal na garganta, pleurizia, dores de dentes, espasmo, contusões, desmaio, cambras no ventre, diarrhea e desenteria, dores de colicas, de cabeça, chole- ra morbus, e impede a inflammação, gangrena e asthma; as- sim como uma gota ou duas em agua com assucar faz passar as ventosidades de dores de barriga, e se as crianças estiverem desinquietas as fará dormir PILULAS REGULADORAS Ellas curão promptamente a constipação de barriga, af- fecção das mulheres, dores no coração, bexigas, sarampos, indigestão, flores brancas, fluxo de sangue, rettenção, do- res de cabeça, bixas, manalito, escobruito, insomnia, inflam- mação do utero, menstruação difficultosa, febre amarella, biliosa, maligna, uterica, &c., &c., &c., Uma dose dessas pilulas tomada uma ou duas vezes por semana durante o periodo da gravidez, dará força, vigor e pureza ao systema em geral. RESOLUTIVO Cura todas as enfermidades escrofulosas, syphyliticas e venereas, doenças dos olhos, sarnas, erysipella, despepecia tumores, pustulas, inchaços, empingem, nodoas, mal ve- nerio, tosse espasmodica, &c., &c., &c.
Posologia e modo de usar	[...]as- sim como uma gota ou duas em agua com assucar faz passar [...] [...]Uma dose dessas pilulas tomada uma ou duas vezes por semana durante o periodo da gravidez, [...]
Composição do produto e/ou apresentação	[...] PILULAS REGULADORAS [...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	Rua das Convertidas n. 9 [...]

Quadro 9 : Categorias de análise do anúncio JPU60an24-09-1862.

A presença recorrente do verbo “curar” funciona como uma estratégia de persuasão, fazendo com que o leitor associe tais medicamentos à cura das enfermidades descritas no anúncio: ([...] PROMPTO ALIVIO || Cura rheumatismo, mal na garganta [...]; [...] PILULAS

REGULADORAS || Ellas curão promptamente a constipação de barriga [...] e [...]
RESOLUTIVO || Cura todas as enfermidades [...]).

Na etapa de dicionarização, buscamos as definições de algumas palavras ou expressões e verificamos que as nomenclaturas atribuídas aos três medicamentos pelos seus fabricantes induzem os leitores a adquiri-los, pois já há uma previsão das suas possíveis aplicações, ou seja, o “Prompto Alivio” cura, alivia, as mais variadas dores, além de funcionar como um calmante; as “Pílulas Reguladoras” regulam o funcionamento dos diversos sistemas corporais, exterminando doenças que os afetam; e o “Resolutivo” soluciona, através da cura, uma série de enfermidades que afetam diferentes partes do corpo.

No que se refere ao léxico presente no corpo do anúncio, fizemos as seguintes observações:

1. A ocorrência de alguns termos técnicos que se referem a doenças, como “pleurizia”, “escrofulosas”, “syphiliticas”, “despepecia”, dentre outros que eram comumente utilizados em anúncios de jornais, fazendo parte do linguajar da sociedade do século XIX;
2. A presença de expressões não mais utilizadas na atualidade, por exemplo: “ventosidades de dores de barriga” (flatulência) e “desinquieta” (inquieto);
3. A inexistência das definições de alguns vocábulos: “bixas” e “manalito”;
4. A popularização e a mudança no campo semântico de algumas expressões: a) “flores brancas” que se refere à vaginite, uma inflamação dos tecidos da vagina causada por microrganismos, a qual, na atualidade, é conhecida, popularmente, como “corrimento vaginal”; b) “mal venéreo” que remete à sífilis, doença sexualmente transmissível; e c) “nodoas”, reportando-se a doenças cutâneas.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Pleurizia Pleurisia : pleurisIA 1873. Do fr. ant. <i>pleurisie</i> , hoje <i>pleurésie</i> , deriv. Do lat. med. <i>pleurisia</i> (p. 504).	Pleurizia Pleurisia [Do fr. ant. <i>pleurise</i> .] S. f. Patol. Inflamação pleural; pleurite, pleuris. (p. 1347).	[...] Cura reumatismo, mal na garganta, pleurizia [...]

Ventositades Ventositade: ventos. IDADE 1438. Do lat. <i>ventositas</i> – <i>átis</i> (p. 672).	Ventositades Ventositades [Pl. de ventositade] S.f. 1. Flatulência. 2. Saída de gases mais ou menos estrepitosa (p. 1763).	[...] as- sim como uma gota ou duas em água com assucar faz passar as ventositades de dores de barriga [...]
Desinquieta Desinquieta: DES.IN. quieto 1813 (p. 538).	Desinquieta Desinquieta. [De des-(q.v.) + <i>inquieta</i>.] Adj. 1. Inquieto agitado, desassossegado. 2. Fam. Traquinas, travesso, turbulento: menino desinquieta (p. 566).	[...] e se as crianças estiverem desinquieta as fará dormir [...]
Pílulas reguladoras Pílula sf. ‘medicamento preparado em forma de bolinha ou confeito, destinado a ser engolido’ XVI, pirola XV, <i>pillora</i> XIV Do lat. <i>pílula-ae</i> (p. 496). Reguladoras Regulador: Do lat. <i>regulare</i> XVIII. Adj. ‘que é ou age conforme as regas’(p. 554).	Pílulas reguladoras Pílula [Do lat. <i>pílula</i>, ‘bolinha’] S. f. 1. Forma farmacêutica sólida, para uso por via oral. 2. Fig. Coisa desagradável. 3. Pop. Logro, burla, mentira. (p.1329). Reguladoras (Adj.) 1. que regula. 2. Peça que se adapta a uma máquina para tornar-lhe uniforme o movimento: regulador de voltagem. (p. 1476)	[...]PILULAS REGULADORAS Ellas curão promptamente a constipação de barriga [...]
Flores brancas Flor . sf. ‘‘orgão de reprodução das plantas fanerogâmicas’ XIII, flo XIII Do lat. <i>flo</i> – <i>oris</i> (p. 296). Branças Branco adj. ‘da cor da neve, do leite etc’. XIII. Do germ. <i>blank</i> branca sf. Antiga moeda’1813 (p. 100).	Flores brancas Flores brancas [De fluores brancos.]. S.f. pl. Pop. Leucorréia (p.790).	[...] curão promptamente a constipação de barriga, af- fecção das mulheres, dores no coração, bexigas, sarampos, indigestão, flores brancas [...]
Bixas Vocábulo não encontrado	Bixas Vocábulo não encontrado.	[...]Ellas curão promptamente a constipação de barriga, af- fecção das mulheres, dores no

		coração, bexigas, sarampos, indigestão, flores brancas, fluxo de sangue, retenção, do- res de cabeça, bixas, manalito [...]
Manalito Vocábulo não encontrado	Manalito Vocábulo não encontrado	[...]Ellas curão promptamente a constipação de barriga, af- fecção das mulheres, dores no coração, bexigas, sarampos, indigestão, flores brancas, fluxo de sangue, retenção, do- res de cabeça, bixas, manalito [...]
Resolutivo Resolutivo 1813. Do lat. med. <i>resolutivus</i> (p. 559).	Resolutivo Resolutivo [Do lat. resolutu, part. Pass. De resolvere, ‘resolver’+ -ivo.] Adj. 1. Que resolve, resolvent. 2. Que cura uma inflama’ção sem dor nem supuração. 3. Medicamento resolutivo (p.1494).	[...] RESOLUTIVO Cura todas as enfermidades [...]
Escrofulosas Escrófula sf. ‘(Patol.) designação imprecisa de estado constitucional, que se observa nos jovens, caracterizado por falta de resistência’ 1813. Do lat. <i>scrofulae –arum</i> (p. 260).	Escrofulosas Escrófula [Do lat. <i>scrofula</i>] S. f. Patol. 1. Desus. Designação imprecisa de estado constitucional que se observa nos jovens, caracterizado por falta de resistência, predisposição à tuberculose, eczema, catarros respiratórios etc.; estruma. 2. Tuberculose ganglionar linfática e, eventualmente, óssea e articular, com supuração e fistulização, estando as estruturas lesadas sujeitas à caseificação. Ocorre, sobretudo em crianças e jovens (p.691). Escrofulosas Adj. 1. Relativo a, ou da natureza da escrófula. 2. Que sofre de escrófulas (p.692).	[...] Cura todas as enfermidades escrofulosas, syphyliticas e venéreas [...]

Syphyliticas Sifilítico 1844. Do fr. syphilitique (p. 594).	Syphyliticas Sifilítico [De sifili +t+iço] Adj. 1. Respeitante à, ou próprio da sífilis. 2. Que é doente de sífilis (p. 1583).	[...] Cura todas as enfermidades escrofulosas, syphyliticas e venéreas [...]
Despepecia Dispepsia 1813. Do fr. <i>dyspepsie</i>, deriv. Do gr. <i>dyspepsía</i> (p. 487).	Despepecia Dispepsia [Do gr. <i>dyspepsía</i>, pelo lat. <i>dyspepsia</i>.] S.f. Méd. Dificuldade de digerir (p.598).	[...] Cura todas as enfermidades escrofulosas, syphyliticas e venereas, doenças dos olhos, sarnas, erysipella, despepecia [...]
Nodoas Nódoa sf. ‘pequena marca, mancha’ XVI, noda XV Do lat. <i>notula</i> (p. 451).	Nodoas Nódoa [Do lat. <i>notula</i>, ‘pequeno sinal’] S.f. 1. Sinal de um corpo ou substância suja; mancha. 2. Fig. Mácula, deslustre, desdouro, estigma. 3. Fig. Igonímia, opróbrio, afronta (p. 1196).	[...] Cura todas as enfermidades escrofulosas, syphyliticas e venereas, doenças dos olhos, sarnas, erysipella, despepecia tumores, pustulas, inchaços, empingem, nodoas, mal ve- nerio [...]
Mal venerio Mal adv. ‘de modo irregular ou diferente do que devia ser’ XIII. Do lat. <i>male</i> <i>mal</i>² sm. ‘aquilo que prejudica ou fere’ ‘aquilo que se opõe ao bem, à virtude, à probidade’ (p. 402). Venerio adj. ‘orig. referente a Vênus, deusa da formosura’ ‘ext. relativo à aproximação sexual’ XV. Do lat. <i>venerus</i> (p. 671).	Mal venerio Mal [Do lat. <i>malu</i>.] S.m. 1. Aquilo que é nocivo, prejudicial, mau; aquilo que prejudica ou fere. 2. Aquilo que se opõe ao bem, à virtude, à probidade, à honra. 3. Estado móbido, moléstia, enfermidade, doença. 4. Epidemia, calamidade. 5. Angústia, tormento, mágoa, sofrimento, aflição. 6. Desgraça, infelicidade, infortúnio. 7. Dano estrago, prejuízo. 8. Opinião desfavorável ou caluniosa (p. 1067). Venéreo [Do lat. <i>venereu</i>.] Adj. 1. Referente a Vênus, deusa da formosura. 2. Relativo à aproximação sexual; sensual, erótico • S.m. 3. Pop. Sífilis (p. 1762).	[...] Cura todas as enfermidades escrofulosas, syphyliticas e venereas, doenças dos olhos, sarnas, erysipella, despepecia tumores, pustulas, inchaços, empingem, nodoas, mal ve- nerio [...]

Quadro 10: Dicionarização e exemplificação do anúncio JPU60an24-09-1862.

Passamos, agora, analisar o segundo anúncio selecionado, o qual trata de um dos produtos mais propagados nos jornais do século XIX, a “Água Florida de Murray & Laman”, criado em 1834 por Robert I. Murray e David Trumbull Lanman.



AGUA FLORIDA|| DE|| Murray & Laman|| Chamada geralmente| *perfume inextinguível*| é universalmente usada| para perfumar o lenço, o mesmo que no| toucador das senhoras de distincção e no| banho. Considera-se como - um perfume| sem rival no mundo - , no quarto do doen| te purifica o ar, e é de uma rara efficacia| em todos os casos do esvaecimentos, fadiga,| excitação nervosa, vertigens, etc., etc. Ex| perimentai o mais delicioso de todos os per-| fumes.||

Figura 13: Anúncio JJP70an26-08-1874 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 72).

O produto anunciado era uma versão americana da Água de Colônia (*Eau de Cologne*) e era utilizado não só como cosmético, mas, também, para fins terapêuticos, sendo indicado para as necessidades ou acontecimentos do cotidiano relacionados à higiene e à saúde, tais como mordidas de mosquito, tonificação músculos e nervos e promoção do bem-estar do indivíduo que a utilizasse. A Água Florida também possuía propriedades medicinais, pois purificava o ar do doente e agia com eficácia em casos de desmaios, fadiga, excitação nervosa e vertigens.

A categoria de análise que mais se destaca neste anúncio é a das indicações, conforme o quadro a seguir:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	AGUA FLORIDA DE Murray & Laman [...]
Indicações	[...] é universalmente usada para perfumar o lenço, o mesmo que no toucador das senhoras de distincção e no banho[...] [...] no quarto do doen te purifica o ar, e é de uma rara efficacia em todos os casos do esvaecimentos, fadiga, excitação nervosa, vertigens, etc., etc.[...]
Posologia e modo de usar	Não apresenta

Composição do produto e apresentação	[...]Considera-se como - um perfume[...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	Não especifica

Quadro 11: Categorias de análise do anúncio JJP70an26-08-1874

É importante destacarmos algumas das qualidades atribuídas ao perfume, expostas no jornal através de adjetivos, qualificando-o como um produto de eficácia duradoura – “[...] *perfume inextinguível* [...]” – e delicioso – “[...] o mais delicioso de todos os per-| fumes”, comprovando, assim, superioridade da Água Florida de Murray & Laman perante produtos afins.

Outra particularidade deste anúncio diz respeito ao provável apelo ao usuário deste perfume. Percebemos o uso de uma linguagem mais rebuscada, provavelmente para atingir a seu público alvo: alguém de classe (“[...] senhoras de distinção [...]”). Corroborando o rebuscamento linguístico, vemos a presença de um acessório bastante usado pelos senhores e senhoras das classes mais abastadas, o lenço, que deveria estar sempre perfumado.

Há destaques em negrito, contemplando o nome do perfume. Já em itálico, observamos a grafia de seu suposto codinome: “[...] Chamada geralmente| perfume inextinguível [...]”). Além do mais, o anúncio classifica o produto como o melhor, sem rival no mundo, o mais delicioso de todos os perfumes.

No tocante à dicionarização de alguns vocábulos, ressaltamos os seguintes aspectos:

1. O produto “Água Florida” encontra-se dicionarizado por Ferreira (1986) apenas como perfume e não como um produto com ações terapêuticas como cita o respectivo anúncio;
2. Não há a utilização da lexia “toucador” em nossos dias, provavelmente houve a substituição desta pelos termos “penteadeira” ou “cômoda”;
3. O vocábulo “esvaecimento” ainda é utilizado na atualidade, mas em raras situações, sendo este substituído, na maioria das vezes, por “desmaio”.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio

Água Florida Água sf ‘líquido incolor, inodoro e insípido, essencial à vida’ XIII <i>agoa</i>, XIII, <i>auga</i> XIII, <i>augua</i> XIII etc. Do lat. <i>aqua</i> (p. 19). Florida: vocábulo não encontrado.	Água Florida Água-florida. S. f. Bras. Espécie de perfume: “tinha o rosto coberto por um lenço de labirinto encharcado de água-florida” (Aluísio Azevedo, O Mulato, p. 194) (p. 67).	AGUA FLORIDA DE Murray & Laman [...]
Toucador Toucador 1813►touca sf. ‘peça do vestuário usada na cabeça por mulheres e rianças’. De origem desconhecida (p. 642).	Toucador Toucador [De tocar = d – (d)or.] Adj. 1. Que touca. S.m. 2. Aquele que touca. 3. espécie de cômoda encimada por um espelho e que serve a quem se touca ou penteia. 4. Quarto ou gabinete em que, antigamente, ficava o toucador, e onde as mulheres se penteavam, pintavam etc. (p.1694).	[...]é universalmente usada para perfumar o lenço, o mesmo que no toucador das senhoras de distincção e no banho [...]
Esvaecimentos Esvaecimentos ► vão ► esvaecer vb. ‘apagar, defazer’ XIII (p. 668)	Esvaecimentos Esvaecimentos [De esvaecer + i+ -mento]. S. m. 1. Desvanecimento, enfatuamento. 2. Enfraquecimento, desânimo, desalento. 3. Desmaio, desfalecimento, delírio. (p. 732).	[...] é de uma rara efficacia em todos os casos do esvaecimentos, fadiga, excitação nervosa, vertigens, etc., etc. [...]

Quadro 12: Dicionarização e exemplificação do anúncio JJP70an26-08-1874.

O terceiro anúncio analisado traz a propaganda da salsaparrilha, que consiste em uma erva e atua como um depurativo do organismo de quem a ingere. Era bastante propagada e utilizada por pessoas que possuíam as mais diversas doenças, conforme indicações prescritas no anúncio abaixo.



A|| SALSAPARRILHA|| DE||
 BRISTOL|| O Grande
 Purificador do Sangue||
 Garantida como o remedio
 infallivel con-| tra a escrophula
 em todas suas formas, cha-| gas
 perniciosas e inveteradas,
 syphilis, tu-| mores, erupções
 cutaneas, rheumatismo| chronico,
 debilidade geral do systema e to-|
 das as molestias que tem a sua
 origem na| impureza do sangue e
 dos humores.||

Figura 14: Anúncio JJP70an26-08-1875 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 72).

Fabricada pelo Dr.C.C. Bristol, de Búfalo, da América do Norte, a salsaparrilha era bem divulgada nos jornais paraibanos do século XIX, seu poder curativo era amplo, já que englobava doenças que afetavam todos os sistemas do corpo humano que tivesse “a sua origem na impureza do sangue e dos humores”.

No quadro a seguir, observamos, mais uma vez, uma característica marcante dos anúncios de medicamentos veiculados nos jornais paraibanos daquela época: a persuasão. Como estratégia persuasiva, são apresentadas as diferentes aplicações do produto exposto como “infallível”: desde a cura da escrófula, inflamação que afeta o gânglio linfático, associada à tuberculose, que era uma doença muito comum do período, até a debilidade geral do sistema.

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	A SALSAPARRILHA DE BRISTOL [...]
Indicações	[...] Garantida como o remedio infallivel con- tra a escrophula em todas suas formas, cha- gas perniciosas e inveteradas, syphilis, tu- mores, erupções cutaneas, rheumatismo chronico, debilidade geral do systema e to- das as molestias que tem a sua origem na impureza do sangue e dos humores [...]
Posologia e modo de usar	Não apresenta

Composição do produto e apresentação	Não apresenta
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	Não especifica

Quadro 13: Categorias de análise do anúncio JJP70an26-08-1875.

Algumas particularidades encontradas no anúncio da Salsaparrilha de Bristol relacionadas ao léxico devem ser destacadas, a seguir:

1. Existência do vocábulo “escrophula”, muito utilizado nos anúncios de medicamentos do século XIX, consistindo em um termo técnico que se encontra em desuso na atualidade, relacionado a doenças imprecisas que acometem os jovens, caracterizado pela falta de resistência;

2. No século XIX, era bastante comum a utilização de compostos homeopáticos, muitos deles utilizavam, como o nome fantasia do remédio, seu princípio ativo atrelado ao nome de seu fabricante, por exemplo: Salsaparrilha de Bristol. É interessante ressaltarmos que, em nossos dias, a lexia “salsaparrilha” não é mais utilizada, tampouco comercializada;

3. A expressão “chagas perniciosas e inveteradas” consistia na popularização do vocábulo “malária”, doença que acometia muitas pessoas na época, causando febre alta, sudorese, calafrios, palidez, cansaço, falta de apetite e dores em diversas regiões do corpo;

4. A palavra “humores” contemplando o sentido de substância orgânica líquida ou semilíquida encontra-se em desuso no atual século XXI.

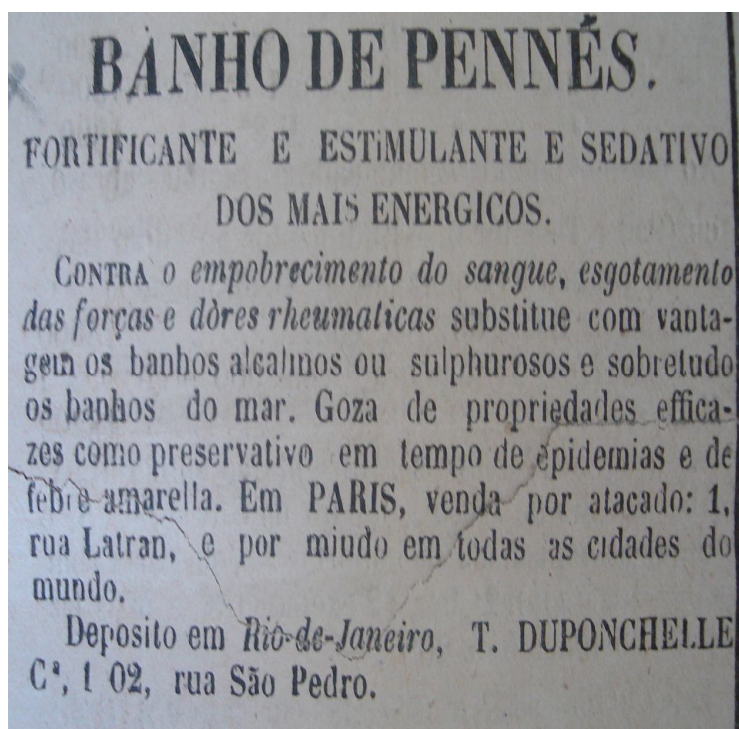
DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Salsaparrilha Salsaparrilha <i>sf.</i> ‘designação comum a cipós da fam. das liliáceas, de cuja raiz o povo extrai uma droga considerada como eficiente depurativo’ XVI. Do cast. <i>zarzaparrilla</i> , com provável influência de	Salsaparrilha Salsaparrilha [Do esp. <i>zarzaparrilla</i>]. <i>S.f.</i> Designação a cipós do gênero <i>Smilax</i> , da família das liláceas, de cuja raiz o povo extrai uma droga considerada como eficiente depurativo (p. 1541).	A SALSAPARRILHA DE BRISTOL [..]

salsa (p.578).		
Escrophula Escrófula sf. ‘(Patol.) designação imprecisa de estado constitucional, que se observa nos jovens, caracterizado por falta de resistência’ 1813. Do lat. <i>scrofulae –arum</i> (p. 260).	Escrophula Escrófula [Do lat. <i>scrofula</i>] S. f. Patol. 1. Desus. Designação imprecisa de estado constitucional que se observa nos jovens, caracterizado por falta de resistência, predisposição à tuberculose, eczema, catarros respiratórios etc.; estruma. 2. Tuberculose ganglionar linfática e, eventualmente, óssea e articular, com supuração e fistulização, estando as estruturas lesadas sujeitas à caseificação. Ocorre, sobretudo em crianças e jovens (p.691).	[...] O Grande Purificador do Sangue Garantida como o remédio infalível con- tra a escrophula em todas suas formas [...]
Chagas Chaga sf. ‘ferida, lesão’XIII. Do lat. <i>plaga</i> (p. 144).	Chagas Chaga [Do lat. <i>plaga</i>] S.f. 1. Ferida aberta, úlcera. 2. A cicatriz deixada por essa ferida. 3. Incisão na casca das árvores. 4. Fig. Coisa que penaliza. 5. Aquilo que produz males ou prejuízos. 6. Desgraça, infortúnio (p. 388).	[...] Garantida como o remédio infalível con- tra a escrophula em todas suas formas, cha- gas perniciosas e inveteradas [...]
Perniciosas Pernicioso XVI. Do lat. <i>perniciosus –a –um</i> (p. 491).	Perniciosas Perniciosas [Fem. Substantivado de pernicioso.] S.f.V. malária (p.1314).	[...] Garantida como o remédio infalível con- tra a escrophula em todas suas formas, cha- gas perniciosas e inveteradas [...]
Inveteradas Inveterada ► inveterar vb. ‘tornar-se velho’ ‘introduzir, entranhar, firmar a força do tempo, habituar, arraigar’XVII. Do lat. <i>inveterare</i> , de <i>vetus –eris</i> ‘velho, antigo’(p.364).	Inveteradas Inveterada [Do lat. <i>inveteratu</i> .] Adj. 1. Muito antigo; de velha data. 2. Radicado profundamente; entranhado, arraigado (p. 965)	[...] Garantida como o remédio infalível con- tra a escrophula em todas suas formas, cha- gas perniciosas e inveteradas [...]
Humores Humor sm. ‘líquido contido num corpo organizado,	Humores Humor [Do lat. <i>humore</i> , ‘líquido’]. S.m. 1. Fisiol.	[...] molestias que tem a sua origem na impureza do sangue e dos humores

umidade’ XIV, umor XIII], ‘(Med.) cada um dos quatro principais fluidos do corpo que se julgavam determinantes das condições físicas e mentais do indivíduo’ ‘ext. disposição do espírito’XV; ‘boa disposição do espírito, veia cômica, ironia’1899. Do lat. <i>humor</i> – <i>oris</i>. A última acepção provém do ing. <i>humour</i> (p. 343).	Substância orgânica líquida ou semilíquida. 2. Anat. Designação comum a certas matérias líquidas existentes no organismo. 3. Umidade. 4. Disposição de espírito. 5. Veia cômica; graça, espírito. 6. Capacidade de perceber, apreciar ou expressar o que é cômico ou divertido (p. 909).	
--	---	--

Quadro 14: Dicionarização e exemplificação do anúncio JJP70an26-08-1875.

O quarto anúncio que analisamos refere-se a um produto de origem estrangeira, que promete um banho de sais revigorante.



BANHO DE PENNÉS. ||
FORTIFICANTE E
ESTIMULANTE E SEDATIVO |
DOS MAIS ENERGICOS. ||
CONTRA o empobrecimento do
sangue, esgotamento | das forças e
dores rheumaticas substitue com
vanta-| gem os banhos alcalinos ou
sulphurosos e sobretudo | os
banhos de mar. Goza de
propriedades effica-| zes como
preservativo em tempo de
epidemias e de | febre amarella.
Em PARIS, venda por atacado: 1, |
rua Latran, e por miudo em todas
as cidades do | mundo. || Deposito
em Rio-de-Janeiro, T.
DUPONCHELLE | Cª, 1 02, rua
São Pedro. ||

Figura 15: Anúncio JPU70an09-11-1875 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 37).

O anunciante ressalta, ainda, os lugares em que o produto é comercializado, inclusive destacando sua venda em Paris, com o intuito de atribuir uma distinção ao mesmo.

As diversas indicações do produto também englobam uma série de doenças provenientes do sangue e até mesmo de epidemias como, por exemplo, a febre amarela.

Apesar do anúncio não apresentar em seu corpo a composição do produto e sua apresentação, percebemos, nas entrelinhas do texto, que se trata de um tipo de sais, visto que é utilizado por intermédio de banhos que substituem “com vantagem os banhos alcalinos ou sulphurosos e sobretudo | os banhos de mar”.

Uma peculiaridade utilizada por este anúncio consiste na existência de um título, grafado em negrito (“BANHO DE PENNÉS”), e um subtítulo, escrito em caixa alta, que explica do que se trata tal produto: “[...]FORTIFICANTE E ESTIMULANTE E SEDATIVO | DOS MAIS ENERGICOS [...]”. É interessante ressaltar que o início do primeiro parágrafo do texto é escrito com letras maiúsculas (“[...] CONTRA o empobrecimento do sangue [...]”) nos remetendo a ideia de uma sequência textual, favorecendo a não interrupção da leitura.

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	BANHO DE PENNÉS [...]
Indicações	[...] FORTIFICANTE E ESTIMULANTE E SEDATIVO DOS MAIS ENERGICOS. CONTRA o empobrecimento do sangue, esgotamento das forças e dõres rheumaticas substitue com vanta- gem os banhos alcalinos ou sulphurosos e sobretudo os banhos de mar. Goza de propriedades effica- zes como preservativo em tempo de epidemias e de febre amarella [...]
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição do produto e apresentação	Não apresenta
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...] Em PARIS, venda por atacado: 1, rua Latran, e por miudo em todas as cidades do mundo. Deposito em Rio-de-Janeiro, T. DUPONCHELLE C ^a , 1 02, rua São Pedro.

Quadro 15: Categorias de análise do anúncio JPU70an09-11-1875.

O hábito de tomar banho remonta à antiguidade e tinha como precussores os egípcios que acreditavam que, ao se banhar, estariam purificando seus espíritos. Posteriormente, o banho foi redimido com um meio de cuidar da saúde e muitas doenças só eram tratadas e curadas por meio de banhos terapêuticos. Desse modo, há, nesse anúncio, a descrição das propriedades terapêuticas referentes ao banho de Pennés, que funcionava como fortificante, estimulante e sedativo, substituindo vantajosamente os banhos alcalinos e sulfurosos.

É interessante ressaltarmos que a acepção da palavra “banho”, significando “banho medicinal” ainda é vigente em nosso século, ratificando o emprego dessa lexia com o mesmo sentido de que era usada no século XIX.

A presença de alguns elementos químicos no corpo do anúncio (“alcalinos” e “sulfurosos”) contribui para o enaltecimento do referido produto, o banho de Pennés, visto que o mesmo é considerado mais eficaz do que banhos de mar e dos que continham tais reagentes químicos.

Outra peculiaridade concernente ao léxico constante no anúncio reside na utilização do termo “por miudo”, que é atribuído à venda, e que não mais utilizamos. Tal expressão foi substituída pela forma “venda a varejo”, consistindo na venda de produtos em pequenas quantidades.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Banho Banho ► banhar vb ‘imersir total ou parcialmente o corpo em líquido, especialmente água, para fins higiênicos, terapêuticos ou lúdicos’XIII. Do lat. <i>balneare</i> (p. 79).	Banho Banho [Do gr. <i>balneion</i> , pelo lat. <i>balneu</i> e pelo lat. vulg. <i>baneu</i>]. S.m. 1. Imersão total ou parcial do corpo em líquido, especialmente água, para fins higiênicos, terapêuticos ou lúdicos. 2. O líquido destinado ao banho. 3. Exposição a raios solares, luminosos. 4. Exposição a gases vapores. 5. Líquido onde se mergulham substâncias para tingir (p. 229)	BANHO DE PENNÉS [...]
Alcalinos Alcalino ► álcali sm ‘(Quím.) qualquer hidróxido, ou óxido, dos metais alcalinos’XVII. Do ar. vulgar <i>qali</i> (p. 22).	Alcalinos Alcalino Adj. Quím. 1. Referente a, ou próprio de um álcali. 2. Referente a, ou próprio de uma base forte em solução aquosa (p. 77).	[...] substitue com vanta- gem os banhos alcalinos ou sulphurosos e sobretudo os banhos de mar [...]
Sulphurosos Sulfuroso ► sulf(o) . Do lat. <i>sulphur –uris</i> ‘enxofre’,	Sulphurosos Sulfuroso [Do lat. <i>sulfurosu</i>]. Adj. 1. ácido, gás (p. 1627).	[...] substitue com vanta- gem os banhos alcalinos ou sulphurosos e sobretudo os

que se documenta em alguns compostos formados no próprio latim (como sulfúreo) e em muitos outros introduzidos, a partir do séc. XIX, na linguagem científica internacional ♦ sulfuroso 1844. Adapt. Do fr. <i>sulfureux</i> , deriv. Do lat. <i>sulfurosus</i> (p. 612).		banhos de mar [...]
Miúdo Vocábulo não encontrado.	Miúdo Miúdo [Do lat. <i>minutu</i> , ‘diminuído’.] Adj. 1. Muito pequeno; pequenino, diminuto. 2. Amiudado, freqüente. 3. Escrupuloso, minucioso, cuidadoso (p. 1143).	[...] Em PARIS, venda por atacado: 1, rua Latran, e por miúdo em todas as cidades do mundo. Deposito em Rio-de-Janeiro, T. DUPONCHELLE C ^a , 1 02, rua São Pedro.

Quadro 16: Dicionarização e exemplificação do anúncio JPU70an09-11-1875.

A Figura 16 traz o anúncio do “Vinho e Xarope Ferruginoso de Jurubeba”, um tônico com propriedades terapêuticas e medicinais.



Tonico por Excellencia || VINHO e XAROPE || Ferruginoso || DE || JURUBEBA || DE || BARTHOLOMEO & C^a || Pharm. Pernambuco. || Aprovado pela | ACADEMIA de MEDICINA || Curao as Anemias, Flores brancas, | Falta de Menstruação, Gonorréias, Desarranjos do Estomago, | Falta de Sangue, é o melhor | Tonico reparador das Forças. || EXIGIR || a assignatura || Bartholomeo & C^a

Figura 16: Anúncio JPU80an24-03-1882 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 50).

Ao lermos o anúncio, observamos, mais uma vez, que a estratégia de persuasão mais forte utilizada pelo anunciante é a que se refere às aplicações do produto, bem como à remissão à autoridade médica, neste caso, o Sr. Bartholomeo & C^a, e à aprovação da Academia de Medicina, como demonstra o quadro seguinte:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	[...] VINHO e XAROPE Ferruginoso DE JURUBEBA DE BARTHOLOMEO & C ^a Pharm. Pernambuco. Aprovado pela ACADEMIA de MEDICINA [...]
Indicações	[...] Curao as Aneminas, Flores brancas, Falta de Menstruação, Gonor- rhéas, Desarranjos do Estomago, Falta de Sangue, é o melhor Tónico reparador das Forças [...]
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição do produto e apresentação	[...] VINHO e XAROPE[...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...] Pharm. Pernambuco [...]

Quadro 17: Categorias de análise do anúncio JPU80an24-03-1882.

Há de se ressaltar, ainda, que o anúncio é desenvolvido sob forma de papiro, podendo ser uma alusão ao papiro de Ebers, um dos tratados médicos mais antigos e importantes que se conhece.

No século XIX, eram recorrentes às enfermidades relacionadas ao sangue. Assim, compostos à base de ferro e de plantas medicinais eram bastante propagados e comercializados. O gosto amargo de algumas ervas, como a jurubeba, entretanto, transformava esses antídotos em verdadeiros purgantes. Partindo desse princípio, os fabricantes de medicamentos que tinham em sua composição substâncias não muito apazíveis ao gosto dos possíveis pacientes começaram a desenvolver xaropes e substâncias químicas com sabores mais suaves, capazes de atender ao paladar dos mais exigentes compradores, dentre tais substâncias destacava-se o vinho.

Um outro fator importante é o da exigência da assinatura do Senhor Bartholomeo (“[...] EXIGIR || a assignatura || Bartholomeo & C^a”), visto que na época em que se comercializavam tais produtos, muitas eram as falsificações de medicamentos e a melhor forma de assegurar sua autenticidade era a real assinatura do fabricante no rótulo do produto.

Verificamos os seguintes aspectos relativos às lexias do referido anúncio, as quais caracterizavam as tradições discursivas daquele gênero:

1. A mudança no campo semântico da palavra “vinho”, já que no anúncio tal bebida alcoólica é apresentada como um composto medicinal;
2. A inserção do princípio ativo do medicamento no corpo do anúncio: “ferruginoso”;
3. A popularização de termos, tais como: “flores brancas”, referindo-se à vaginite, e “desarranjo”, referindo-se a dores ou mal estar no estômago.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Vinho Vinho <i>sm.</i> 1. ‘bebida alcoólica de amplo consumo, resultante da fermentação total ou parcial do mosto da uva’ XIII. Do lat. <i>vinum</i> (p. 678).	Vinho Vinho [Do lat. <i>vinu</i>] <i>S.m.</i> 1. Bebida alcoólica de amplo consumo, resultante da fermentação total ou parcial do mosto da uva, e produzida, atualmente, por aperfeiçoados processos tecnológicos. [Sua fabricação e consumo remontam a mais alta Antiguidade. Cf. vinhaça, vinhoca, vinhete, vinhote] 2. P. ext. Designação comum a diversos tipos de bebidas (principalmente fermentadas) provenientes da fermentação do sumo de frutas ou plantas, e algumas delas com propriedades medicinais: A cidra é um vinho da maçã; Faz-se vinho de caju no Nordeste do Brasil; “queijo, rapadura, vinhos de caju, jenipapo, açaí e bacaba”(Raimundo Morais, País das Pedras Verdes, p.168); “Menino a precisar de remédios, tomando quinino, vinho de jurubeba e de jenipapo”(Carlos de Gusmão, Boca da Grota,	VINHO e XAROPE Ferruginoso DE JURUBEBA DE BARTHOLOMEO & C ^a [...]

	p.484) (p. 1778).	
Ferruginoso Ferruginoso ► ferro ‘metal maleável e tanaz, de numerosas aplicações na indústria e na arte’ XIII. Do lat. <i>ferrum</i> ♦ Ferruginoso 1836 (p. 290).	Ferruginoso Ferruginoso adj. 1. Da natureza do ferro ou da ferrugem. 2. Que contém ferro; ferroso. 3. Que é da cor de ferro. 4. Medicamento que contém ferro (p. 772).	VINHO e XAROPE Ferruginoso DE JURUBEBA DE BARTHOLOMEO & C^a [...]
Flores brancas Flor . sf. “orgão de reprodução das plantas fanerogâmicas’ XIII, flo XIII Do lat. <i>flo</i> – <i>oris</i> (p. 296). Branças Branco adj. ‘da cor da neve, do leite etc’. XIII. Do germ. <i>blank</i> branca sf. Antiga moeda’ 1813 (p. 100)	Flores brancas Flores brancas [De fluores brancos.]. S.f. pl. Pop. Leocorréia (p.790).	[...] Curao as Aneminas, Flores brancas, Falta de Menstruação, Gonor- rhéas, Desarranjos do Estomago, Falta de Sangue [...]
Desarranjos Desarranjo XVI. Des + arranjo. (p. 58).	Desarranjos Desarranjo [De des- + arranjo] S.m. 1. Falta de arranjo; desordem, confusão. 2. Obstáculo, contratempo (p. 546).	[...] Curao as Aneminas, Flores brancas, Falta de Menstruação, Gonor- rhéas, Desarranjos do Estomago, Falta de Sangue [...]

Quadro 18: Dicionarização e exemplificação do anúncio JPU80an24-03-1882.

No anúncio das “Pílulas de Eucalyptina do Dr. Carlos Bettencourt”, é prometida ao paciente acometido por febre sua cura radical, em três dias.



PILULAS DE EUCALYPTINA || DO || DR. CARLOS BETTENCOURT || Tratamento curativo das sezões ou febres intermitentes || Cura radical em trez dias! || A substancia de que se compõe as minhas pílulas é extrahida do *Eucalyptus globulos*, planta oriunda da Australia et transplantada para o Brazil. || E' uma bella e frondosa arvore que se encontra nos jardins desta cidade. || O emprego da eucalyptina nas febres intermitentes é de uma efficacia ádmiravel e sem exemplo | no sulphato de quinína. Estas pílulas são unicamente preparadas na pharmacia Galeno. || Podemos affirmar francamente que as pílulas do Dr. Carlos Bettencourt são o primeiro [ilegível] | medio para as sezões. || Temos numerosos attestados em nosso poder que provam a sua efficacia. || Todos os medicamentos que ha para esta moléstia foram supplantados por este novo preparado americano. || As febres de qualquer natureza cedem igualmente ao seu emprego. Quando houver febre | tome-se as pilulas de eucalyptina e a cura será certa. || Ainda não falharam em nenhum so caso.

Figura 17: Anúncio JPU80an24-03-1882 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 52).

A descrição da matéria-prima que compõe o medicamento é detalhada (“[...] A substancia de que se compõe as minhas pílulas é extrahida do *Eucalyptus globulos*, planta oriunda da Australia et transplantada para o Brazil. || E' uma bella e frondosa arvore que se encontra nos jardins desta cidade [...]”), valorizando o produto e informando o leitor de sua origem.

Apesar de não ser citado o lugar em que se comercializam tais pílulas, podemos deduzir que o produto é vendido no mesmo local em que se é preparado (“[...] Estas pílulas são unicamente preparadas na pharmacia Galeno [...]”), já que há uma exclusividade comercial do mesmo, por isso consideramos, no quadro a seguir, que o local em que se é comercializado o produto a pharmacia Galeno:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	PILULAS DE EUCALYPTINA DO DR. CARLOS BETTENCOURT [...]
Indicações	[...] Quando houver febre tome-se as pilulas de eucalyptina e a cura será certa. Ainda não falharam em nenhum so caso.
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição do produto e apresentação	PILULAS DE EUCALYPTINA [...]A substancia de que se compõe as minhas pílulas é extrahida do Eucalyptus globulos, plan- ta oriunda da Australia et transplantada para o Brazil. E’ uma bella e frondosa arvore que se encontra nos jardins desta cidade [...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...] Estas pílulas são unicamente preparadas na pharmacia Galeno [...]

Quadro 19: Categorias de análise do anúncio JPU80an24-03-1882.

Observamos uma característica ímpar nesse anúncio. No primeiro parágrafo percebemos a utilização do pronome possessivo “minhas” (1ª pessoa singular), perfazendo a ideia de que o Dr. Bettencourt é o responsável pela propagação do anúncio e que ele comprova a eficácia do produto por meio de numerosos atestados, garantindo o desaparecimento de febres de qualquer natureza após a administração dessa substância pelo paciente.

A superioridade atribuída às pílulas de eucalyptina do Dr. Bettencourt é notória no anúncio, há passagens no texto em que o uso de ajetivos e advérbios (grafados abaixo em negrito) comprovam tal constatação: “cura **radical** em trez dias!”; “O emprego da eucalyptina nas febres intermitentes é de uma efficacia **admirável**”; “**podemos** affirmar **francamente** que as pílulas do Dr. Carlos Bettencourt são o primeiro [ilegível] | medio para as sezões”, “temos **numerosos** atestados em nosso poder que provam a sua efficacia”; “tome-se as pílulas de eucalyptina e a cura será **certa**”.

Algumas propriedades léxicas que compõem o anúncio merecem atenção, são elas:

1. A ausência da dicionarização do vocábulo “eucalyptina”;
2. O desuso de palavras como “sezões” e “moléstias” na atualidade e;
3. A mudança de sentido e de classe gramatical do vocábulo “preparado”, o qual apresenta-se como um substantivo, atuando como sinônimo de remédio, medicamento.

Além disso, notamos que algumas palavras possuem uma grafia ocasionada pela duplicação de consoantes, por exemplo: *intermittentes*, *bella*, *efficacia*, *attestados* e *supplantados*.

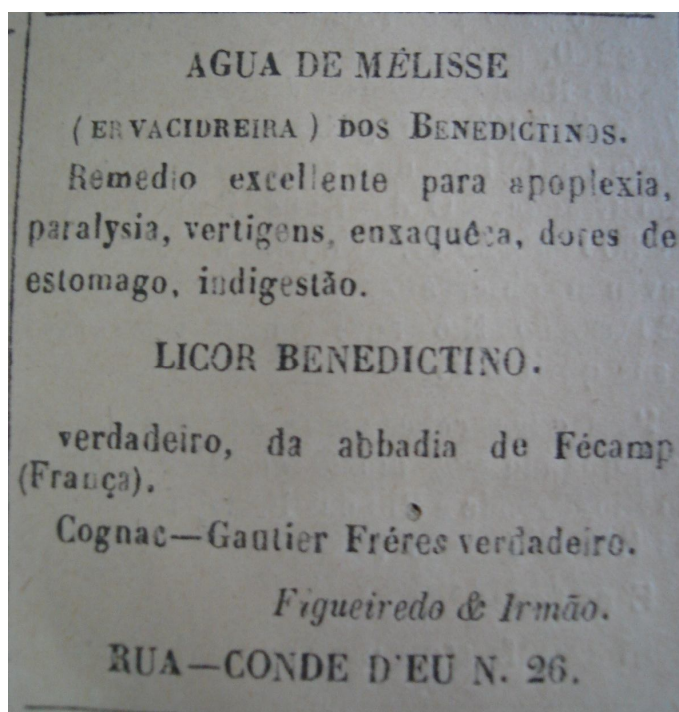
DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Eucalyptina Vocábulo não encontrado.	Eucalyptina Vocábulo não encontrado.	PILULAS DE EUCALYPTINA DO DR. CARLOS BETTENCOURT [...]
Sezões Sezão sf. ‘febre intermitente ou periódica’ <i>sazon</i> XIII, <i>sezom</i> XIV De etimologia controversa (p. 593).	Sezões Sezão [talvez do lat. <i>accessione</i> , acesso de febre intermitente’] S.f. 1. Febre intermitente ou periódica (p. 1581).	[...] Tratamento curativo das sezões ou febres intermittentes Cura radical em trez dias! [...]
Molestias Moléstia ► molestar vb ‘afetar, maltratar, magoar’ XVI. Do lat. <i>molestare</i> (p.433).	Moléstias Moléstia [Do lat. <i>moléstia</i> .] S.f. 1. Incômodo ou sofrimento físico; doença, achaque, mal. 2. Doença das plantas ou dos animais. 3. Incômodo ou sofrimento moral, aborrecimento. 4. Bras. Raiva (p. 1150).	[...] Todos os medicamentos que ha para esta moléstia foram supplantados por este novo preparado americano [...]
Preparado Preparado ► preparar vb. ‘aprontar, arranjar, planejar’ XVI. Do lat. <i>praeparare</i> (p. 519).	Preparado Preparado [Part. De preparar.] Adj. 1. disposto ou arranjado com antecedência. 2. Bras. Quem tem preparo, culto, instruído. 3. Produto	[...] Todos os medicamentos que ha para esta moléstia foram supplantados por este novo preparado americano [...]

	químico ou farmacêutico; preparação (p. 1386).	
--	---	--

Quadro 20: Dicionarização e exemplificação do anúncio JPU80an24-03-1882.

O credo religioso se fazia presente no mundo da cura. A sociedade era baseada em dois princípios: o patriarcalismo e a religiosidade. Muitos remédios eram estigmatizados como porções mágicas ou santas. Tanto as famílias abastadas como a população pobre faziam uso das “mezinhas”, dos remédios secretos e de tudo aquilo que julgavam ser milagroso, desse modo os medicamentos ditos milagrosos e secretos atendiam às concepções de cura que acompanhavam culturalmente os doentes.

A Água de Melisse e o Licor Benedictino, figura a seguir, eram remédios provenientes dos Benedictinos, ordem religiosa católica de clausura monástica. O primeiro era direcionado para aqueles que sofriam de enfermidades como apoplexia (conjunto de sinais e sintomas provocados pela destruição violenta de uma parte do cérebro), enxaqueca e indigestão, dentre outras, já o segundo não apresenta em quais situações deveria ser utilizado.



AGUA DE MÊLISSE ||
(ERVACIDREIRA) DOS
BENEDICTINOS.|| Remedio
excellente para apoplexia, | paralyssia,
vertigens, enxaqueca, dores de |
estomago, indigestão.|| LICOR
BENEDICTINO.|| verdadeiro, da
abbadia de Fécamp | (França).|| Cognac
— Gautier Frères verdadeiro. ||
Figueiredo & Irmão. || RUA — CONDE
D'EU N. 26.

Figura 18: Anúncio JME80an27-10-1883 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 109).

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	AGUA DE MÊLISSE (ERVACIDREIRA) DOS BENEDICTINOS [...] [...] LICOR BENEDICTINO. verdadeiro, da abbadia de Fêcamp (França). Cognac – Gautirer Frères verdadeiro. Figueiredo & Irmão [...]
Indicações	[...] Remédio excelente para apoplexia, paralyisia, vertigens, enxaquêca, dores de estomago, indigestão [...]
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição do produto e apresentação	AGUA DE MÊLISSE (ERVACIDREIRA) [...] [...] LICOR [...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...] RUA – CONDE D’EU N. 26.

Quadro 21: Categorias de análise do anúncio JME80an27-10-1883.

No que se refere ao licor, há uma ênfase na autenticidade do produto, indicada pela repetição do vocábulo “verdadeiro”: “LICOR BENEDICTINO.|| **verdadeiro**, da abbadia de Fêcamp | (França).|| Cognac – Gautirer Frères **verdadeiro**. || Figueiredo & Irmão”.

Em relação ao léxico, destacamos a presença de dois vocábulos no anúncio que acompanham as características linguísticas da época:

1. O uso de nomenclaturas científicas de doenças recorrentes, nesse caso, “apoplexia” e;
2. Mudança de sentido dos vocábulos “licor” e “cognac”, ou seja, ambos são propagados como líquidos com propriedades terapêuticas, já que compõem um anúncio referente a compostos medicinais da ordem dos Benedictinos e de Gautirer Frères, respectivamente.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Apoplexia Apoplexia sf. ‘(Med.) affecção cerebral que se manifesta imprevistamente, acompanhada de privação dos	Apoplexia Apoplexia [Do gr. <i>apoplexia</i> , pelo lat. <i>apoplexia</i> .] S.f. Méd. 1. Afecção cerebral que se	[...] Remédio excelente para apoplexia, paralyisia, vertigens, enxaquêca, dores de estomago, indigestão [...]

sentidos e do movimento’ XVI. Do lat. <i>apoplexia</i> , deriv. Do gr. <i>apoplexia</i> (p. 49).	manifesta imprevistamente, acompanhada de privação dos sentidos e do movimento, determinada por lesão vascular cerebral aguda (hemorragia, embolia, trombose). 2. Qualquer das afecções esultantes da formação rápida de um derrame sanguíneo (p. 145).	
Licor Licor sm ‘líquido, humor’ ‘bebida alcoólica açucarada, líquido alcoólico’ XV. Do lat. <i>liquor</i> –oris ‘fluidez. Líquido, água’, de <i>liquere</i> ‘ser líquido ou fluido’(p. 388).	Licor Licor [Do lat. <i>liquore</i> , ‘líquido’]. S.m. 1. Bebida aromatizada e doce, obtida pela mistura de álcool ou aguardente com substância geralmente de origem vegetal, adicionada de sacarose, glicose ou mel. 2. Designação comum a vários produtos líquidos (químicos), especialmente àqueles em cuja composição entra o álcool (p. 1029).	[...]“LICOR BENEDICTINO. verdadeiro , da abbadia de Fêcamp (França). Cognac – Gautirer Frères verdadeiro . Figueiredo & Irmão”.
Cognac Conhaque [Do fr. <i>cognac</i> .] S.m. 1. Aguardente de vinho fabricada em Cognac (região de Charente, França). 2. Bebida com as mesmas características, fabricada em qualquer outro país (p. 454).	Cognac Conhaque sm. ‘aguardente de vinho fabricada em Cognac, na França’1873. Do fr. <i>cognac</i> (p. 172).	[...]“LICOR BENEDICTINO. verdadeiro , da abbadia de Fêcamp (França). Cognac – Gautirer Frères verdadeiro . Figueiredo & Irmão”.

Quadro 22: Categorias de análise do anúncio JME80an27-10-1883.

O próximo anúncio veicula a solução para algumas afecções estomacais.

AFFECÇÕES DO ESTOMAGO.

Fastio. Dyspepsia, Prisão de Ventre, Anemia, Debilidade geral, Colicas hepáticas e nephreticas.

QUASSINA	ELEMENTO ACTIVO DA QUASSINA AMARA	DIANNA
-----------------	--------------------------------------	---------------

Tónico amargo, estomachico, aperitivo.

Confeitos de quassina em doses de 25 milligrammas.

As observações publicadas no *Boletim de Therapeutica* (Veja-se o n. de 15 de Novembro de 1882) provão que a quassina Adrian excita appetite, sustenta e desenvolve as forças, activa a digestão, augmenta a secreção provoca uma diurese normal. Por meio da sua acção simultanea sobre as glandulas salivares, os reins e o figado, combate efficazmente as *Dyspepsias atonicas*, a *Debilidade geral*, a *Chlorose*, as *Colicas hepaticas e nephreticas*.

Dose: de 1 á 4 por dia, antes das refeições.

Preço do Frasco: 3 francos e 1/2.

Venda á retalho em todas as Pharmacias. Deposito: — Sociedade Franzeza de Productos Pharmaceuticos, 11 rue de la Perle, Paris.

AFFECÇÕES DO ESTOMAGO. || Fastio, Dyspepsia, Prisão de Ventre, Anemia, Debilidade geral, Colicas hepáticas e nephreticas. || QUASSINA Elemento activo da quassina amara DIANA || Tónico amargo, estomachico, aperitivo. || Confeitos de quassina em doses de 25 milligramas. || As observações publicadas no Boletim de Therapeutica (Veja-se o n. de 15 de Novembro de 1882) provão que a quassina Adrian excita appetite, sustenta e desenvolve as forças, activa a digestão, augmenta a secreção provoca uma diurese normal. Por meio da sua acção simultanea sobre as glandulas salivares, os reins e o figado, combate efficazmente as Dyspepsias atonicas, a Debilidade geral, a Chlorose, as Colicas hepaticas e nephreticas. || Dose: de 1 á 4 por dia, antes das refeições. || Preço do Frasco: 3 francos e 1/2. || Venda á retalho em todas as Pharmacias. Deposito: -- Sociedade Franzeza de Productos Pharmaceuticos, [ilegível] 1 rue de la Perle, Paris.

Figura 19: Anúncio JME80an27-10-1883 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 114).

Ao nos depararmos com o presente anúncio, já identificamos os tipos de doenças sobre as quais ele atuará: as “affecções do estomago”, demonstradas no título grafado com letras maiúsculas e em negrito. Em seguida, há um subtítulo que, sinteticamente, faz uma breve explicação ao que é proposto pelo título: “[...] Fastio, Dyspepsia, Prisão de Ventre, Anemia, Debilidade geral, Colicas hepáticas e nephretias [...]”.

Como é bem característico desse período, a composição do produto é citada, porém, nesse anúncio, é destacada por meio das lexias “Quassina” e “Dianna”, que são substâncias fitoterápicas utilizadas pelos que sofrem de problemas digestivos.

O sabor amargo desse tônico é ressaltado pelo anúncio através da expressão “[...] Tonico amargo, estomachico, aperitivo [...]”, ratificando a crença popular de que quanto mais amargo o medicamento, melhor sua eficácia.

Por possuir o caráter descritivo/informativo, o anúncio cumpre sua função primordial: persuadir o leitor das benesses do produto, qual seja que seu uso propicia às pessoas que possuem doenças relacionadas ao trato digestório, além de ressaltar que há observações acerca de sua eficácia no boletim de terapêutica, de 15 de novembro de 1882, e que a sede de seu depósito situa-se em Paris, cidade esta, sinônimo de requinte e sofisticação.

Observamos que o referido recorte contempla em sua essência todas as categorias de análise aqui propostas, conforme o Quadro 25, e que há a referência do preço do produto em moeda estrangeira (francesa), atribuindo ao produto uma maior valorização.

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	[...] As observações publicadas no Boletim de Therapeutica (Veja-se o n. de 15 de Novembro de 1882) provão que a quassina Adrian [...] [...] Deposito: -- Sociedade Franceza de Productos Pharmaceuticos, [ilegível]1 rue de la Perle, Paris.
Indicações	AFFECCÇÕES DO ESTOMAGO. Fastio, Dyspepsia, Prisão de Ventre, Anemia, Debilidade geral, Colicas hepa ticas e nephreticas [...]
Posologia e modo de usar	[...] As observações publicadas no Boletim de Therapeutica (Veja-se o n. de 15 de Novembro de 1882) provão que a quassina Adrian excita appetite, sustenta e desenvolve as forças, activa a digestão, augmenta a secreção provoca uma diurese normal. Por meio da sua acção simultanea sobre as glandulas salivaes, os reis e o figado, combate efficazmente as Dyspepsias atonicas, a Debilidade geral, a Chlo- rose, as Colicas hepaticas e nephreticas. Dose: de 1 á 4 por dia, antes das refeições [...]
Composição do produto e apresentação	[...] QUASSINA Elemento activo da quassina amara DIANA [...] [...] Confeitos dequassina em doses de 25 milligramas [...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...] Venda á retalho em todas as Pharmacias. Deposito: -- Sociedade Franceza de Productos Pharmaceuticos, [ilegível]1 rue de la Perle, Paris.

Quadro 23: Categorias de análise do anúncio JME80an27-10-1883.

Encontramos, no referido anúncio, palavras técnicas e/ou científicas referentes a produtos homeopáticos (“Quassina” e “Dianna”); vocábulos que sofreram mudanças semânticas na atualidade, tomando por base o contexto em que estão sendo utilizadas no anúncio em questão (“aperitivo”, “confeitos”, “excita”); e termos comuns da época, por exemplo, “Boletim de Therapeutica”, provavelmente referindo-se a um edital ou a uma publicação periódica do século XIX e “Venda á retalho”, remetendo-nos à ideia de venda a varejo, ambos não mais utilizados no atual século.

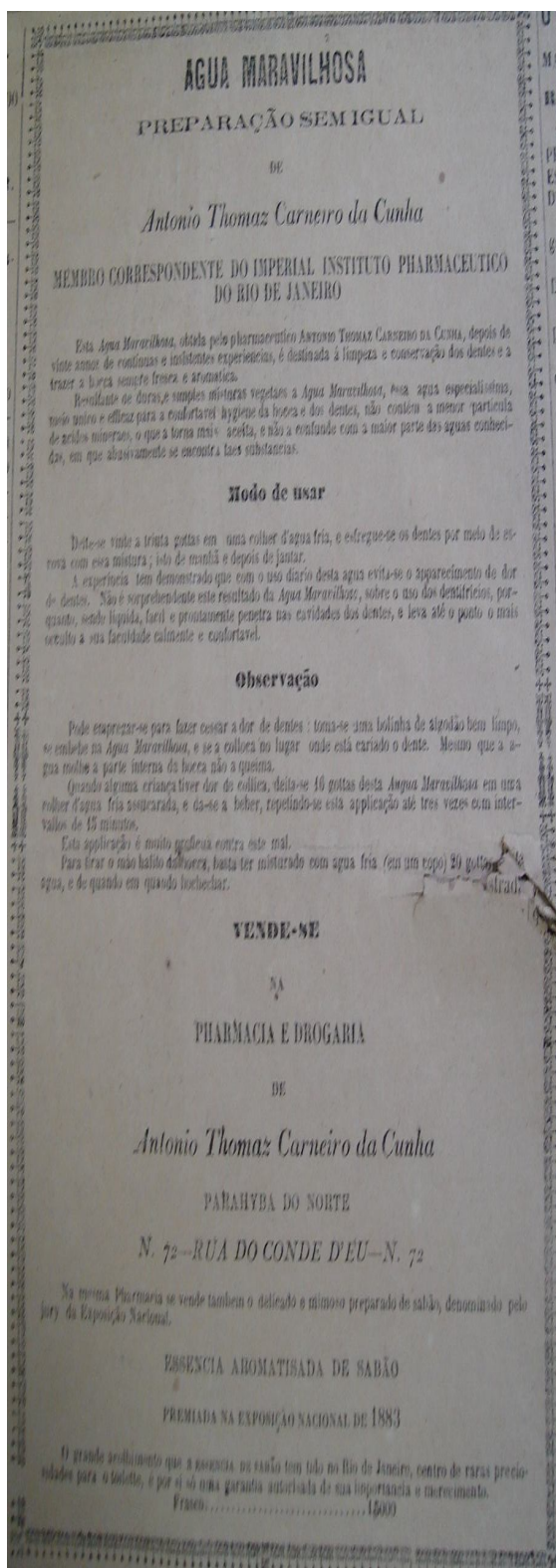
DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Quassina Quássia sf. ‘árvore da fam. <i>Simarubáceas</i> , que se estende da América Central à região amazônica’1874. Do lat. cient. <i>quassia</i> , derivado por Lineu do nome de um negro Quassi, que em 1730 descobriu as propriedades desta planta, de quem o naturalista sueco teve conhecimento por intermédio de Dahlberg, em 1761 (p. 535).	Quassina Quássia [Do antr. <i>Quassi</i> , de um escravo negro do Suriname que, no séc. XVIII, descobriu o valor medicinal dessa planta. S.f. Arvoreta da família das simarobáceas (<i>Quassia amara</i>) que se estende da América Central à região amazônica. Tem folhas compostas e pequeninas flores racemosas, e é céebre pela madeira amarga, razão de seu uso em medicina para males do estômago (p. 1427).	[...] QUASSINA Elemento activo da quassina amara DIANA [...]
Dianna Diana sf. ‘a lua’ XVIII. Do mitônimo lat. <i>Diana</i> – <i>ae</i> ‘a deusa da noite, da lua, da caça’ (p. 216).	Dianna Diana [Do lat. <i>Diana</i>]. S.f.1. Poét. A lua. 2. No pastoril, a postorinha neutra. 3. Planta carnívora da espécie <i>flycatchers Diana</i> (p. 585).	[...] QUASSINA Elemento activo da quassina amara DIANA [...]
Aperitivo Aperitivo adj. sm. ‘que abre os poros’que abre o apetite’XVII. Do lat. tard. <i>aperitivus</i> , de <i>aperire</i> ‘abrir’ (p. 48)	Aperitivo Aperitivo [Do lat. <i>aperitivu</i> .] Adj. 1. Que abre os poros. 2. Que abre ou estimula o apetite S.m. 3. Aquilo que faz abrir o apetite. 4. Bebida espirituosa	[...] Tónico amargo, estomachico, aperitivo [...]

	(vermute, uísque, gim, etc ou coquetel ingerido antes das refeições (p. 141).	
Confeitos Confeito adj ‘preparado’ XV, sm. ‘doce coberto com açúcar, bala etc’1500. Do fr. <i>confit</i> ou do it. <i>confetto</i>, deriv. do lat. <i>confectus</i>, part. de <i>conficere</i> (p. 170).	Confeitos Confeito [Do lat. <i>confectu</i>, ‘preparado’, pelo it. <i>confeto</i>.] S.m. 1. Semente ou pevide coberta de uma camada aderente de açúcar. 2. Bala, rebuçado. 3. Pequenas pastilhas coloridas usadas para confeitado bolos (p. 450).	[...]. Confeitos de quassina em doses de 25 milligramas.
Boletim de Therapeutica Boletim sm. ‘publicação periódica, que, em geral, constitui órgão de divulgação de entidade oficial ou privada’Do it. <i>bollettino</i> (p. 96). Terapêutica sf. ‘parte da medicina que estuda e põe em prática os meios adequados para aliviar ou curar os doentes’ Do fr. <i>thérapeutique</i>, deriv. do lat. tard. <i>therapeutica</i> e, este, do gr. <i>therapeutike</i>, de <i>therapeuo</i> ‘eu curo’ (p. 630).	Boletim de Therapeutica Boletim [Do it. <i>Bollettino</i>] S.m. 1. Publicação periódica, que em geral constitui órgão de divulgação de entidade oficial privada. 2. Pequeno escritório noticioso. 3. Resenha noticiosa de operações militares. 4. Folha volante. 5. Caderneta escolar onde se registram as notas mensais e finais, e certas ocorrências disciplinares. 6. Comunicação telegráfica (p.270). Terapêutica [Do greg. <i>Therapeutiké</i>, pelo lat. <i>therapeutica</i>]. S.f. Parte da medicina que estuda e põe em prática os meios adequados para aliviar ou curar doentes (p. 1665).	[...] As observações publicadas no Boletim de Therapeutica (Veja-se o n. de 15 de Novembro de 1882) provão que a quassina Adrian [...]
Excita Excitar vb. ‘ativar a ação de, estimular, animar’XVII. Do lat. <i>excitare</i> (p. 278).	Excita Excitar [Do lat. <i>excitare</i>.] V.t.d. 1. Ativar a ação de: excitar os nervos. 2. Estimular, instigar, incitar. 3. Animar, estimular, exortar. 4. Despertar, avivar, mover, causar. 5. Irritar, provocar, enraivecer. 6. Promover, provocar suscitar. 7. Promover o desenvolvimento de. 8. Produzir erotismo (p. 739).	[...] que a quassina Adrian excita appetite, sustenta e desenvolve as forças, activa a digestão [...]

Venda á retalho Venda sf. ‘ato ou efeito de vender’XIII (p. 671). Retalho ► retalhar vb. ‘cortar em pedaços’XIII retalho XIII (p. 561).	Venda á retalho Venda [Do lat. vendita, part. Pass. De vendere, ‘vender’.] S.f. 1. Ato ou efeito de vender; vendagem, vendição. 2. Merceria. 3. Bar, botequim, taberna (p.1761). Retalho [Dev. De retalhar.] S.m. 1. Parte ou pedaço de uma coisa retalhada. 2. Parte de um todo; fração. 3. Sobre ou tecido de costura, ou de peça nas lojas ♦ A retalho. Aos bocados; por miúdo; a varejo (p. 1499).	[...] Venda á retalho em todas as Pharmacias. Deposito: -- Sociedade Franceza de Productos Pharmaceuticos, [ilegível]1 rue de la Perle, Paris.
--	---	---

Quadro 24: Dicionarização e exemplificação do anúncio JME80an27-10-1883.

Uma característica do próximo anúncio é a propagação de dois produtos diferentes em no mesmo recorte: a Água Maravilhosa e a Essencia Aromatizada de sabão.



AGUA MARAVILHOSA || Preparação sem igual ||
De || Antonio Thomaz Carneiro da Cunha ||

MEMBRO CORRESPONDENTE DO IMPERIAL INSTITUTO PHARMACEUTICO | DO RIO DE JANEIRO || Esta Agua Maravilhosa, obtida pelo pharmaceutico Antonio Thomaz Carneiro da Cunha, depois de | vinte annos de continuas e insistentes experiencias, é destinada á limpeza e conservação dos dentes e a | trazer a bocca sempre fresca e aromatica. || Resultante de duras e simples misturas vegetaes a Agua Maravilhosa, essa água especialissima, | meio unico e efficaz para confortavel hygiene da bocca e dos dentes, não contém a menor partícula | de acidos mineraes, o que torna mais aceita, e não a confunde com a maior parte das águas conheci- | das, em que abusivamente se encontra taes substancias. || Modo de usar || Deite-se vinte a trinta gottas em uma colher d'agua fria, e esfregue-se os dentes por meio de es- | cova com essa mistura; isto de manhã e depois do jantar. || A experiencia tem demonstrado que com o uso diário desta agua evita-se o apparecimento de dor | de dentes. Não é sorprendente este resultado da Agua Maravilhosa, sobre o uso dos dentifricios, por- | quanto, sendo liquida, facil e prontamente penetra nas cavidades dos dentes, e leva até o ponto o mais | occulto a sua faculdade calmante e confortavel. || Observação || Pode empregar-se para fazer cessar a dor de dentes: toma-se uma bolinha de algodão bem limpo, | se embebe na Agua Maravilhosa, e se a colloca no lugar onde está cariado o dente. Mesmo que a a- | gua molhe a parte interna da bocca não a queima. || Quando alguma criança tiver dor de collica, deita-se 16 gottas desta Agua Maravilhosa em uma | colher d'agua fria assucarada, e da-se a beber, repetindo-se esta applicação até três vezes com inter- | vallos de 15 minutos. || Esta applicação é muito [corroído]ficua contra este mal. || Para tirar o mau halito da [corroído]cca, basta ter misturado com agua fria (em um copo) 20 gott[rasgado] | agua, e de quando em quando bochechar. || VENDE-SE || NA || PHARMACIA E DROGARIA || DE || Antonio Thomaz Carneiro da Cunha || Parahyba do Norte || N. 72 — Rua do Conde d'Eu — N. 72 || Na mesma Pharmacia se vende tambem o delicado e mimoso preparado de sabão, denominado pelo | jury da Exposição Nacional. || ESSENCIA AROMATISADA DE SABÃO || Premiada na exposição nacional de 1883. || O grande acolhimento que a ESSENCIA DE SABÃO tem tudo no Rio de Janeiro, centro de raras precio- | sidades para o toilette, é por si só uma garantia autorisada se sua importância e merecimento. || Frasco.....1&000

Figura 20: Anúncio JME80an17-11-1883 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 120).

No que se refere à Água Maravilhosa, ratificamos a ideia de superioridade do produto desde sua nomenclatura, que se utiliza do adjetivo “maravilhosa”, consistindo em um medicamento em que sua preparação é única ou como expõe o próprio anúncio “Preparação sem igual”, após vinte anos de contínuas e insistentes pesquisas. Em relação à essência aromatizada de sabão, há no texto uma estratégia de persuasão que é a premiação que lhe foi regalada pelo “jury da Exposição Nacional”, enaltecendo o produto propagado.

A menção do Senhor Antonio Thomaz da Cunha, seguido de sua respectiva titulação – “MEMBRO CORRESPONDENTE DO IMPERIAL INSTITUTO PHARMACEUTICO DO RIO DE JANEIRO” – em letras maiúsculas confere aos produtos um grau de confiabilidade, já que há o respaldo de um famoso profissional da época.

A construção do anúncio assemelha-se a uma bula medicamentosa, contendo um breve histórico de como e por quem tal substância foi fabricada, o modo de uso e seus campos de aplicação que englobam desde a higiene bucal até as cólicas infantis:

[...]Esta Agua Maravilhosa, obtida pelo pharmaceutico Antonio Thomaz Carneiro da Cunha, depois de | vinte annos de continuas e insistentes experiencias, é destinada á limpeza e conservação dos dentes e a | trazer a bocca sempre fresca e aromatica. || Resultante de duras e simples misturas vegetaes a Agua Maravilhosa, essa água especialissima, | meio unico e efficaz para confortavel hygiene da bocca e dos dentes, não contém a menor partícula | de acidos mineraes, o que torna mais aceita, e não a confunde com a maior parte das águas conheci- | das, em que abusivamente se encontra taes substancias [...] (Aldrigue & Nicolau, 2009, p. 120)

As adjetivações atribuídas aos produtos são recorrentes, ressaltando a qualidade e a eficácia do mesmo, algumas das qualidades citadas no texto se dão através de termos como: especialíssima (“[...] essa água especialíssima [...]”), eficaz (“[...] meio único eficaz [...]”), líquida e fácil (“[...]sendo liquida, facil e prontamente penetra nas cavidades dos dentes [...]”), delicado e mimoso (“[...]Na mesma Pharmacia se vende tambem o delicado e mimoso preparado de sabão [...]”).

As indicações compõem a maior parte do texto, sendo detalhadas e funcionando como um “passo-a-passo” direcionado ao provável usuário do produto, substituindo, assim, as orientações que deveriam ser fornecidas pelo médico, conforme o quadro a seguir:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	AGUA MARAVILHOSA Preparação sem igual De Antonio Thomaz Carneiro da Cunha MEMBRO CORRESPONDENTE DO IMPERIAL INSTITUTO PHARMACEUTICO DO RIO DE JANEIRO [...] [...] Na mesma Pharmacia se vende tambem o delicado e mimoso preparado de sabão, denominado pelo jury da Exposição Nacional. ESSENCIA AROMATISADA DE SABÃO Premiada na exposição nacional de 1883 [...]
Indicações	[...] é destinada á limpeza e conservação dos dentes e a trazer a bocca sempre fresca e aromática [...]
Posologia e modo de usar	[...] Modo de usar Deite-se vinte a trinta gottas em uma colher d'agua fria, e esfregue-se os dentes por meio de es- cova com essa mistura; isto de manhã e depois do jantar[...] [...] Pode empregar-se para fazer cessar a dor de dentes: toma-se uma bolinha de algodão bem limpo, se embebe na Agua Maravilhosa, e se a colloca no lugar onde está cariado o dente. Mesmo que a a- gua molhe a parte interna da bocca não a queima. Quando alguma criança tiver dor de collica, deita-se 16 gottas desta Agua Maravilhosa em uma colher d'agua fria assucarada, e da-se a beber, repetindo-se esta applicação até três vezes com inter- vallos de 15 minutos. Esta applicação é muito [corroído]ficua contra este mal. Para tirar o mao halito da [corroído]cca, basta ter misturado com agua fria (em um copo) 20 gott[rasgado] agua, e de quando em quando bochechar [...]
Composição do produto e apresentação	[...] Resultante de duras e simples misturas vegetaes a Agua Maravilhosa, essa água especialissima, meio unico e efficaz para confortavel hygiene da bocca e dos dentes, não contém a menor partícula de acidos mineraes, o que torna mais aceita, e não a confunde com a maior parte das águas conheci- das, em que abusivamente se encontra taes substancias [...] [...] Não é surpreendente este resultado da Agua Maravilhosa, sobre o uso dos dentifricios, por- quanto,

	sendo liquida, facil e prontamente penetra nas cavidades dos dentes, e leva até o ponto o mais occulto a sua faculdade calmante e confortável [...] [...] Na mesma Pharmacia se vende tambem o delicado e mimoso preparado de sabão, denominado pelo jury da Exposição Nacional. ESSENCIA AROMATISADA DE SABÃO Premiada na exposição nacional de 1883. O grande acolhimento que a ESSENCIA DE SABÃO tem tudo no Rio de Janeiro, centro de raras precio- sidades para o toilette, é por si só uma garantia autorisada
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...] VENDE-SE NA PHARMACIA E DROGARIA DE Antonio Thomaz Carneiro da Cunha Parahyba do Norte N. 72 – Rua do Conde d’Eu – N. 72 [...] [...] Na mesma Pharmacia se vende tambem o delicado e mimoso preparado de sabão, denominado pelo jury da Exposição Nacional. ESSENCIA AROMATISADA DE SABÃO [...]

Quadro 25: Categorias de análise do anúncio JME80an17-11-1883.

Outra característica do anúncio refere-se à preocupação do anunciante em informar uma importante variável do ramo comercial: o preço (“[...] Frasco.....1&000”).

Apesar da veiculação referir-se a dois produtos fabricados pelo mesmo responsável técnico, é notória a atenção dispensada à Água Maravilhosa, provavelmente pela sua aceitação mercadológica no século XIX.

Em relação ao léxico, alguns aspectos relacionados ao respectivo anúncio são pertinentes:

1. Apesar de compor as páginas dos dicionários, o vocábulo “dentifrício” não utilizado na linguagem popular, na qual é substituído por “creme dental” ou, ainda, “pasta de dente”, restringindo-se a aparecer em linguagem técnica de odontólogos;
2. Há uma alteração na carga semântica do verbo “deitar” no trecho “[...] deita-se 16 gottas desta Agua Maravilhosa em uma colher d’agua fria [...]”, pois não encontramos nos dicionários pesquisados o emprego deste vocábulo com o sentido de “gotejar”;
3. A mudança de sentido e de classe gramatical do vocábulo “preparado”, o qual apresenta-se como um substantivo, atuando como sinônimo de medicamento manipulado, nesse caso o sabão.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Dentifrícios Dentifrícios 1844. Do fr. <i>dentifrice</i> , deriv. Do lat. <i>dentifricium</i> , de <i>dens</i> – <i>entis</i> + <i>fricium</i> , de <i>fricare</i> ‘esfregar, polir’(p. 205).	Dentifricios Dentifrícios [Do lat. <i>dentifriciu</i> .] Adj. e s.m. Preparado que serve para limpar os dentes (p. 536).	[...] Não é surpreendente este resultado da Agua Maravilhosa, sobre o uso dos dentifrícios [...]
Deita-se Deitar vb. ‘estender ao comprido, pôr ou dispor mais ou menos horizontalmente, expelir, fazer, cair’ XIII. Do lat. med. <i>dectare</i> , forma contracta do lat. cláss. <i>dejectare</i> , ‘deitar abaixo, derrubar’ (p. 203).	Deita-se Deitar [Do lat. <i>dejectare</i> .] V.t.d. 1. Estender-se ao comprido, inclinar. 2. Pôr em posição de decúbito. 3. Fazer ou deixar pender, abaixar, inclinar. 4. Fazer cair. 5. Entornar, verter. 6. Atirar, lançar, arremessar. 7. Lançar, largar, soltar (p. 530).	[...] deita-se 16 gottas desta Agua Maravilhosa em uma colher d’agua fria assucarada, e da-se a beber, repetindo-se esta applicação até três vezes [...]
Preparado Preparado ► preparar vb. ‘aprontar, arranjar, planejar’XVI. Do lat. <i>praeparare</i> (p. 519).	Preparado Preparado [Part. De preparar.] Adj. 1. disposto ou arranjado com antecedência. 2. Bras. Quem tem preparo, culto, instruído. 3. Produto químico ou farmacêutico; preparação (p. 1386).	[...] Na mesma Pharmacia se vende tambem o delicado e mimoso preparado de sabão, denominado pelo jury da Exposição Nacional [...]

Quadro 26: Dicionarização e exemplificação do anúncio JME80an17-11-1883.

No século XIX, as propagandas de remédios eram numerosas em virtude dos graves problemas que acometiam a saúde dos moradores da província, assim muitos anunciantes aproveitavam-se dessas situações e utilizavam estratégias do sistema capitalista, como especifica Nicolau (2008, p.114):

O discurso presente, nesse tipo de anúncio – de medicamentos-, reflete um sistema capitalista, que já é exercido em grandes capitais do país e que se inicia na província da Paraíba. Esse tipo de discurso não é só do tipo informativo, é também respaldado em elementos linguísticos discursivos que contribuem para um êxito na comunicação ao mostrar-se maior credibilidade, empenho e intimidade com aquele consumidor que necessitava de medicamentos.

ELIXIR DE JURUBEBA
COM
FERRO, QUINA E PEGA-PINTO
DE
DR. CARLOS BETTENCOURT

O autor deste novo agente therapeutico, considerando ao grande numero de sofrimentos e molestias do figado, baço, estomago, e outros tantos incommodos que perseguem os habitantes dos tropicos, onde são tão frequentes em razão do seu clima e como consequencia das febres palustres, resolveu formular este Elixir, ao qual addicionou esses quatro heroicos medicamentos.

Não ha medicamento, neste genero, de gosto tão agradável. É um verdadeiro licôr. O seu aroma é apreciavel e o doente sente praser em tomar-o.

Quando se trata de combater uma affecção ou um engorgitamento de figado, baço ou doença do estomago, recorra-se a este especifico.

A ictericia, o catharro e padecimentos da bexiga, digestões difficeis, as anemias, cloroses ou falta de sangue, as côres pallidas encontram nesse medicamento um poderoso reparador.

E igualmente empregado nas convalesças depois do parto, em lugar da agua ingleza tão desagradavel de tomar-se.

Este medicamento, pelas suas virtudes, regenera o sangue e expelle do organismo os máo humores.

ELIXIR DE JURUBEBA || COM || FERRO, QUINA E PEGA-PINTO || DO ||

DR. CARLOS BETTENCOURT || O autor deste novo agente therapeutico, considerando ao grande numero de sofrimentos e | molestias do figado, baço, estomago, e outros tantos incommodos que perseguem os habitantes dos | tropicos, onde são tão frequentes era razão do seu clima e como consequência das febres palustres, | resolveu formular este Elixir, ao qual addicionou esses quatro heroicos medicamentos. || Não ha medicamento, neste genero, de gosto tão agradável. É um verdadeiro licor. O seu | aroma é apreciavel e o doente sente praser em tomar-o. || Quando se trata de combater uma affecção ou um engorgitamento de fígado, baço ou doença do estomago, recorra-se a este especifico.|| A ictericia, o estharro e padecimentos da bexiga, digestões difficeis, as anemias, cloroses ou | falta de sangue, as côres pallidas encontram nesse medicamento um poderoso reparador. || E igualmente empregado nas convalesças depois do parto, em lugar da agua ingleza tão desagradável de tomar-se.|| Este medicamento [corroído]las suas virtudes, regenera o sangue e expelle do organismo os máo humores.

Figura 21: Anúncio JME80an03-05-1884 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 140)

A identificação do produto seguida pelo seu princípio ativo e o seu responsável técnico, respectivamente, (“[...] ELIXIR DE JURUBEBA || COM || FERRO, QUINA E PEGA-PINTO || DO || DR. CARLOS BETTENCOURT [...]”), faz com que percebamos a intenção do fabricante em promover a confiabilidade do medicamento propagado a seus respectivos usuários, atribuindo-lhe uma identidade, neste caso, a do Dr. Carlos Bettencourt.

As estratégias de caráter persuasivo concentram-se na utilização de uma linguagem subjetiva, na explanação detalhada sobre a eficácia do medicamento para combater determinadas doenças e no uso de qualificadores, tais como adjetivos e advérbios, ressaltando, inclusive, suas propriedades gustativas que se assemelham a um licor: “[...] Não ha medicamento, neste genero, de gosto **tão agradável**. É um **verdadeiro licor**. O seu | aroma é **apreciavel** [...] encontram nesse medicamento um poderoso reparador [...]” [grifo nosso].

Uma característica a ser ressaltada nesse anúncio é a breve explicação do porquê foi fabricado tal medicamento, ou seja, o Dr. Carlos Bettencourt levou em consideração o número de moléstias que perseguiram os habitantes dos trópicos e, percebendo que eram inúmeras, resolveu formular o elixir adicionando substâncias eficazes nas afecções do aparelho digestório.

Como havia grandes quantidades de anúncios de remédios nos jornais no final do século XIX, o anunciante utilizava as mais variadas estratégias de marketing, através da linguagem apelativa. Quase tudo era permitido, inclusive depreciar o produto alheio, como citamos: “[...] E igualmente empregado nas convalesças depois do parto, em lugar da **agua ingleza tão desagradável de tomar-se** [...]” [grifo nosso].

Não há, no anúncio mencionado, especificações sobre a posologia e o modo de usar do produto, bem como os estabelecimentos comerciais em que o mesmo era comercializado:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	ELIXIR DE JURUBEBA COM FERRO, QUINA E PEGA-PINTO DO DR. CARLOS BETTENCOURT [...]
Indicações	[...] Quando se trata de combater uma affecção ou um engorgitamento de fígado, baço ou doença do estomago, recorra-se a este especifico. A ictericia, o estharro e padecimentos da bexiga, digestões difficeis, as anemias, cloroses ou falta de sangue, as cõres pallidas encontram

	nesse medicamento um poderoso reparador. E igualmente empregado nas convalesças depois do parto [...] [...] Este medicamento [corroído]las suas virtudes, regenera o sangue e expelle do organismo os máo humores.
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição do produto e apresentação	ELIXIR DE JURUBEBA COM FERRO, QUINA E PEGA-PINTO [...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	Não especifica

Quadro 27: Categorias de análise do anúncio JME80an03-05-1884.

O léxico encontrado no texto do anúncio nos revela alguns vocábulos que se encontram em desuso no atual século, são eles: “febres palustres”, referindo-se à malária, e “humores” concernente a substâncias líquidas existentes no organismo, tais palavras eram, frequentemente, utilizadas no século XIX.

Algumas das lexias presentes no corpo deste anúncio relacionadas à área médica, como “engorgimento”, “estharro” e “cloroses”, não foram encontradas nos dicionários pesquisados.

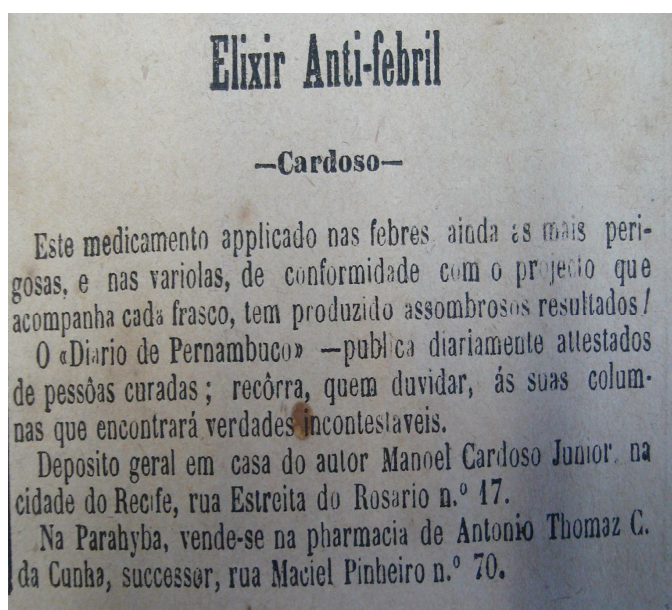
Apesar de não estar dicionarizado, podemos inferir que o termo “pega-pinto” diz respeito a uma erva medicinal, pois faz parte da composição desse elixir, juntamente com jurubeba, ferro e quina (planta amarga oriunda do Peru).

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Quina Quina sf. ‘arvoreta da fam. Das rubiáceas, originária do Peru e notável por suas propriedades antitérmicas’1844. Do cast. <i>Quina</i> , de <i>quina quina</i> , derivado, provavelmente, do <i>quíchua kina kina</i> (p. 540).	Quina Quina [De <i>quinaquina</i>] S.f. 1. Arvoreta da família das rubiáceas (<i>Chinchona ledgeriana</i>), originária do Peru e notável por suas propriedades antitérmicas. 2. Designação comum a numerosas plantas nativas cuja casca é amarga e sem motivo reputada ativa contra	ELIXIR DE JURUBEBA COM FERRO, QUINA E PEGA-PINTO DO DR. CARLOS BETTENCOURT [...]

	febres e malária (p. 1436).	
Pega-pinto Vocábulo não encontrado.	Pega-pinto Pega-pinto: [De pegar + pinto.] S.m. Bras. 1. V agarra-pinto. 2. V. gavião-carijó. 3. Sm. Planta herbácea, semi-decumbente, de raiz tuberosa, folhas opostas, oblongas e sinuosas (p. 1294).	ELIXIR DE JURUBEBA COM FERRO, QUINA E PEGA-PINTO DO DR. CARLOS BETTENCOURT [...]
Febres palustres Febre <i>sf.</i> ‘estado mórbido caracterizado pelo aumento da temperatura’ ‘fig. exaltação, ânsia’ <i>fever</i> XIII Do lat. <i>febris</i> –is (p.287). Palustre Vocábulo não encontrado.	Febres palustres Febre: [Do lat. <i>febre</i>] S.f. 1. Patol. Elevação da temperatura corporal por efeito de doença. 2. Fig. Grande perturbação de espírito. 3. Desejo ardente, ânsia de possuir alguma coisa. ♦ Febre palustre. Patol. Malária (p. 764).	[...] molestias do fígado, baço, estomago, e outros tantos incommodos que perseguem os habitantes dos tropicos, onde são tão freqüentes era razão do seu clima e como consequência das febres palustres,
Engorgitamento Vocábulo não encontrado	Engorgitamento Vocábulo não encontrado	[...] Quando se trata de combater uma affecção ou um engorgitamento de fígado, baço ou doença do estomago, recorra-se a este especifico [...]
Estharro Vocábulo não encontrado.	Estharro Vocábulo não encontrado.	[...] recorra-se a este especifico. A ictericia, o estharro [...]
Cloroses Vocábulo não encontrado.	Cloroses Clorose [De <i>clor</i> (o) + <i>ose</i>] S.f. 1. Patol. Anemia peculiar à mulher, assim chamada pelo tom amarelo-esverdeado que imprime à pele. 2. Fitopatol. Moléstia dos vegetais, que se revela por uma coloração amarelada das partes normalmente verdes, e cuja causa mais importante é a carência de elementos nutritivos indispensáveis, em geral o ferro (p. 419).	[...] recorra-se a este especifico. A ictericia, o estharro e padecimentos da bexiga, digestões difficeis, as anemias, cloroses [...]

Convalenças Convalescença 1813. Do fr. <i>convalescence</i>, deriv. do lat. <i>convalescentia</i> (p. 177).	Convalenças Convalescença [Do lat. <i>convalescentia</i>.] S.f. 1. Ato de convalescer. 2. Período subsequente a uma doença de que alguém se restabeleceu (p. 470).	[...] E igualmente empregado nas convalenças depois do parto, em lugar da agua ingleza tão desagradável de tomar-se [...]
Humores Humor sm. ‘líquido contido num corpo organizado, umidade’ XIV, umor XIII], ‘(Med.) cada um dos quatro principais fluidos do corpo que se julgavam determinantes das condições físicas e mentais do indivíduo’ ‘ext. disposição do espírito’ XV; ‘boa disposição do espírito, veia cômica, ironia’ 1899. Do lat. <i>humor</i> – <i>oris</i>. A última acepção provém do ing. <i>humour</i> (p. 343).	Humores humor: [Do lat. <i>humore</i>, ‘líquido’]. S.m. 1. Fisiol. Substância orgânica líquida ou semilíquida. 2. Anat. Designação comum a certas matérias líquidas existentes no organismo. 3. Umidade. 4. Disposição de espírito. 5. Veia cômica; graça, espírito. 6. Capacidade de perceber, apreciar ou expressar o que é cômico ou divertido (p. 909).	[...] Este medicamento [corroído]las suas virtudes, regenera o sangue e expelle do organismo os máo humores.

Quadro 28: Dicionarização e exemplificação do anúncio JME80an03-05-1884.



Elixir Anti-febril|| -Cardoso-|| Este medicamento applicado nas febres ainda as mais perigosas, e nas variolas, de conformidade com o projecto que acompanha cada frasco, tem produzido assombrosos resultados|| O <<Diário de Pernambuco>> – publica diariamente attestados| de pessoas curadas; recorra, quem duvidar, ás suas columnas que encontrará verdades incontestaveis.|| Deposito geral em casa do autor Manoel Cardoso Junior na cidade do Recife, rua Estreita do Rosario n.º 17.|| Na Parahyba, vende-se na pharmacia de Antonio Thomaz C.| da Cunha, successor, rua Maciel Pinheiro n.º 70 ||

Figura 22: Anúncio JJP90an04-02-1891 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 78).

A valorização do elixir anti-febril - Cardoso - é clara no anúncio do respectivo medicamento. A presença de adjetivos que ressaltam a eficácia deste medicamento é constante, podendo ser observada nas seguintes passagens do texto: “[...] tem produzido assombrosos resultados [...]” e “[...] encontrará verdades incontestáveis [...]”.

A linguagem utilizada é direta e de fácil entendimento e informa ao paciente em que casos o produto deverá ser ingerido, como este vem apresentado e como deverá ser administrado para a cura da febre: “Este medicamento applicado nas febres ainda as mais perigosas, e nas varíolas, de conformidade com o projecto que acompanha cada frasco, tem produzido assombrosos resultados [...]”.

É interessante ressaltar que a bula que acompanha o medicamento, apresentando a posologia indicada ao consumidor, é denominada de “projecto”, conforme exposto no anúncio: “[...] projecto que acompanha cada frasco [...]”. Além disso, observamos em seu texto uma importante estratégia argumentativa utilizada, com êxito, na época: a comprovação da cura de pessoas que utilizaram o suposto medicamento através de atestados nas páginas de um renomado veículo de informação do século XIX, o Diário de Pernambuco, por meio do seguinte trecho: “[...] O <<Diário de Pernambuco>> – publica diariamente atestados de pessoas curadas; recorra, quem duvidar, às suas columnas que encontrará verdades incontestáveis [...]”.

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	Elixir Anti-febril -Cardoso [...] [...]O <<Diário de Pernambuco>> – publica diariamente atestados de pessoas curadas; recorra, quem duvidar, às suas columnas que encontrará verdades incontestáveis [...]
Indicações	[...]Este medicamento applicado nas febres ainda as mais perigosas, e nas variolas, de conformidade com o projecto que acompanha cada frasco, tem produzido assombrosos resultados [...]
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição do produto e apresentação	Não apresenta
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...]Deposito geral em casa do autor Manoel Cardoso Junior na cidade do Recife, rua Estreita do Rosario n.º 17. Na Parahyba, vende-se na pharmacia de Antonio Thomaz C. da Cunha, successor, rua Maciel Pinheiro n.º 70.

Quadro 29: Categorias de análise do anúncio JJP90an04-02-1891.

Em muitos anúncios de jornais paraibanos do século XIX encontramos uma série de lexias referindo-se a medicamentos. São elas: elixir, composto, emulsão, xarope, dentre outras. No presente anúncio, observamos a presença da palavra “elixir”, a qual consiste em uma bebida medicamentosa balsâmica muito utilizada no passado, mas não tão comum na atualidade.

A publicação de relatos de pessoas que obtiveram a cura de doenças descritas nos anúncios em jornais eram frequentes e agregavam valor ao produto comercializado, assim o vocábulo “attestado” no referido texto apresenta-se com valor semântico de “testemunho”, “relato”.

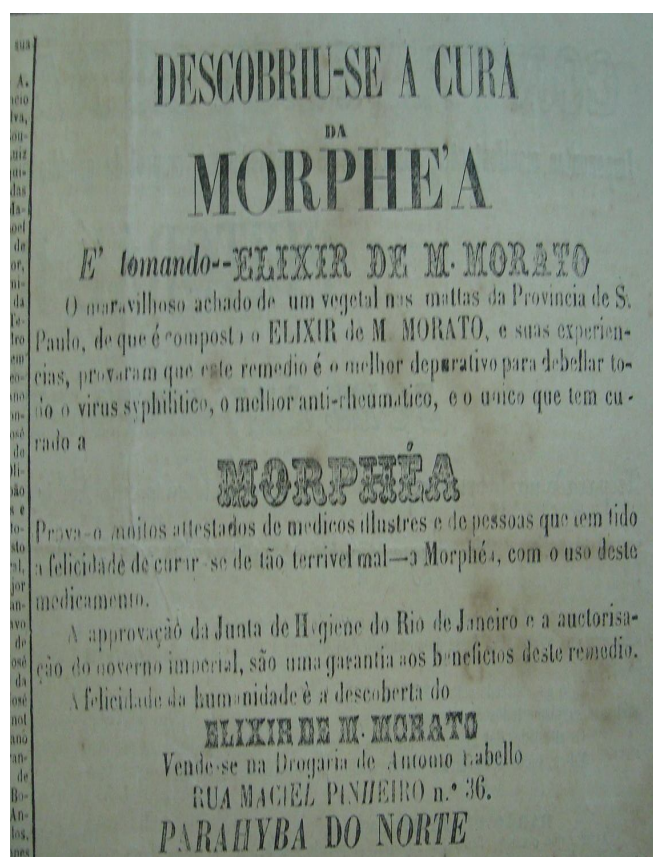
No tocante à lexia “projecto”, não encontramos ocorrências relacionadas ao seu uso com o sentido de bula medicamentosa, conforme o seguinte quadro.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Elixir Elixir sm. ‘bebida medicamentosa, balsâmica ou confortadora’ XVIII. Do fr. <i>élixir</i> , deriv. Do ár. <i>el’iksir</i> ‘pedra filosofal’ e, este, do gr. <i>kseron</i> ‘medicamento’ (p.238).	Elixir Elixir [Do gr. <i>xerós</i> ‘seco’, ‘pelo ár. <i>al-iksir</i> e pelo fr. <i>élixir</i>] S.m. 1. Confeição farmacêutica de xaropes com alcoolatos. 2. Bebida deliciosa, balsâmica ou confortadora. 3. Fig. Aquilo que tem efeito mágico ou miraculoso; filtro (p.627).	Elixir Anti-febril -Cardoso [...]
Projecto Projeto 1844 projecto Do lat. <i>projectus</i> ► projeção sf. ‘ato ou efeito de lançar’1813. Do lat. <i>projectio -onis</i> (p. 524).	Projecto Projeto [Do lat. <i>projectu</i> , ‘lançado para diante’.] S.m. 1. Ideia que se forma de executar ou realizar algo, no futuro; plano, intento, desígnio. 2. Empreendimento a ser realizado dentro de determinado esquema. 3. Redação ou esboço preparatório de um texto. 4. Esboço ou risco de obra a se realizar; plano. 5. <i>Arquit.</i>	[...] Este medicamento applicado nas febres ainda as mais peri- gosas, e nas variolas, de conformidade com o projecto que acompanha cada frasco, tem produzido assombrosos resultados [...]

	Plano geral de edificação (p. 1400).	
Attestados Atestado <i>adj.</i> ‘que atestou’; <i>sm</i> ‘documento’ XVI. Do lat. <i>attestatus</i> (p. 66).	Attestados Atestado [Part. substantivado de atestar] S.m. 1. Documento que contém atestação; certidão. 2. Fam. prova, demonstração: Tal afirmação de sua parte é um atestado de culpa (p.192).	[...] O <<Diário de Pernambuco>> – publica diariamente attestados de pessoas curadas [...]

Quadro 30: Dicionarização e exemplificação do anúncio JJP90an04-02-1891.

“Descobriu-se a cura da Morphe’a”. O título do anúncio 23 nos remete à ideia de uma grande descoberta, configurando-se em um título apelativo que tem como intuito envolver emocionalmente o leitor, principalmente neste caso, pois a morphéa era uma doença dita incurável e que afetava uma boa parte da população do século XIX.



DESCOBRIU-SE A CURA| DA|
MORPHE'A|| E'Tomando-ELIXIR DE
M.MORATO|| O maravilhoso achado de
um vegetal nas matas da Província de S.|
Paulo, de que é composto o ELIXIR de M.
MORATO, e suas experiên-cias, provaram
que este remedio é o melhor depurativo
para debellar to-| do o vírus syphilitico, o
melhor anti-rheumatico, e o unico que tem
cu-| rado a| MORPHÉA|| Prova-o muitos
attestados de medicos illustre e de pessoas
que tem tido| a felicidade de curar-se de tão
terrível mal-a Morphéa, com o uso deste|
medicamento.|| A aprovação da Junta de
Hygiene do Rio de Janeiro e a auctoris-|
ação do governo imperial, são uma garantia
aos beneficios deste remedio.|| A felicidade
da humanidade é a descoberta do| ELIXIR
DE M. MORATO|| Vende-se na Drogeria
de Antonio Habello|| RUA MACIEL
PINHEIRO n.º 36.|| PARAHYBA DO
NORTE||

Figura 23: Anúncio JEdaP90an26-04-1891(ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 212).

Os aspectos qualitativos encontrados no texto relacionados ao Elixir M. Morato indicam sua superioridade perante outros similares: “O **maravilhoso** achado”, “este remedio é o **melhor** depurativo para debellar todo o vírus syphilitico”, “o **melhor** anti-rheumatico” e “o **unico** que tem cu rado a MORPHÉA” [grifo nosso]. Tais aspectos exaltam o produto do Sr. M. Morato nas páginas dos jornais.

Uma outra particularidade do referido gênero reside na alusão às autoridades que garantem os benefícios desse remédio, pois além do Sr. M. Morato ter realizado várias experiências confirmando a eficácia do remédio, há, ainda, testemunhos de médicos ilustres e de pessoas que tiveram a felicidade da cura desse mal, por meio de atestados, a aprovação da Junta de Hygiene do Rio de Janeiro e a autorização do governo imperial, portanto não há do que se duvidar das suas propriedades terapêuticas.

Apesar do remédio ser indicado para outras enfermidades como “[...] depurativo para debellar to-| do o vírus syphilitico, o melhor anti-rheumatico [...]”, a ênfase recai sobre a morphéa, que junto com a febre amarela e cólera foi considerada um dos males do século XIX.

Em relação às categorias de análise, percebemos a ausência do item que versa sobre a posologia e o modo de usar do produto.

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	[...] Prova-o muitos attestados de medicos illustre e de pessoas que tem tido a felicidade de curar-se de tão terrível mal-a Morphéa, com o uso deste medicamento. A aprovação da Junta de Hygiene do Rio de Janeiro e a auctoris- ção do governo imperial, são uma garantia aos beneficios deste remédio [...]
Indicações	[...] este remedio é o melhor depurativo para debellar to- do o vírus syphilitico, o melhor anti-rheumatico, e o unico que tem cu- rado a MORPHÉA [...]
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição do produto e apresentação	[...] O maravilhoso achado de um vegetal nas mattas da Província de S. Paulo, de que é composto o ELIXIR de M. MORATO [...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...] Vende-se na Drogaria de Antonio Habello RUA MACIEL PINHEIRO n.º 36. PARAHYBA DO NORTE

Quadro 31: Categorias de análise do anúncio JEdaP90an26-04-1891.

Dando continuidade a nossa análise, destacaremos, a seguir, algumas considerações acerca do léxico presentes nesse anúncio:

1. A lexia “morphea” refere-se a uma doença crônica que afeta, principalmente, a pele, as mucosas e os nervos. Atualmente, não utilizamos mais tal vocábulo, sendo este substituído por hanseníase ou lepra;

2. Apesar do verbo “debelar” não ser tão usual em nossos dias, era comumente utilizado no século XIX no sentido de “curar”, “exterminar”, “extinguir” uma doença;

3. A palavra “attestados”, conforme costume da época, era utilizada com o sentido equivalente a “testemunho”, com o intuito de convencer o leitor a adquirir o produto anunciado, visto que relatos de médicos ilustres e dos usuários agregavam valor ao medicamento propagado.

4. O termo “Junta de Hygiene”, constante nesse anúncio, equivale a atual agência reguladora, vinculada ao Ministério da Saúde do Brasil, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Morphéa Morféia sf. ‘lepra’XVII. Do a. fr. <i>morfee</i> ou do it. <i>morfea</i> , deriv. Do lat. med. <i>morphaea</i> , provavelmente calcado no gr. <i>amorphia</i> ‘deformidade, fealdade’(p. 437)	Mórphea Morféia [Do lat. <i>morphea</i> , calcado no gr. <i>morphé</i> , ‘forma] S.f.V. lepra (p. 1159).	DESCOBRIU-SE A CURA DA MORPHE’A
Debellar Debelar vb. ‘sujeitar, vencer, destruir, reprimir’ debellar XVI Do lat. <i>debellare</i> (p. 200).	Debellar Debelar [Do lat. <i>debellare</i> .] V.t.d. 1. Sujeitar; vencer, dominar. 2. Reprimir, combater. 3. Destruir, extinguir (p. 522).	[...] ELIXIR de M. MORATO, e suas experiên- cias, provaram que este remédio é o melhor depurativo para debellar to- do o vírus syphilitico [...]
Attestados Atestado adj. ‘que atestou’;	Attestados Atestado [Part.	[...] Prova-o muitos attestados de medicos illustre

sm ‘documento’ XVI. Do lat. <i>attestatus</i> (p. 66).	substantivado de atestar] S.m. 1. Documento que contém atestação; certidão. 2. Fam. prova, demonstração: Tal afirmação de sua parte é um atestado de culpa (p.192).	e de pessoas que tem tido a felicidade de curar-se de tão terrível mal-a Morphéa [...]
Junta Junta sf ‘reunião’ <i>iuta</i> XIV (p. 376). Higiene sf ‘conhecimento da, ou prática relativa à manutenção da saúde’ ‘ciência sanitária’ ext. ‘limpeza, asseio’. Do fr. <i>hygiène</i> , deriv. do gr. <i>hygieine</i> (p. 337).	Junta Junta S.f. 1. Ponto de junção e reunião; juntura, junção. 2. Articulação, juntura. 3. Ponto ou superfície que aderem dois objetos. 4. Par, parêla. 5. Reunião de pessoas convocadas para determinado fim; comissão. 6. Conferência de médicos junto a um enfermo, um dos quais geralmente o assiste (p. 994). Higiene [Do gr. <i>hygieinós</i> , pelo fr. <i>hygiène</i> .] S.f. 1. Ciência que visa à preservação da saúde e à prevenção da doença. 2. Fig. Limpeza, asseio (p. 895).	[...] A aprovação da Junta de Hygiene do Rio de Janeiro e a auctoris- cão do governo imperial, são uma garantia aos beneficios deste remédio. A felicidade da humanidade è a descoberta do ELIXIR

Quadro 32: Dicionarização e exemplificação do anúncio JEdaP90an26-04-1891.

O próximo recorte refere-se à “Pharmacia Central” que utilizava a página do Jornal “O Parahybano”, de 1892, neste anúncio, para propagar diversos medicamentos que lá se encontram para comercialização. São remédios conhecidos pela sociedade da época, já anunciados outrora em outras páginas de periódicos paraibanos contemporâneos.

PHARMACIA CENTRAL
RUA MACIEL PINHEIRO N.º 43

E' uma realidade conhecida o effeito prompto dos *Especificos Homeopathicos* do Dr. Humphreys.

Alem do sortimento completo de especificos em carteiras e vidros soltos para o tratamento de todas as enfermidades a vinda as *Especialidades* para o tratamento da epilepsia molestias nervozas syphilis e hemorrhoïdas.

As carteiras completas sao acompanhadas de um grande manual em rica encadernação. Vende-se separadamente tambem o mesmo livro, e dà-se gratuitamente pequenos manuaes que ensinão o tratamento das molestias com os especificos homeopathicos.

A maravilha Curativa e o Azeite Amamelles são do mesmo autor e applicão-se no tratamento do rheumatismo, feridas, golpes, nevralgias, inflamações e dor de dentes o primeiro, o segundo no curativo das fistulas, hemorrhoïdas, queimaduras, contusões, golpes, rheumatismos, dertos, impingens, callos etc.

SUCESSO JA CONHECIDO

Vende-se na Pharmacia Central de José Francisco de Moura Rua, Maciel Pinheiro 45.

PARA SEZÕES

As verdadeiras pilulas do Pará e o Remedio contra sezões de Ayer vendem-se na Pharmacia Central de José Francisco de Moura. Agente unico n'este Estado.

Oleo de São Jacob

Este importantissimo remedio para rheumatismo, nervalgia toda a qualidade de dôr vende-se na Pharmacia Central José Francisco de Moura.

—Unico Agente n'esta capital—

MORDEDURA DE COBRAS

E agente a Tintura de Perianthopodos Alves Câmara Pharmaceutico José Francisco de Moura e vende-se na Pharmacia Central.

Agencia de todos os preparados do Pharmaceutico Alves Câmara

Visita officina B

ELLO DE AYER

O capitão Clodoaldo da F... ceca tambem é sobrinho de...

PHARMACIA CENTRAL|| RUA MACIEL PINHEIRO N.º 43|| E' uma realidade conhecida o effeito prompto dos Especificos| Homeopathicos do Dr. Humphreys.|| Alem do sortimento completo de especificos em carteiras e vi-| dros soltos para o tratamento de todas as enfermidades a vinda| as Especialidades para o tratamento da epilepsia molestias nervo-| zas syphilis e hemorrhoïdas.|| As carteiras completas sao acompanhadas de um grande ma-| nual em rica encadernação. Vende-se separadamente tambem o| mesmo livro, e dà-se gratuitamente pequenos manuaes que ensi-| não o tratamento das molestias com os especificos homeopathi-| cos.|| A maravilha Curativa e o Azeite Amamelles são do mesmo au-| ctor e applicão-se no tratamento do rheumatismo, feridas, golpes,| nevralgias, inflamações e dor de dentes o primeiro, o segundo no| curativo das fistulas, hemorrhoïdas, queimaduras, contusões, gol-| pes, rheumatismos, dertos, impingens, callos etc.|| SUCESSO JÁ CONHECIDO|| Vende-se na Pharmacia Central de José Francisco de Moura| Rua, Maciel Pinheiro 43.|| PARA SEZÕES|| As verdadeiras pilulas do Pará e o Remedio contra sezões de| Ayer vendem-se na Pharmacia Central de José Francisco de| Moura. Agente unico n'este Estado|| Oleo de São Jacob|| Este importantissimo remedio para rheumatismo, nervalgia to-| da a qualidade de dôr vende-se na Pharmacia Central José Fran-| cisco de Moura.|| - Unico Agente n'esta capital -|| MORDEDURA DE COBRAS|| E agente a Tintura de Perianthopodos Alves Camara Pharma-| ceutico José Francisco de Moura e vende-se na Pharmacia| Central.|| Agencia de todos os preparados do Pharmaceutico Alves Ca-| [rasgado]

Figura 24: Anúncio 24 JP90an23-02-1892 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 254).

O primeiro medicamento a ser enfatizado, nesse anúncio, refere-se ao específico “Homeopathico do Dr. Humphreys”, posteriormente, há a menção de outros específicos similares que atacam diversas doenças, tais como a sífilis, as moléstias nervosas e até mesmo a hemorróida. É interessante a abrangência de atuação desses remédios, ou seja, eles combatem às desordens provenientes de diferentes sistemas do corpo humano e ainda vêm acompanhados de uma espécie de bula (“[...] As carteiras completas são acompanhadas de um grande manual em rica encadernação [...]”).

Observamos, também, que além de medicamentos homeopáticos, a farmácia comercializa grandes manuais, citados como livro no anúncio acerca aos tratamentos das moléstias com os específicos homeopáticos.

A Maravilha Curativa e o Azeite Amamelles também são compostos oriundos do mesmo fabricante (Dr. Humphreys) e também prometiam a cura para uma vasta quantidade de doenças, fazendo com que o leitor que, provavelmente, venha a ser consumidor seja seduzido pelo poder de cura atrelado aos remédios em questão.

[...] A maravilha Curativa e o Azeite Amamelles são do mesmo autor e applicão-se no tratamento do rheumatismo, feridas, golpes, nevralgias, inflamações e dor de dentes o primeiro, o segundo no curativo das fistulas, hemorrhoidas, queimaduras, contusões, golpes, rheumatismos, dertos, impingens, callos etc.[...] (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 254).

Por se tratar de medicamentos, frequentemente, encontrados nos jornais, há a utilização da expressão “SUCESSO JÁ CONHECIDO”, com a intenção de persuadir o leitor, por atestar o triunfo alcançado pelos medicamentos presentes no anúncio.

A qualificação atribuída aos remédios se realiza por meio de adjetivos enaltecendo-os, tais como: “[...] **verdadeiras** pílulas [...]” (ressaltando sua autenticidade) e “[...] **importantíssimo** remédio [...]” [grifo nosso].

Apesar do anúncio englobar uma série de medicamentos, percebemos que no quesito que contempla a posologia e o modo de usar dos mesmos há uma ausência de informações, conforme quadro a seguir:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	[...] Especificos Homeopathicos do Dr. Humphreys [...] [...] A maravilha Curativa e o Azeite Amamelles são do

	mesmo au- ctor [...] [...] As verdadeiras pilulas do Pará e o Remedio contra sezões de Ayer [...] [...] Oleo de São Jacob [...] [...] E agente a Tintura de Perianthopodos Alves Camara Pharma- ceutico José Francisco de Moura [...]
Indicações	[...] para o tratamento de todas as enfermidades a vinda as Especialidades para o tratamento da epilepsia molestias nervo- zas syphilis e hemorrhoidas [...] [...] applicão-se no tratamento do rheumatismo, feridas, golpes, nevralgias, inflamações e dor de dentes o primeiro, o segundo no curativo das fistulas, hemorrhoidas, queimaduras, contusões, gol- pes, rheumatismos, dartros, impingens, callos etc.[...] [...] PARA SEZÕES As verdadeiras pilulas do Pará e o Remedio contra sezões de Ayer [...] [...] Este importantíssimo remedio para rheumatismo, nervalgia to- da a qualidade de dôr [...]
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição do produto e apresentação	[...] Especificos Homeopathicos [...] [...] A maravilha Curativa e o Azeite Amamelles [...] [...] pilulas do Pará e o Remedio contra sezões de Ayer [...] [...] Oleo de São Jacob [...] Tintura de Perianthopodos [...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...] Vende-se na Pharmacia Central de José Francisco de Moura Rua, Maciel Pinheiro 43 [...] [...] vende-se na Pharmacia Central José Fran cisco de Moura. - Unico Agente n'esta capital[...] [...] vende-se na Pharmacia Central. Agencia de todos os preparados do Pharmaceutico Alves Ca- [rasgado]

Quadro 33: Categorias de análise do anúncio JP90an23-02-1892.

Ao adentrarmos na análise lexical propriamente dita percebemos as seguintes características concernentes aos vocábulos por nós destacados:

1. Lexias que tiveram alteração em sua carga semântica ao serem empregadas no referido anúncio:

Vocábulos	Sentido
Específicos	Fórmulas/ Medicamentos
Carteiras	Cartelas
Azeite Amamelles	Óleo de Hamamélis
Golpes	Espasmos

Quadro 34: Vocábulos X Sentido.

1. Vocábulos bastante utilizados no século XIX, porém em desuso na atualidade: “moléstias” (doenças), “sezões” (febre intermitente) e “mordedura” (mordida);
2. Palavras relacionadas a termos técnicos encontrados no anúncio: “dartros” e “tintura de Perianthopodos”.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da. Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela novo ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	NASCENTES, Antenor. Dicionário etimológico resumido . Instituto Nacional do Livro. MEC, 1966 (Coleção Dicionários Especializados- I).	EXEMPLO Recorte do anúncio
Específicos Específico XVIII. Do lat. tard. <i>specificus</i> ► espécie sf. ‘gênero, natureza, qualidade’(p. 264).	Específicos Específicos [Do lat. <i>specificu</i> .] Adj. 1. Relativo a, ou próprio de espécie. 2. Exclusivo, especial. 3. Diz-se de medicamento que tem ação especial contra determinada doença. 4. Lóg. Diz-se do que pertence à espécie. 5. S.m. Medicamento homeopático em comprimidos (p. 701).	[...] E’ uma realidade conhecida o efeito pronto dos Especificos Homeopathicos do Dr. Humphreys [...]
Carteiras Carteira sf. ‘bolsa para documentos, dinheiro etc’, ‘mesa para escrever’1844 (p. 132).	Carteiras Carteira S.f. 1. Bolsa de couro, lona, etc, com fecho, para guardar cartas, cartões, documentos, dinheiro e pequenos objetos [...] 9. Bras. Maço, invólucro: carteira de cigarros (p. 360).	[...] Além do sortimento completo de especificos em carteiras e vi- dros soltos para o tratamento de todas as enfermidades [...]
Moléstias Moléstia - molestar vb ‘afetar,	Moléstias Moléstia [Do lat. <i>molestia</i>]	[...] Especialidades para o tratamento da epilepsia

maltratar, magoar' XVI. Do lat. <i>molestare</i> (p.433).	S. f. 1. Incômodo ou sofrimento físico; doença, achaque, mal. 2. Doença das plantas ou dos animais. 3. Incômodo ou sofrimento moral, aborrecimento, inquietação, mal. 4. Bras. Pop. raiva (p. 1150).	molestias nervo- zas syphilis e hemorrhoidas [...]
Azeite Amamelles Azeite sm. 'óleo de azeitona' XIII. Do ar. <i>azzait</i> (p. 73). Hamamélis sf. 'planta dicotiledônia originária dos EUA' hamamélia 1899 Do lat. cient. <i>hamamelis</i> (virginiana) deriv. do gr. <i>hamamelis</i> -idos 'espécie nespereira' (p. 331).	Azeite Amamelles Azeite [Do ár. <i>Az-zait</i> , 'óleo'.] S.m. 1. Óleo de azeitona. 2. Óleo extraído de outras frutas, de certas plantas, ou da gordura de certos animais (p. 210). Hamamélis [Do gr. <i>hamamelís</i> .] S.f. Planta da família das hamamelidáceas (<i>Hamamelis virginiana</i>), outrora muito empregada na medicina, e hoje em desuso (p. 881).	[...] A maravilha Curativa e o Azeite Amamelles são do mesmo au- ctor e applicão-se no tratamento do reumatismo, feridas, golpes, nevralgias, inflamações e dor de dentes o primeiro, o segundo no curativo das fistulas, hemorrhoidas, queimaduras, contusões, gol- pes, reumatismos, dartos, impingens, callos etc. [...]
Golpes Golpe sm. 'pancada, ferimento, lance, crise' XIII, <i>colbe</i> . Do lat. vulg. <i>colopus</i> , deriv. do cláss. <i>colaphus</i> 'bofetada' e, este, do gr. <i>kólaphos</i> (p. 320).	Golpes Golpe [Do gr. <i>kólaphos</i> , 'bofetada', pelo lat. <i>colaphu</i>] S.m. 1. Movimento pelo qual o corpo se choca com outro, pancada. 2. Efeito ou consequência desse movimento; lesão, contusão, moxa. 3. Ferimento, ferida, corte, incisão. [...] 5. Ação súbita ou inesperada [...] (p. 856).	[...] A maravilha Curativa e o Azeite Amamelles são do mesmo au- ctor e applicão-se no tratamento do reumatismo, feridas, golpes, nevralgias, inflamações e dor de dentes o primeiro, o segundo no curativo das fistulas, hemorrhoidas, queimaduras, contusões, gol- pes, reumatismos, dartos, impingens, callos etc.[...]
Dartos Dartro sm. 'dermatose'XIX. Do fr. <i>dartre</i> , deriv. do lat. <i>derbita</i> , de origem gaulesa (p. 199).	Dartos dartro: [Do céltico, pelo fr. <i>dartre</i>] S.m. Obsol. 1. Designação genérica, e imprecisa, de várias dermatoses. 2. Designação vulgar do herpes (p. 521).	[...] o segundo no curativo das fistulas, hemorrhoidas, queimaduras, contusões, gol- pes, reumatismos, dartos, impingens, callos etc.[...]
Sezões Sezão sf. 'febre intermitente	Sezões Sezão [talvez do lat.	[...] As verdadeiras pilulas do Pará e o Remedio contra

ou periódica’ <i>sazon</i> XIII, <i>sezom</i> XIV De etimologia controversa (p. 593).	accessione, acesso de febre intermitente’] S.f. 1. Febre intermitente ou periódica (p. 1581).	sezões de Ayer vendem-se na Pharmacia Central de José Francisco de Moura [...]
Mordedura Mordedura XV ► morder vb. ‘apertar com os dentes’. Do lat. <i>mordere</i> (p. 436).	Mordedura Mordedura S.f. 1. ato ou efeito de morder; dentada. 2. Vestígio de dentada. 3. Fig. Impressão, marca, vestígio doloroso (p. 1159).	[...]MORDEDURA DE COBRAS E agente a Tintura de Perianthopodos Alves Camara Pharma- ceutico José Francisco de Moura e vende-se na Pharmacia Central. Agencia de todos os preparados do Pharmaceutico Alves Ca- [rasgado]
Tintura de Perianthopodos Tintura sf. ‘ato de tingir’XIV. Do lat. <i>tinctura</i> (p. 635). Periantopódio Vocábulo não encontrado.	Tintura de Perianthopodos Tintura [Do lat. <i>tinctura</i> .] S.f. 1. Ato ou operação de tingir; tingidura, tingimento, tincão. 2. Tinta usada especialmente para tingir [...] 5. Far. Álcool ou éter carregado, por maceração ou lixiviação, dos princípios ativos de uma ou diversas substâncias da natureza vegetal, animal ou mineral (p. 1679). Periantopódio [De perianto + -pod (o)- + -io).] S.m. Morf. Veg. Porção inferior do tubo periantal, que é conrescente com a base dos estiletos. Ocorre nas fragáceas (p. 1309).	[...] E agente a Tintura de Perianthopodos Alves Camara Pharma- ceutico José Francisco de Moura e vende-se na Pharmacia Central. Agencia de todos os preparados do Pharmaceutico Alves Ca- [rasgado]

Quadro 35: Dicionarização e exemplificação do anúncio JP90an23-02-1892.

O próximo anúncio a ser analisado refere-se ao óleo de São Jacob que alivia com prontidão desordens variadas do organismo humano.



Oleo de| São Jacob|| O GRANDE|
 REMEDIO ALLEMÃO.| PARA
 CURAR COM PROMPTIDÃO| O
 RHEUMATISMO,| NEURALGIA,
 GOTA,| SCIATICA E DOR NAS
 COSTAS,| QUEIMADURAS,
 INCHAÇÕES,| DORES| da Garganta,
 de Cabeça, Dentes e Ouvidos|
 DISLOCAÇÕES E CONTUSÕES| E
 TAMBEM| Toda a especie de Dores e
 Pontadas.|| \$ vende em todas as Boticas
 e Pharmacias| Do Brazil. Fabricad por|
 VOGELER & CIA.,| Baltimore, Md.,
 E. U. A.||

Figura 25: Anúncio JP90an27-02-1892 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p.270).

A imagem de um santo, São Jacob, elevando um frasco de remédio e este sendo repleto de raios ao seu redor, remetendo-nos à lembrança de uma figura solar é o que nos chama atenção inicialmente. A elevação física do medicamento realizada por um ser tido como um santo, um abençoado de Deus, enaltece o medicamento à categoria de algo sagrado, que tudo cura em nome da fé, configurando, assim, a remissão a uma autoridade celestial.

Outra particularidade do produto diz respeito ao título “O grande remédio allemão”, ressaltando sua origem alemã, já que no século XIX muitos leitores de jornais, aqueles mais

abastados, possuíam uma opção mais refinada de se tratar uma enfermidade: utilizavam medicamentos importados, como, por exemplo, o óleo de São Jacob; ou, até mesmo, iam direto à fonte, embarcando em um navio para tratar da saúde na Europa.

O óleo de São Jacob é visto como um produto milagroso (vocábulo este que nos remete ao sagrado, ao santo), pois curava rapidamente doenças de origens diversas:

[...].| PARA CURAR COM PROMPDÃO| O RHEUMATISMO,| NEVRALGIA, GOTA,| SCIATICA E DOR NAS COSTAS,| QUEIMADURAS, INCHAÇÕES,| DORES| da Garganta, de Cabeça, Dentes e Ouvidos| DISLOCAÇÕES E CONTUSÕES| E TAMBEM| Toda a especie de Dores e Pontadas [...] (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p.270).

Apesar de ser vendido em “[...] todas as Boticas e Pharmacias| Do Brazil [...]”, talvez, a informação mais importante referia-se à sua fabricação norte-americana “[...] Fabricad[ilegível] por| VOGELER & CIA.,| Baltimore, Md., E. U. A.”, que qualificava o produto, atribuindo-lhe *status*.

Muitos resquícios desta época (século XIX) encontram-se latentes no atual século, como exemplo, as expressões “santo remédio” e “cura tudo” atreladas, muitas vezes, a remédios caseiros ou ditos naturais.

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	Oleo de São Jacob O GRANDE REMEDIO ALLEMÃO [...] [...] Fabricad por VOGELER & CIA., Baltimore, Md., E. U. A.
Indicações	[...] PARA CURAR COM PROMPDÃO O RHEUMATISMO, NEVRALGIA, GOTA, SCIATICA E DOR NAS COSTAS, QUEIMADURAS, INCHAÇÕES, DORES da Garganta, de Cabeça, Dentes e Ouvidos DISLOCAÇÕES E CONTUSÕES E TAMBEM Toda a especie de Dores e Pontadas [...]
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição e/ou apresentação do produto	Oleo de São Jacob [...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...]. \$ vende em todas as Boticas e Pharmacias Do Brazil [...]

Quadro 36: Categorias de análise do anúncio JP90an27-02-1892.

Não há especificações referentes à posologia e ao modo de usar, bem como à composição do produto no anúncio.

No que tange ao léxico encontrado no presente anúncio, observamos alterações gráficas em alguns vocábulos, principalmente nos que se referem às doenças (rheumatismo para reumatismo, sciatica para ciática); mudanças linguísticas e sufixais de alguns termos, porém com a mesma carga semântica (inchações para inchaço; dislocações para deslocamento ou luxação); palavras de cunho popular (gota, pontadas); lexias técnicas da área médica (rheumatismo, sciatica e nevralgia) e a presença do termo “botica”, não mais utilizado na atualidade e bem característico do século XIX.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Promptão Prompto Pronto <i>adj.</i> ‘que não tarda’ ‘ligeiro’ ‘imediatamente’ 1572. Do lat. <i>promptus</i> –a –um, part. <i>promere</i> (p.525).	Promptão Prontidão S.f. 1. Qualidade do que é pronto. 2. Presteza, agilidade, desembaraço, rapidez (p.1401).	[...]PARA CURAR COM PROMPDÃO [...]
Rheumatismo Reumatismo ► Reuma <i>sf</i> ‘(Patol.) fluxo catarral ou aquoso’ XVII, <i>rreyma</i> XIV Do lat. <i>rheuma</i> , deriv. Do gr. <i>rheuma</i> –tos reuma METRO, reumatô METRO sm. 1874 reumat ALG.IA <i>sf</i> . ‘(Patol.) dor de reumatismo’ 1890 reumático 1813. Do lat. tard. <i>rheumaticus</i> , deriv. Do gr. <i>rheumatikós</i> reumat ISMO 1813. Do lat. tard. <i>rheumatismus</i> , deriv. Do gr. <i>rheumatismós</i> (p. 563).	Rheumatismo Reumatismo [Do gr. <i>rheumatismós</i> , pelo lat. <i>rheumatismu</i> .] S.m.. Designação imprecisa, comum a várias afecções acompanhadas, entre outras manifestações, de dores nos músculos, nas articulações e nos tendões (p. 1504).	[...] PARA CURAR COM PROMPDÃO O RHEUMATISMO [...]

Nevralgia Nevralgia ► Neur (o)-, nevr(o)- <i>elem. comp.</i>, do gr. <i>neur(o)-</i>, de <i>neuron</i> ‘nervo’ (lat. <i>nervus</i>), que se documenta em vocs. Eruditos na linguagem científica internacional, a partir do séc. XIX, particularmente no domínio da medicina. Não há, ao que parece, nenhuma razão de ordem científica que justifique a oscilação <i>neu/nev</i> (<i>neurastenia/nevralgia</i>) na formação dos compostos portugueses. Nos vocs. adiante relacionados essa oscilação patenteada, mas o motivo da preferência por uma das formas, <i>neu-</i> ou <i>nev-</i>, é, sem dúvida, aleatório ► neurAL 1899 neurALG.IA 1899. Cp. <i>nevralgia</i> (p.449).	Nevralgia Nevralgia [De nevr(o) + alg(o) + -ia) S.f. Méd. Neuralgia (p. 1192) neuralgia [De neur(o) + alg(o) + -ia) S.f. Méd. Dor paroxística , que se estende ao longo do trajeto de um ou mais nervos; nevralgia (p.1191)	[...] PARA CURAR COM PROMPDÃO O RHEUMATISMO, NEVRALGIA [...]
Gota Gota¹ sf. ‘pingo de qualquer líquido’ XIII. Do lat. <i>gutta</i> ESgotADO XVI ESgotAMENTO 1844 ESgotAR XVI gota² sf. ‘(Med.) diátese caracterizada por perturbações viscerais ou articulares com depósitos de uratos’ XIII. De gota¹ gotADO XIV gotEIRA -eyra XIII gottejante 1881 gotEJAR XVI, -eyar XIV gotÍ. CULA XX gotOSO XIV. De gota² gutÍ.FERO -tti- 1858 (p.321).	Gota Gota [Do lat. <i>gutta</i>] S.f. <i>Patol.</i> Forma hereditária de artrite, caracterizada por hiperuricemia e recidivas paroxísticas agudas, e ocorre, em geral. Numa única articulação periférica, seguindo-se de remissão completa do fenômeno clínico (p.859).	[...] PARA CURAR COM PROMPDÃO O RHEUMATISMO, NEVRALGIA, GOTA [...]
Sciatica Ciático adj. ‘(Anat.) do ísquio ou dos quadris’ <i>sci-</i> 1844 Do lat. tard.	Sciatica Ciática {Fem. Substantivado de ciático; subtende-se dor.] S.f. Med.	[...] PARA CURAR COM PROMPDÃO O RHEUMATISMO, NEVRALGIA, GOTA,

<i>sciaticus</i> (por <i>ischiadicus</i>, derv. Do gr. <i>ischiadikós</i>, de <i>ischíon</i> ‘ísquio’), provavelmente através do fr. <i>sciatique</i> ciátICA sf. ‘(Med.) nevralgia do nervo ciático’ XVI (p. 149).	Neuralgia do nervo ciático (p. 402).	SCIATICA [...]
Inchações Inchação ► Inchar <i>vb</i> ‘tornar túmido, intumescer, aumentar o volume de, enfunar’ XIII. Do lat. <i>inflare</i> DESinchar XIII inchAÇÃO -çon XIII inchAÇO <i>jn</i>-XIV, <i>jnchaco</i> XV inchADO XIV, <i>jnchado</i> XVI inchADOR XV inchAMENTO XV. Cp. INFLAR (p.354).	Inchações Inchação [Do lat. <i>inflatione</i>.] S.f. 1. ato ou efeito de inchar. 2.Tumor, anasarca. [Sin., (pop.): inchaço, inchume e (Bras., N.E.) mondrongo] 3. Fam. Arrogância, presunção, vaidade (p.930).	[...] PARA CURAR COM PROMPDÃO O RHEUMATISMO, NEVRALGIA, GOTA, SCIATICA E DOR NAS COSTAS, QUEIMADURAS, INCHAÇÕES [...]
Dislocações Vocábulo não encontrado.	Dislocações Vocábulo não encontrado.	[...] PARA CURAR COM PROMPDÃO O RHEUMATISMO, NEVRALGIA, GOTA, SCIATICA E DOR NAS COSTAS, QUEIMADURAS, INCHAÇÕES, DORES da Garganta, de Cabeça, Dentes e Ouvidos DISLOCAÇÕES [...]
Pontadas Pontada ► Ponta <i>sf</i>. ‘a parte ou ponto em que alguma coisa termina, extremidade’ XIII. Do lat. <i>puncta</i> -ae ‘estocada’ ApontAMENTO XVI ApontAR XVI DES. ApontAR XVI DESSpontAR XVI ESSpontAR 1858 IMpontuAL 1874 IMpontuAL.IDADE XX PESSpontAR, POSSpontAR XVII PESSponto, POSponto 1844, <i>posponto</i> 1844 pontAÇO 1899 pontADA XVI (p.511).	Pontadas Pontada [De <i>ponta</i> + -<i>ada</i>.] S.f. 1. Dor aguda e rápida; ferroadada. 2. V. pontoada. ♦ Pontada no vazio. <i>Pop.</i> Suposta dor na região Antero-lateral e inferior do abdome (p.1361).	[...] PARA CURAR COM PROMPDÃO O RHEUMATISMO, NEVRALGIA, GOTA, SCIATICA E DOR NAS COSTAS, QUEIMADURAS, INCHAÇÕES, DORES da Garganta, de Cabeça, Dentes e Ouvidos DISLOCAÇÕES E CONTUSÕES E TAMBEM Toda a especie de Dores e Pontadas [...]

Boticas Botica ► Bodega <i>sf.</i> ‘taberna, cantina’ XIII. Do lat. <i>apotheca</i>, deriv. Do gr. <i>apothéke</i> ‘depósito, armazém’ AbodegAR XIV bodeguEIRO 1813 botica <i>sf.</i> ‘farmácia’ <i>bu-</i> XV Divergente de bodega, talvez pelo fr. <i>boutique</i> boticÁRIO <i>apotecayro</i> XV Do lat. <i>apothecarius</i> butique <i>sf.</i> ‘loja sofisticada’ XX. Do fr. <i>boutique</i> (p. 94).	Boticas Botica [Do gr. <i>apothéke</i>, ‘depósito’] S.f. Estabelecimento onde se preparam e vendem medicamentos; farmácia (p.279).	[...] \$ vende em todas as Boticas e Pharmacias Do Brazil. Fabricad por VOGELER & CIA., Baltimore, Md., E. U. A.
--	---	--

Quadro 37: Dicionarização e exemplificação do anúncio JP90an27-02-1892.

O Peitoral de Cereja do Dr. Ayer foi um dos produtos mais divulgados nas páginas dos jornais paraibanos do século XIX. O seu anúncio propagava que ao utilizá-lo o paciente seria curado de todas as tosses e afecções pulmonares e/ou aumentaria a força e a flexibilidade da voz.



O Peitoral do Dr. Ayer
augmenta maravilhosamente
a força e a flexibilidade da voz.

Peitoral de Cereja DO DR. AYER.

As doenças mais graves e afflictivas da garganta e pulmões começam geralmente com desordens perigosas que se curam sem dificuldade, se se applica a tempo o remedio proprio. A demora é geralmente fatal. Constipação, e Tosse, a não receberem attenção, podem degenerar em Laryngite, Asthma, Bronchite, Pneumonia ou Tisica. Para estas enfermidades e todas as doenças dos pulmões o melhor remedio é o

Peitoral de Cereja do Dr. Ayer.

Nas familias onde ha creanças deve-se sempre tel-o em casa para ser administrado logo que se necessite. A demora de um dia em resistir á enfermidade pode, em muitos casos, retardar a cura ou até tornal-a impossivel. Não se deve portanto perder um tempo tão precioso, experimentando outros remedios de efficacia duvidosa, mas sim applicar logo o mais seguro e mais prompto em seus effeitos. O remedio mais aceito e universalmente conhecido é o PEITORAL DE CEREJA DO DR. AYER.

PREPARADO PELO
Dr. J. C. AYER & Ca., Lowell, Mass., E.U.A.
A venda nas principaes pharmacias e drogarias.

DEPOSITO GERAL
N. 13, Rua Primeiro de Março,
Rio de Janeiro.

Agencia e deposito:
Pharmacia central de José Francisco de Moura.
RUA MACIEL PINHEIRO N. 45

O Peitoral do Dr. Ayer| augmenta maravilhosamente| a força e a flexibilidade da voz.|| Peitoral de Cereja || DO DR. AYER.|| As doenças mais graves e afflictivas da| garganta e pulmões começam geralmente com| desordens perigosas que se curam sem difficul-| dade, se se applica a tempo o remedio proprio| A demora é geralmente fatal. Constipação.| e Tosse, a não receberem attenção, podem| degenerar em Laryngite, Asthma, Bron-| chite, Pneumonia ou Tisica. Para estas| enfermidades e todas as doenças dos pulmões| o melhor remedio é o| Peitoral de Cereja do Dr. Ayer.|| Nas familias onde ha creanças deve-se| sempre tel-o em casa para ser administrado| logo que se necessite. A demora de um dia| em resistir á enfermidade pode, em muitos| casos, retardar a cura ou até tornal-a imposs-| vel. Não se deve portanto perder um tempo| tão precioso, experimentando outros reme-| dios de efficacia duvidosa, mas sim applicar| logo o mais seguro e mais prompto em seus| effeitos. O remedio mais aceito e universal-| mente conhecido é o PEITORAL DE CEREJA| DO DR. AYER.|| PREPARADO PELO| Dr. J. C. AYER & Ca., Lowell, Mass., E.U.A.|| Á venda nas principaes pharmacias e dro-| garias.|| DEPOSITO GERAL|| N.13, Rua Primeiro de Março,| Rio de Janeiro.|| Agencia e deposito:| Pharmacia central de José Fran-| cisco de Moura.| RUA MACIEL PINHEIRO N. 45||

Figura 26: Anúncio JP90an20-08-1892 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 250).

Apesar de não termos a intenção de fazer uma análise detalhada acerca dos aspectos não verbais dos anúncios de medicamentos, mister se faz atentarmos para a imagem que compõe o presente anúncio, a qual é representada por três pássaros regidos por um outro atuando como um maestro de um coral. Assim, percebemos que nas entrelinhas do texto o

anunciante tem como intuito persuadir o leitor através da premissa de que quem fizer uso dessa substância cantará, ou melhor, terá a voz forte e flexível como o canto dos pássaros.

Além dessas disposições, o anúncio contempla uma série de indicações medicamentosas, advertindo aqueles que por ventura venham tomá-lo que o faça rapidamente, pois a demora em sua administração poderá transformar doenças comuns em enfermidades graves ou, ainda, poderá ser fatal, conforme excertos abaixo:

[...] As doenças mais graves e afflictivas da| garganta e pulmões começam geralmente com| desordens perigosas que se curam sem difficul-| dade, se se applica a tempo o remedio proprio| A demora é geralmente fatal. Constipação.| e Tosse, a não receberem atenção, podem| degenerar em Laryngite, Asthma, Bron-| chite, Pneumonia ou Tision [...]

[...] Nas famílias onde ha creanças deve-se| sempre tel-o em casa para ser administrado| logo que se necessite. A demora de um dia| em resistir á enfermidade pode, em muitos| casos, retardar a cura ou até tornal-a impossi-| vel. Não se deve portanto perder um tempo| tão precioso, experimentando outros reme-| dios de efficacia duvidosa, mas sim applicar| logo o mais seguro e mais prompto em seus| efeitos.[...] (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 250)

Tal estratégia utilizada pelo anunciante refere-se a repetição de uma ideia, consistindo, nesse caso, na rápida utilização do medicamento pelo enfermo para que tão logo seja proporcionada a cura e não o agravamento da doença. Para qualquer autor, a repetição é uma estratégia de persuasão crucial, porém deverá ser usada com cautela, pois a sua má utilização poderá ocasionar a repulsa do leitor ao produto anunciado.

Como ocorre em vários anúncios do século XIX, o anunciante ressalta a autoridade do Dr. Ayer como fabricante do medicamento, com o objetivo de atribuir ao produto uma credibilidade social, ressaltando sua origem estrangeira (“[...] PREPARADO PELO| Dr. J. C. AYER & Ca., Lowell, Mass., E.U.A.[...]”) e ratificando que sua comercialização não se dá em qualquer farmácia e drogarias, mas sim nas principais (“[...]Á venda nas principaes pharmacias e dro-| garias [...]).

O uso da linguagem subjetiva e dos advérbios (“[...] O remedio **mais** aceito e **universal-**| **mente** conhecido é o PEITORAL DE CEREJA| DO DR. AYER [...]” [grifo nosso]) também contribui para a valorização do medicamento, ressaltando sua eficácia e seu uso em esfera mundial.

O anúncio engloba quase todas as categorias de análise aqui propostas, porém no que se refere à “posologia e/ou modo de usar” não encontramos como esse composto deverá ser administrado pelo paciente, conforme o quadro abaixo:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	O Peitoral do Dr. Ayer augmenta maravilhosamente a força e a flexibilidade da voz. Peitoral de Cereja DO DR. AYER [...] [...]O remedio mais aceito e universal- mente conhecido é o PEITORAL DE CEREJA DO DR. AYER. PREPARADO PELO Dr. J. C. AYER & Ca., Lowell, Mass., E.U.A. [...]
Indicações	[...]As doenças mais graves e afflictivas da garganta e pulmões começam geralmente com desordens perigosas que se curam sem difficul- dade, se se applica a tempo o remedio proprio A demora é geralmente fatal Constipação. e Tosse, a não receberem atenção, podem degenerar em Laryngite, Asthma, Bron- chite, Pneumonia ou Tision. Para estas enfermidades e todas as doenças dos pulmões o melhor remedio é o Peitoral de Cereja do Dr. Ayer [...]
Posologia e/ou modo de usar	[...]Nas familias onde ha creanças deve-se sempre tel-o em casa para ser administrado logo que se necessite. A demora de um dia em resistir á enfermidade pode, em muitos casos, retardar a cura ou até tornal-a impossi- vel. Não se deve portanto perder um tempo tão precioso, experimentando outros reme- dios de efficacia duvidosa, mas sim applicar logo o mais seguro e mais prompto em seus efeitos [...]
Composição do produto e apresentação	[...] Peitoral de Cereja [...]
Estabelecimento comercial em que se comercializado o produto	[...]Á venda nas principaes pharmacias e dro- garias. DEPOSITO GERAL N.13, Rua Primeiro de Março, Rio de Janeiro. Agencia e deposito: Pharmacia central de Josè Fran- cisco de Moura. RUA MACIEL PINHEIRO N. 45

Quadro 38: Categorias de análise do anúncio JP90an20-08-1892.

Observamos no anúncio a recorrência de termos técnicos relacionados às doenças mais frequentes da sociedade paraibana, tais como “constipação”, “asthma” e “tision”, ratificando, desse modo, uma tradição discursiva do gênero estudado no século XIX.

O vocábulo “peitoral” é utilizado como um substantivo no anúncio com a carga semântica semelhante a do vocábulo “xarope”, ou seja, como um medicamento que atacava as doenças que afligiam a garganta, promovendo um alívio e aumentando a flexibilidade vocal.

No que se refere ao termo “desordens”, verificamos que, no contexto em que se é empregado, se apresenta como uma expressão coloquial, bem popular da época e que se refere às possíveis causas que desencadearam uma grave doença.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Peitoral Peitoral ► peito <i>sm.</i> ‘tórax’ . Do lat. <i>pectus-oris</i> . PeitoRAL XIV, pey-XIII etc. Do lat. <i>pectorale</i> – is (p. 485).	Peitoral Peitoral [Do lat. <i>pectorale</i> .] Adj. 2 g. 1. Do peito. 2. Que faz bem ao peito. 3. S.m. Anat. Cada um dos dois músculos (grande peitoral e pequeno peitoral) existentes em cada metade da parede torácica anterior. 4. Medicamento contra mal do peito (p. 1295)	O Peitoral do Dr. Ayer aumenta maravilhosamente a força e a flexibilidade da voz [...]
Desordens Desordem ► <i>des-</i> <i>pref.</i> , do lat. <i>dis-</i> , de grande vitalidade em português, com as noções básicas de: (i)coisa (ou ação) contrária àquela que é expressa pelo termo primitivo (desacordo, descoser) [...] (p. 207). ordem <i>sf</i> ‘disposição, regra disciplina’ desordem XVI (p.463)	Desordens Desordem [De <i>des-</i> + <i>ordem</i> .] S.f. 1. Falta de ordem; desarranjo, desarrumo, desorganização. 2. Desconcerto, desalinho. 3. Confusão, barulho, gritaria, algazarra. 4. Confusão, tumulto, briga, motim. 5. Desvairamento, loucura, alucinação (p. 571).	[...]garganta e pulmões começam geralmente com desordens perigosas [...]
Constipação Constipação ► constipar <i>vb</i> ‘orig. causar ou ter prisão de ventre’ ‘ext. resfriar (-se)’ 1813. Do fr. <i>constiper</i> , deriv. lat. Do lat. constipare constipAÇÃO	Constipação Constipação [Do lat. <i>constipatione</i> .] S.f. 1. Prisão de ventre. 2. Pop. E impr. V. resfriado (p. 460).	[...] A demora é geralmente fatal Constipação [...]

1813. Do fr. <i>constipation</i> , deriv. Do lat. tar. <i>constipatio – onis</i> (p.174).		
Asthma Asma <i>sf</i> ‘doença caracterizada por ataques repetidos de dispneia’ XV. Do lat. <i>asthma</i> – átis e, este, do gr. <i>ásthma- atos</i> (p.62).	Asthma Asma [Do gr. <i>ásthma</i> , pelo lat. <i>asthma</i> .] S.f. Patol. Condição que se caracteriza por acessos recorrentes de dispnéia paroxística, tosse e sensação de constrição, por efeito da contração espasmódica dos brônquios. Em muitos casos é de natureza alérgica (p. 181).	[...]em Laryngite, Asthma, Bron- chite, Pneumonia ou Tision [...]
Tision Vocábulo não encontrado	Tision Tisio [Do gr. <i>phthísis</i> , eos.] Turbectulose pulmonar, consupção (p. 1682).	[...]em Laryngite, Asthma, Bron- chite, Pneumonia ou Tision [...]

Quadro 39: Categorias de análise do anúncio JP90an20-08-1892.

Uma característica marcante dos medicamentos do Dr. Ayer, próximo recorte a ser analisado, é a utilização de figuras no corpo de seus anúncios. Tal peculiaridade não era comumente usada em anúncios nos periódicos do século XIX, visto que a preocupação do anunciante era relacionada às descrições acerca das doenças que os respectivos remédios combatiam.

O EXTRACTO COMPOSTO DE
Salsaparrilha
DO DR. AYER.

É um alterativo de tanta efficacia que expulsa do systema toda a especie de Escrofulas Hereditarias, evita o contagio e neutraliza os effeitos do mercurio; ao mesmo tempo que vitalisa e enriquece o sangue, promovendo as funcções naturaes do organismo e renovando todo o systema. Este grande

Remedio Reconstituinte

É composto da verdadeira Salsaparrilha das Honduras, dos Ioduretos de Potassio e Ferro, com outros ingredientes de grandes qualidades reparadoras, cuidadosa e scientifi- camente combinados. A formula de sua composição é conhecida pelos medicos em geral, dos quaes os mais eminentes recetam a SALSAPARRILHA DO DR. AYER como um

Remedio Seguro

para as doenças provenientes de impurezas do sangue. Tem o mais alto gráo de concentração possível, excedendo n'isto qualquer outra preparação do seu genero que pretenda produzir eguaes effeitos, e por isso é o remedio mais barato e efficaz para purificar o sangue.

PREPARADO PELO
Dr. J. C. AYER & Co., Lowell, Mass., E.U.A.
é vendida nas principaes pharmacias e drogarias.

DEPOSITO GERAL
N. 13, Rua Primeiro de Março,
Rio de Janeiro

O EXTRACTO COMPOSTO DE Salsaparrilha DO DR. AYER. É um alterativo de tanta efficacia que expulsa do systema toda a especie de Escrofulas Hereditarias, evita o contagio e neutraliza os effeitos do mercurio; ao mesmo tempo que vitalisa e enriquece o sangue, promovendo as funcções naturaes do organismo e renovando todo o systema. Este grande Remedio Reconstituinte É composto da verdadeira Salsaparrilha das Honduras, dos Ioduretos de Potassio e Ferro, com outros ingredientes de grandes qualidades reparadoras, cuidadosa e scientifi- camente combinados. A formula de sua composição é conhecida pelos medicos em geral, dos quaes os mais eminentes recetam a SALSAPARRILHA DO DR. AYER como um Remedio Seguro para as doenças provenientes de impurezas do sangue. Tem o mais alto gráo de concentração possível, excedendo n'isto qualquer outra preparação do seu genero que pretenda produzir eguaes effeitos, e por isso é o remedio mais barato e efficaz para purificar o sangue. PREPARADO PELO Dr. J. C. AYER & Co., Lowell, Mass., E.U.A. Á [ilegível]da nas principaes pharmacias e drogarias. DEPOSITO GERAL N. 13, Rua Primeiro de Março, Rio de Janeiro

Figura 27: Anúncio JP90an02-10-1892 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 240).

Especificamente, nesse recorte, percebemos a figura de um homem bem vestido, podendo ser este o Dr. Ayer com referido tônico em mãos, dando a ideia de que esse medicamento é, realmente, eficaz e único.

O diferencial do produto é a sua composição, isto é, conforme mencionado no anúncio ele é o tônico original, pois é composto da verdadeira salsaparrilha das Honduras, elevando-o à categoria de ser um medicamento com ingredientes provenientes do estrangeiro.

A apresentação do Extrato Composto de Salsaparrilha do Dr. Ayer é bem detalhada e funciona como uma estratégia de persuasão para a compra do produto, já que ele é caracterizado por ser um alterativo eficaz que além de evitar o contágio de certas doenças, neutraliza os efeitos do mercúrio, vitaliza e enriquece o sangue e ainda renova todo o sistema.

Ao mencionar que sua fórmula de composição é conhecida e recomendada pelos médicos em geral, o anunciante, mais uma vez, ressalta a credibilidade que o produto detém perante a sociedade da época, que se deixava influenciar por propagandas de produtos com marcas ou de médicos estrangeiros.

Aspectos qualitativos, configurados pelo grau dos adjetivos e advérbios, compõem uma tradição discursiva concernentes aos anúncios do século XIX, exaltando os produtos anunciados, alguns exemplos retirados desse anúncio são:

[...]Este **grande**| Remedio **Reconstituente** [...] [grifo nosso]

[...] É composto da **verdadeira** Salsaparrilha| das Honduras, **dos Ioduretos de Potassio e Ferro**, com outros ingredientes de **grandes**| qualidades **reparadoras, cuidadosa e scientifi-**| **camente** combinados [...] [grifo nosso]

[...]A formula de sua| composição é conhecida pelos medicos em| geral, dos quaes os **mais eminentes** receitam| a SALSAPARRILHA DO DR. AYER como um|| Remedio **Seguro**|| para as doenças provenientes de impurezas| do sangue [...] [grifo nosso]

[...]Tem o **mais alto** grão de concentração| possível, excedendo n'isto **qualquer outra**| preparação do seu genero que pretenda pro-| duzir **eguaes** effeitos, e por isso é o remedio| **mais barato e efficaz** para purificar o sangue [...] [grifo nosso] (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 240)

No que tange às categorias de análise, observamos que, tanto a posologia, como a forma de utilização do produto, não se encontram especificadas no corpo do anúncio. Contudo, as demais categorias são, facilmente, visualizadas no seguinte quadro:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	[...] O EXTRACTO COMPOSTO DE Salsaparrilha DO DR. AYER[...] [...] A formula de sua composição é conhecida pelos medicos em geral, dos quaes os mais eminentes receitam a SALSAPARRILHA DO DR. AYER como um Remedio Seguro para as doenças provenientes de impurezas do sangue.[...]

	[...] PREPARADO PELO Dr. J. C. AYER & Ca., Lowell. Mass., E.U.A.[...]
Indicações	O EXTRACTO COMPOSTO DE Salsaparrilha DO DR. AYER. E’ um alterativo de tanta efficacia que expul- sa do systema toda a especie de Escrofulas Hereditarias, evita o contagio e neutra- lisa os effeitos do mercurio; ao mesmo tempo que vitalisa e enriquece o sangue, promovendo as funcções naturaes do organismo e reno- vando todo o systema [...] [...] de sua composição é conhecida pelos medicos em geral, dos quaes os mais eminentes receitam a SALSAPARRILHA DO DR. AYER como um Remedio Seguro para as doenças provenientes de impurezas do sangue. Tem o mais alto gráo de concentração possível, excedendo n’isto qualquer outra preparação do seu genero que pretenda pro- duzir eguaes effeitos, e por isso é o remedio mais barato e efficaz para purificar o sangue [...]
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição do produto e apresentação	[...] Este grande Remedio Reconstituinte É composto da verdadeira Salsaparrilha das Honduras, dos Ioduretos de Potassio e Ferro, com outros ingredientes de grandes qualidades reparadoras, cuidadosa e scientifi- camente combinados[...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...] Á [ilegível]da nas principaes pharmacias e dro- garias. DEPOSITO GERAL N. 13, Rua Primeiro de Março, Rio de Janeiro

Quadro 40: Categorias de análise do anúncio JP90an02-10-1892.

É importante mencionar que as lexias “Salsaparrilha” e “escrófulas” já foram identificadas e analisadas em anúncios anteriores e que são recorrentes no século XIX. Ambas referem-se a termos técnicos da área de saúde, isto é, a primeira consiste em uma erva, que é considerada um eficiente depurativo; já a segunda encontra-se em desuso na atualidade e refere-se a uma doença que ataca a saúde das crianças e dos jovens.

O vocábulo “alterativo” apresenta-se como um substantivo no que se refere a sua classe gramatical no anúncio. É um vocábulo característico do século XIX e encontrado em vários recortes de jornais da respectiva época, porém não percebemos sua utilização frequente no atual século.

Vale ressaltar que ao pesquisarmos particularidades lexicais do século XIX detectamos a ausência do vocábulo “Ioduretos” nos dicionários e a presença do termo “Reconstituinte” com o sentido de “medicamento para reconstituir a saúde de pessoa doente ou fraca”, segundo

Ferreira (1986 p. 1464). Contudo, não encontramos evidências de utilização desse termo na atualidade com a mesma carga semântica do recorte.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Salsaparrilha Salsaparrilha <i>sf.</i> ‘designação comum a cipós da fam. das liliáceas, de cuja raiz o povo extrai uma droga considerada como eficiente depurativo’ XVI. Do cast. <i>zarzaparrilla</i> , com provável influência de salsa (p.578).	Salsaparrilha Salsaparrilha [Do esp. <i>zarzaparrilla</i>]. S.f. Designação a cipós do gênero <i>Smilax</i> , da família das liláceas, de cuja raiz o povo extrai uma droga considerada como eficiente depurativo (p. 1541).	EXTRACTO COMPOSTO DE Salsaparrilha DO DR. AYER[...]
Alterativo Alterativo XVI alterar <i>vb.</i> ‘modificar, transformar’ XV Do lat. <i>alterare</i> (p.29).	Alterativo Alterativo Adj. Que tem o poder de alterar (p. 92).	[...] E’ um alterativo de tanta efficacia que expul- sa do systema toda a especie de Escrofulas Hereditarias,[...]
Escrofulas Escrófula <i>sf.</i> ‘(Patol.) designação imprecisa de estado constitucional, que se observa nos jovens, caracterizado por falta de resistência’ 1813. Do lat. <i>scrofulae-arum</i> (p. 260).	Escrofulas Escrófula [Do lat. <i>scrofula</i>] S. f. Patol. 1. Desus. Designação imprecisa de estado constitucional que se observa nos jovens, caracterizado por falta de resistência, predisposição à tuberculose, eczema, catarros respiratórios etc.; estruma. 2. Tuberculose ganglionar linfática e, eventualmente, óssea e articular, com supuração e fistulização, estando as estruturas lesadas sujeitas à caseificação. Ocorre, sobretudo em crianças e jovens (p.691).	[...] E’ um alterativo de tanta efficacia que expul- sa do systema toda a especie de Escrofulas Hereditarias,[...]

Reconstituente Reconstituente – reconstituição – constituição constituição <i>sf.</i> ‘orig. ato de constituir, de estabelecer, de firmar’ XIV. Do lat. <i>constituere</i> (p. 174).	Reconstituente Reconstituente Adj. 1. Que reconstitui. 2. S.m. Medicamento para reconstituir a saúde de pessoa doente ou fraca, tônico (p. 1464).	[...] Este grande Remedio Reconstituente É composto da verdadeira Salsaparrilha [...]
Ioduretos Vocábulo não encontrado.	Ioduretos Vocábulo não encontrado.	[...] É composto da verdadeira Salsaparrilha das Honduras, dos Ioduretos de Potassio e Ferro, com outros ingredientes de grandes qualidades reparadoras [...]

Quadro 41: Dicionarização e exemplificação do anúncio JP90an02-10-1892.

As Pímulas Cathárticas do Dr. Ayer compõem o próximo anúncio a ser analisado. Foi bastante veiculado nas páginas dos jornais paraibanos e detinha prestígio perante a sociedade do século XIX, visto que eram fabricadas por um importante médico americano: Dr. Ayer.

O Melhor
REMEDIO
de Família.

Pilulas Catharticas
DO DR. AYER.

O tempo tem demonstrado que as Pilulas do Dr. Ayer merecem a boa reputação de que gosam. Durante mais de quarenta annos estas Pilulas teem mantido uma popularidade verdadeira e mais extensa que qualquer outro cathartico.

AS PILULAS DO DR. AYER

Produzem um effeito purgativo d'uma maneira suave e efficaç, ao mesmo tempo fortalecem os orgãos digestivos e assimilativos, curando d'este modo a indigestão e marasmo e prevenindo outras molestias provenientes d'estas desordens.

Para as doenças do Estomago e do Fígado, das quaes são symptomas: Erupções de Pelle, Ardore e Oppressão no Estomago, Enxaqueca, Halito Offensivo, Febre Biliosa e Colicas, Dores de Estomago e das Costas, Inflammações Hydropicas, etc., para isto tudo não existe remedio tão efficaç como as

PILULAS DO DR. AYER.

São tambem de grande utilidade para a cura do rheumatismo e hemorrhoidas, sendo ao mesmo tempo um remedio de família sem igual.

PREPARADAS PELO
Dr. J. C. AYER & Ca., Lowell, Mass., E.U.A.
Á venda nas principaes pharmacias e drogarias.

DEPOSITO GERAL
N. 13, Rua Primeiro de Março
Rio de Janeiro.

O Melhor| REMEDIO| de Família|| Pilulas Catharticas| DO DR. AYER|| O tempo tem demonstrado que as Pilulas| do Dr. Ayer merecem a boa reputação| de| que gosam. Durante mais de quarenta annos| estas Pilulas teem mantido uma populari-| dade verdadeira e mais extensa que qualquer| outro cathartico.|| AS PILULAS DO DR. AYER|| Produzem um effeito purgativo d'uma ma-| neira suave e efficaç, ao mesmo tempo forta-| lecem os orgãos digestivos e assimilativos,| curando d'este modo a indi| gestão e marasmo e prevenindo| outras molestias provenientes| d'estas desordens.|| Para as doenças do Estomago| e do Fígado, das quaes são symp-| tomas: Erupções de Pelle,| Ardore e Oppressão no Es-| tomago, Enxaqueca, Halito| Offensivo, Febre Biliosa e| Colicas, Dores de Estomago| e das Costas, Inflammações| Hydropicas, etc., para isto| tudo não existe remedio tão efficaç como as|| PILULAS DO DR. AYER.|| São tambem de grande utilidade para a| cura do rheumatismo e hemorrhoidas, sendo| ao mesmo tempo um remedio de família sem| igual.|| PREPARADAS PELO|| Dr. J. C. AYER & Ca., Lowell, Mass., E.U.A.| Á venda nas principaes pharmacias e dro-| garias.|| DEPOSITO GERAL|| N. 13 Rua Primeiro de Março | Rio de Janeiro.||

Figura 28: Anúncio JP90an02-10-1892 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 242).

Antes de ressaltar as propriedades medicamentosas das pílulas catharticas do Dr. Ayer, o anunciante já resalta na parte superior do anúncio que se trata de “O Melhor REMEDIO da Família”, qualificando-o como o mais eficaz, através da expressão “o melhor”.

Em seguida, observamos a figura de uma criança, aparentemente saudável para os padrões da época, mexendo em uma caixa com a assinatura do Dr. Ayer, provavelmente, para atestar a autenticidade do produto que se encontrava em seu interior, já que as falsificações de medicamentos eram constantes. A figura de um frasco apresentando a assinatura do Dr. Ayer é também, mostrada no corpo do anúncio.

A posteriori, com o objetivo de obter a credibilidade social do leitor, o anunciante utiliza-se de um breve histórico sobre o produto, ressaltando sua popularidade e a sua boa reputação antes mesmo de mencionar suas aplicações:

[...]O tempo tem demonstrado que as Pilulas| do Dr. Ayer merecem a boa reputação de| que gosam. Durante mais de quarenta annos| estas Pilulas teem mantido uma populari-| dade verdadeira e mais extensa que qualquer| outro cathartico [...] (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 242)

É interessante ressaltar que a estratégia de persuasão utilizada pelos anunciantes concernente à credibilidade social de um determinado medicamento, no século XIX, se dava pela presença de testemunhos e referências exteriores (como no caso dos remédios indicados por médicos e farmacêuticos famosos da época), conselhos ao provável usuário, breves descrições acerca do medicamento e até mesmo por meio de um breve histórico do remédio propagado.

As aplicações medicamentosas ocupam a maior parte do anúncio, sendo bem detalhadas e compostas por estruturas qualitativas, com ênfase nos adjetivos, conforme o item “indicações” do seguinte quadro:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	O Melhor REMEDIO de Familia Pilulas Catharticas DO DR. AYER O tempo tem demonstrado que as Pilulas do Dr. Ayer merecem a boa reputação de que gosam [...] [...]PREPARADAS PELO Dr. J. C. AYER & Ca., Lowell, Mass., E.U.A.[...]
Indicações	[...]AS PILULAS DO DR. AYER Produzem um efeito purgativo d’uma ma- neira suave e eficaz , ao mesmo

	tempo forta- lecem os órgãos digestivos e assimilativos , curando d'este modo a indi gestão e marasmo e previnindo outras molestias provenientes d'estas desordens. Para as doenças do Estomago e do Figado, das quaes são symp- tomas: Erupções de Pelle, Ardores e Oppressão no Es- tomago, Enxaqueca, Halito Offensivo , Febre Biliosa e Colicas, Dores de Estomago e das Costas, Inflammações Hydropicas , etc., para isto tudo não existe remedio tão efficaz como as PILULAS DO DR. AYER. São tambem de grande utilidade para a cura do rheumatismo e hemorrhoidas[...] [grifo nosso]
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição do produto e apresentação	[...]PILULAS DO DR. AYER [...]
Estabelecimento comercial em que se comercializado o produto	[...]Á venda nas principaes pharmacias e dro- garias. DEPOSITO GERAL N. 13 Rua Primeiro de Março Rio de Janeiro.

Quadro 42: Categorias de análise do anúncio JP90an02-10-1892.

Destacamos, no respectivo anúncio, algumas ocorrências relacionadas ao léxico, dentre elas:

1. A utilização de termos comuns à área médica, tais como: “catharticas”, “purgativo”, “moléstias” e “hydropicas”;
2. A mudança de sentido de alguns vocábulos que foram utilizados no anúncio em relação aos nossos dias atuais, por exemplo, a expressão “hálito offensivo” foi substituída por “mau hálito” e a lexia “marasmo” refere-se, na atualidade, à monotonia, a desânimo;
3. O desaparecimento do termo “assimilativo” relacionado aos órgãos digestivos no atual século, bem como a expressão “opressão no estômago” e o desuso da lexia “moléstias”.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela novo ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Catharticas Catártico 1813. Do lat. tard. <i>Catharticus</i> , deriv. Do Gr. <i>Kathartikós</i> . Deriv. Do Gr. <i>kátharsis</i> ‘purificação’(p.136).	Catharticas Catártico [Do gr. <i>kathartikós</i> .] Adj. 1. Relativo à, ou próprio da catarse. 2. Farm. De qualidades purgativas mais fortes que os laxantes e menos	O Melhor REMEDIO de Família Pilulas Catharticas DO DR. AYER [...]

	que os drásticos (p. 368).	
Purgativo Purgativo ► purgar - XVII. Do lat. <i>purgativus</i> purgar <i>vb</i> ‘purificar, limpar, remir’ (p.533)	Purgativo Purgativo [Do lat. <i>purgativu.</i>] Adj. 1. V.purgante. 2. Expiativo; purificativo. 3. S.m. purgante (p. 1419).	[...]Produzem um efeito purgativo d’uma ma- neira suave e eficaz [...]
Assimilativos Assimilativo ► assimilar <i>vb</i> ‘tornar semelhante ou igual’ ‘apropriar-se, compenetrar-se de’ ‘fixar, aprender’ 1813. Do fr. <i>assimiler</i>, deriv. Do lat. <i>assimilare</i> (p. 64).	Assimilativos Assimilativo Adj. 1. Assimilador. 2. Referente à assimilação (p. 184).	[...]suave e eficaz, ao mesmo tempo forta- lecem os órgãos digestivos e assimilativos, curando d’este modo a indi gestão [...]
Marasmo Marasmo <i>sm</i> ‘fraqueza externa ‘ ‘fig. Apatia moral, indiferença’ 1813. Do fr. <i>marasme</i>, der. do gr. <i>marasmós</i> ‘magreza extrema’ (p.410).	Marasmo Marasmo [Do gr. <i>marasmós.</i>] S.m. Méd. 1. Fraqueza extrema; debilidade, extenuação, atonia. 2. Med. Desgaste progressivo, e emaciação, sem causa detectável, sobretudo àqueles que se observam na infância (p. 1089).	[...] curando d’este modo a indi gestão e marasmo e prevenindo outras molestias provenientes d’estas desordens. [...]
Molestias Moléstia - molestar <i>vb</i> ‘afetar, maltratar, magoar’ XVI. Do lat. <i>molestare</i> (p.433).	Moléstias Moléstia [Do lat. <i>molestia</i>] S. f. 1. Incômodo ou sofrimento físico; doença, achaque, mal. 2. Doença das plantas ou dos animais. 3. Incômodo ou sofrimento moral, aborrecimento, inquietação, mal. 4. Bras. Pop. raiva (p. 1150).	[...] curando d’este modo a indi gestão e marasmo e prevenindo outras molestias provenientes d’estas desordens. [...]
Opressão Opressão ► oprimir <i>vb</i> ‘tiranizar, orimir, apertar’ <i>oppremir</i> XVI Do lat. <i>opprimere</i> (p.462).	Opressão Opressão [Do lat. <i>oppressione.</i>] S. f. 1. Ato ou efeito de oprimir. 2. Estado de quem se acha oprimido. 3. Abatimento de forças; prostração. 4. Vexame; humilhação. 5. Tirania. 6. Dificuldade de respirar; sufocação (p. 1228).	[...]Ardores e Opressão no Es- tomago, Enxaqueca,[...]
Hálito offensivo Hálito <i>sm</i> ‘ar expirado,	Hálito offensivo Hálito [Do lat. <i>halitu</i>] S.m. 1.	[...] Halito Offensivo, Febre Biliosa [...]

cheiro de boca, bafo' XVII. Do lat. <i>halitus</i> (p.330). Offensivo ► ofender vb. 'injuriar, ferir chocar' XVI. Do lat. <i>offendere</i> (p. 458).	Ar expirado; bafo. 2. Cheiro da boca. 3.Exalação, emanação, cheiro (p. 881). Ofensivo [Do lat. <i>offensu</i>] Adj. 1. Que ofende, ataca, ou serve para atacar; agressivo. 2. Que ofende moralmente; lesivo, prejudicial; danoso (p. 1215).	
Hydropicas Hidrópico <i>ydropico</i> XIII Do lat. <i>hydropicus</i> , der. do gr. <i>hydropikos</i> (p.337).	Hydropicas Hidrópico [Do gr. <i>hydropikós</i> , pelo lat. <i>hydropicu</i> .] Adj. e s.m. Que ou aquele que tem hidropsia (p. 894).	[...]Inflamações Hydropicas, etc.,[...]

Quadro 42: Dicionarização e exemplificação do anúncio JP90an02-10-1892.

O óleo de fígado de bacalhau tinha a função curar radicalmente as afecções do peito e da garganta e todas as moléstias que acometiam as crianças e os adultos. Além disso, tinha como objetivo reestabelecer as forças dos debilitados.



ÉMULSÃO DE SCOTT | de OLEO PURO | -DE- | FIGADO DE BACALHAO | COM | HYPOPHOSPHITOS| DE CAL E SODA. || Tão agradável ao paladar como o leite. || Aprovado pela Exma. Junta | Central de Hygiene Pub- | lica e autorizada pelo governo. || O grande remedio para a cura radi- | cal da TISICA, BRONCHITES, ES- | CROFULAS, RACHITIS, ANEMIA, | DEBILIDADE EM GERAL, DE | FLUXOS, TOSSE CHRONICA, | AF[[F]]ECÇÕES DO PEITO E DA GAR- | GANTA e todas as enfermidades com- | sumptivas, tanto nas crianças como nos adultos. || Nenhum medicamento, até hoje desco- | berto, cura as molestias do peito e vias | respiratorias, ou restabelece os debel[ilegível], | os anemicos e os escrophulosos tanto | rapidez como a Emulsão de Scott. || A venda nas principais boticas e drogarias.

Figura 29: Anúncio JU90an02-02-1893 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 275).

A céebre imagem de um homem carregando um bacalhau demonstram a força e o vigor, remetendo a ideia de saúde e vitalidade. Neste anúncio, o óleo era considerado diferente dos outros, pois possuía um sabor tão agradável ao paladar como o leite.

Era muito comum encontrarmos nas “boticas” grande quantidade desse produto, principalmente porque possuía uma grande referência: possuía a aprovação da Exm^a. Junta Central de Hygiene Publica e sua comercialização era autorizada pelo governo.

Uma forma de chamar a atenção do leitor é o modo de escrita das possíveis doenças que poderiam ser curadas com o uso desse composto medicamentoso. Elas eram grafadas em letras maiúsculas e bem destacadas no corpo do anúncio, compondo a parte mais importante do anúncio: as aplicações do produto.

A linguagem presente no texto é subjetiva, porém é de fácil entendimento e, mais uma vez, apresenta aspectos qualitativos, como por exemplo:

[...] ÉMULSÃO DE SCOTT | de OLEO **PURO** | -DE- | FIGADO DE BACALHAO | COM | HYPOPHOSPHITOS| DE CAL E SODA [...] [grifo nossso]

[...] **Tão agradável** ao paladar **como** o leite [...] [grifo nosso]

[...] O **grande** remedio para a cura **radi-** | **cal** da TISICA, BRONCHITES, ES- | CROFULAS, RACHITIS, ANEMIA, | DEBILIDADE EM GERAL, DE | FLUXOS, TOSSE **CHRONICA**, | AF[[F]]ECÇÕES DO PEITO E DA GAR- | GANTA e todas as enfermidades **com-** | **sumptivas** [...] [grifo nosso]

[...] A venda nas **principais** boticas e drogarias [grifo nosso] (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 275)

As virtudes terapêuticas atribuídas ao medicamento eram inúmeras e seu tratamento era rápido e eficaz, até porque, conforme o anúncio, não existia, ainda, remédio algum que curasse as enfermidades decorrentes do peito, das vias respiratórias e reestabelecesse os anêmicos e os escrofulosos: “[...] Nenhum medicamento, até hoje desco- | berto, cura as molestias do peito e vias | repiratorias, ou restabelece os debel[ilegivel], | os anemicos e os escrophulosos tanto | rapidez como a Emulsão de Scott [...]”.

As categorias de análise aqui propostas são, em sua maioria, contempladas de acordo com o seguinte quadro:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	ÉMULSÃO DE SCOTT [...] [...] Ap[[p]]rovado pela Exma. Junta Central de Hygiene

	Pub- liça e autorizada pelo governo [...]
Indicações	[...] O grande remedio para a cura radi- cal da TISICA, BRONCHITES, ES- CROFULAS, RACHITIS, ANEMIA, DEBILIDADE EM GERAL, DE FLUXOS, TOSSE CHRONICA, AF[[F]]ECÇÕES DO PEITO E DA GAR- GANTA e todas as enfermidades com- sumptivas, tanto nas crianças como nos adultos [...]
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição do produto e apresentação	ÉMULSÃO DE SCOTT de OLEO PURO -DE- FIGADO DE BACALHAO COM HYPOPHOSPHITOS DE CAL E SODA. Tão agradável ao paladar como o leite [...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...] A venda nas principais boticas e drogarias.

Quadro 44: Categorias de análise do anúncio JU90an02-02-1893.

A descrição da composição do produto em anúncios de medicamentos, no século XIX, era recorrente. Termos como “Hypophosphitos” e “soda”, apesar de técnicos, tornavam-se familiares aos leitores dos jornais paraibanos. Além disso, doenças que afetavam a sociedade também eram propagadas nas páginas dos jornais, como exemplo, citamos as lexias “escrófulas”, “rachitis” e “tísica”, expressão popular que se refere à tuberculose pulmonar, a qual afetava uma grande parte da população e muitos médicos e farmacêuticos despendiam seu tempo em busca de fórmulas, emulsões, remédios para acabar com esse mal.

Alguns vocábulos descritos nesse anúncio que eram comuns da época estão em desuso no atual século, são eles: “affecção”, “moléstias” e “boticas”, já mencionados em análises de anúncios anteriores.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Emulsão Emulsão 1813. Do fr. <i>émulsion</i> , deriv. do lat. <i>emulsus</i> , part. pass. De <i>emulgere</i> (p. 242).	Emulsão Emulsão [Do lat. <i>emulsione</i> , pelo fr. <i>émulsion</i> .] S. f. 1. Divisão dum corpo líquido ou mole em finos glóbulos, no	ÉMULSÃO DE SCOTT de OLEO PURO -DE- FIGADO DE BACALHAO COM HYPOPHOSPHITOS DE

	seio dum veículo também líquido. 2. Preparação farmacêutica, de uso, em geral, interno, que contém substâncias gordurosas, extremamente divididas em suspensão (p. 639).	CAL E SODA.
Hypophosphitos Vocábulo não encontrado.	Hypophosphitos Vocábulo não encontrado.	ÉMULSÃO DE SCOTT de OLEO PURO -DE- FIGADO DE BACALHAO COM HYPOPHOSPHITOS DE CAL E SODA [...]
Soda Soda sf ‘hidróxido de sódio’ ‘carbonato de sódio do comércio’ 1813. Do it. <i>soda</i> , de <i>soda</i> ‘planta (Salsola kali)’, deriv. do lat. med. <i>soda</i> e, este talvez do ar. <i>suuad</i> , no me da planta (p. 602).	Soda Soda ¹ [Do ar. <i>sauda</i> , de cor preta’, atr. Do it. <i>soda</i>] S. f. 1. Hidróxido de sódio; soda cáustica. 2. Carbonato de sódio do comércio. 3. água artificialmente gaseificada tomada como acompanhamento de bebidas alcoólicas ou como refrigerante. soda ² S.f. Erva da família das quenopodiáceas (Salsola kali), originária da Eurásia e bastante difundida como planta daninha, muito ramificada, e que forma tufos espessos (p. 1603).	ÉMULSÃO DE SCOTT de OLEO PURO -DE- FIGADO DE BACALHAO COM HYPOPHOSPHITOS DE CAL E SODA [...]
Tísica Tísico adj. sm. ‘que, ou aquele que sofre de tísica’ XVII. Do lat. tard. <i>phthisicus</i> , deriv. do gr. <i>phthisikós</i> (p. 637).	Tísica Tísica [Fem. Substantivado do adj. tísico.] S.f. Patol. Tuberculose pulmonar, especialmente na fase consutiva; héctica (p. 1682).	[...] O grande remedio para a cura radi- cal da TISICA, BRONCHITES, ES- CROFULAS, RACHITIS, ANEMIA, DEBILIDADE EM GERAL [...]
Escrofulas escrófula sf. ‘(Patol.) designação imprecisa de estado constitucional, que se observa nos jovens, caracterizado por falta de resistência’ 1813. Do lat. <i>scrofulae-arum</i> (p. 260).	Escrofulas escrófula : [Do lat. <i>scrofula</i>] S. f. Patol. 1. Desus. Designação imprecisa de estado constitucional que se observa nos jovens, caracterizado por falta de resistência, predisposição à tuberculose, eczema, catarros respiratórios	[...] O grande remedio para a cura radi- cal da TISICA, BRONCHITES, ES- CROFULAS, RACHITIS, ANEMIA, DEBILIDADE EM GERAL [...]

	etc.; estruma. 2. Tuberculose ganglionar linfática e, eventualmente, óssea e articular, com supuração e fistulização, estando as estruturas lesadas sujeitas à caseificação. Ocorre, sobretudo em crianças e jovens (p.691).	
Rachitis Ráquis sf. ‘raque, espinha dorsal’ 1874. Do gr. <i>ráchis</i> (p. 547).	Rachitis Raquitismo [Do gr. <i>rhachítes</i> , ‘da coluna vertebral’, + -ismo.] S. m. 1. Patol. Doença da infância, produzida por distúrbios do metabolismo do cálcio e do fósforo, por efeito de carência de vitamina D, e que se manifesta, sobretudo, por alterações e deformidades do esqueleto. 2. Bot. Definhamento de plantas. 3. Fig. Fraqueza intelectual ou moral (p. 1451).	[...] O grande remedio para a cura radi- cal da TISICA, BRONCHITES, ES- CROFULAS, RACHITIS, ANEMIA, DEBILIDADE EM GERAL [...]
Affecções Afecção sf. ‘alteração, moral ou física, que se origina de diversas causas’ XVII. Do lat. <i>affectio -onis</i> (p. 16).	Affecções Afecção: [Do lat. <i>affectione</i> .] S.f. Patol. Processo mórbido considerado em suas manifestações atuais, com abstração de sua causa primordial; doença (p. 54).	[...] O grande remedio para a cura radi- cal da TISICA, BRONCHITES, ES- CROFULAS, RACHITIS, ANEMIA, DEBILIDADE EM GERAL, DE FLUXOS, TOSSE CHRONICA, AF[[F]]ECÇÕES DO PEITO E DA GAR- GANTA e todas as enfermidades com- sumptivas, tanto nas crianças como nos adultos [...]
Comsumptivas Consumptivo 1844. Adapt. do fr. <i>consumptible</i> ► consumir vb. ‘terminar, completar, acabar’. Do lat. <i>consummare</i> (P. 174).	Comsumptivas Consumptivo: Adj. Que consome; consumidor (p. 462).	[...] O grande remedio para a cura radi- cal da TISICA, BRONCHITES, ES- CROFULAS, RACHITIS, ANEMIA, DEBILIDADE EM GERAL, DE FLUXOS, TOSSE CHRONICA, AF[[F]]ECÇÕES DO PEITO E DA GAR- GANTA e todas as enfermidades com- sumptivas, tanto nas crianças como nos adultos [...]

Moléstias Moléstia - molestar vb ‘afetar, maltratar, magoar’ XVI. Do lat. <i>molestare</i> (p.433).	Moléstias Moléstia: [Do lat. <i>molestia</i>] S. f. 1. Incômodo ou sofrimento físico; doença, achaque, mal. 2. Doença das plantas ou dos animais. 3. Incômodo ou sofrimento moral, aborrecimento, inquietação, mal. 4. Bras. Pop. raiva (p. 1150).	[...] Nenhum medicamento, até hoje desco- berto, cura as molestias do peito e vias respiratorias, ou restabelece os debei[ilegível], os anemicos e os escrophulosos tanto rapidez como a Emulsão de Scott [...]
Boticas Bodega sf. ‘taberna, cantina’ XIII. Do lat. <i>apotheca</i>, deriv. Do gr. <i>apothēke</i> ‘depósito, armazém’ AbodegAR XIV bodeguEIRO 1813 botica sf. ‘farmácia’ bu- XV Divergente de bodega, talvez pelo fr. <i>boutique</i> boticÁRIO <i>apotecayro</i> XV Do lat. <i>apothecarius</i> butique sf. ‘loja sofisticada’ XX. Do fr. <i>boutique</i> (p. 94).	Boticas Botica [Do gr. <i>apothēke</i>, ‘depósito’] S.f. Estabelecimento onde se preparam e vendem medicamentos; farmácia (p.279).	[...] A venda nas principais boticas e drogarias.

Quadro 45: Dicionarização e exemplificação do anúncio JU90an02-02-1893.

Mais um anúncio dos produtos medicinais do Dr. Ayer é propagado nos jornais paraibanos do século XIX, o qual será analisado a seguir.



REMÉDIO DO DR. AYER
CONTRA
AS SEZÕES, OU MALEITAS.

O REMÉDIO DO DR. AYER, descoberta vegetal que não contém quina nem arsenico, nem tão pouco outro ingrediente nocivo, é um remédio infalível e prompto contra toda a qualidade de febres intermitentes ou maleitas. Seus effeitos são permanentes e certos e nenhum mal absolutamente pôde provir do seu emprego.

Da mesma fôrma torna-se o melhor remédio possível contra todas aquellas doenças que provêm dos effeitos dos miasmas, que se desenvolvem nos lugares pantanosos e infectados, e que geralmente se caracterizam pelas affecções do fígado e do baço.

O REMÉDIO DE AYER curará sempre, mesmo nos casos peiores, toda a vez que fôr empregado convenientemente e segundo as direcções.

PREPARADO PELO
Dr. J. C. AYER & Ca., Lowell, Mass., E.U.A.
A venda nas principais pharmacias e drogarias.

DEPOSITO GERAL
N. 13, Rua Primeiro de Março,
Rio de Janeiro.

REMÉDIO DO DR. AYER | CONTRA |
AS SEZÕES, OU MALEITAS. || O
Remédio do Dr. Ayer, desco- | berta
vegetal que não contém quina | nem
arsênico, nem tão pouco outro |
ingrediente nocivo, é um remédio in- |
falível e prompto contra toda a quali- |
dade de febres intermitentes ou ma- |
leitas . Seus effeitos são permanentes | e
certos e nenhum mal absolutamente |
póde provir do seu emprego. || Da mesma
fôrma torna-se o melhor | remédio
possível contra todas as aquellas |
doenças que provêm dos effeitos dos |
miasmas, que se desenvolvem nos |
lugares pantanosos e infectados, e que |
geralmente se caracterizam pelas |
affecções do fígado e do baço. || O
REMÉDIO DE AYER curará sempre,
mesmo nos casos peiores, toda a | vez
que fôr empregado conveniente- | mente
e segundo as direcções. || PREPARADO
PELO || Dr. J. C. AYER & Ca., Lowell,
Mass., E.U. A. || A vendas nas principais
pharmacias e dro- | garias. || DEPOSITO
GERAL || N.13, Rua Primeiro de Março,
| Rio de Janeiro.

Figura 30: Anúncio JU90an02-02-1893 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 278).

Tal recorte retrata a imagem debilitada de um homem juntamente com uma mulher que está com um frasco, que é, provavelmente, do remédio do referido médico, em mãos.

Os substantivos “sezões” (febre intermitente) e “maleitas” (indisposição) são os principais alvos a serem combatidos por essa substância medicamentosa, proveniente de um vegetal que propicia m alívio rápido para aqueles que são acometidos por tais enfermidades.

Do ponto de vista textual enunciativo, evidencia-se a atuação do discurso em duas esferas: a da qualificação e da exaltação do produto enunciado. Ressalta-se a composição do medicamento (“[...] O Remédio do Dr. Ayer, desco- | berta vegetal que não contém quina | nem arsênico, nem tão pouco outro | ingrediente nocivo [...]”); suas propriedades medicinais respaldadas pelos qualificadores (“[...]é um remedio in- | falível e prompto contra toda a quali- | dade de febres intermitentes ou ma- | leitas [...]”); seus efeitos assegurados pela eficácia do remédio (“[...] Seus effeitos são permanentes | e certos e nenhum mal absolutamente | póde provir do seu emprego [...]”); suas particularidades (“[...] Da mesma fórma torna-se o melhor | remedio possivel contra todas as aquellas | doenças que provêm dos effeitos dos | miasmas, que se desenvolvem nos | lugares pantanosos e infectados, e que | geralmente se caracterisam pelas | affecções do fígado e do baço [...]”) e eleva-se o remédio à categoria de superioridade perante outros medicamentos (“[...] O REMEDIO DE AYER curará sempre, mesmo nos casos peiores, toda a | vez que fôr empregado conveniente- | mente e segundo as direcções [...]”).

Apesar do anúncio ressaltar que o remédio de Ayer curará sempre as moléstias no anúncio citadas se tomado segundo as orientações, é importante citarmos que não há no texto qualquer referência à posologia e ao seu modo de uso.

Como, geralmente, ocorre nos anúncios de medicamentos e jornais do século XIX há a recorrência marcante das seguintes categorias de análise:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	REMEDIO DO DR.AYER [...] [...] O REMEDIO DE AYER curará sempre, mesmo nos casos peiores, toda a vez que fôr empregado conveniente- mente e segundo as direcções [...] [...] PREPARADO PELO Dr. J. C. AYER & Ca., Lowell, Mass., E.U. A.[...]
Indicações	[...] é um remedio in- falível e prompto contra toda a quali- dade de febres intermit[[t]]entes ou ma- leitas . Seus

	ef[[f]]eitos são permanentes [ilegível] certos e nenhum mal absolutamente pôde provir do seu emprego. Da mesma fôrma torna-se o melhor remedio possível contra todas as aquel[ilegível]as doenças que provêm dos ef[[f]]eitos dos miasmas, que se desenvolvem nos lugares pantanosos e infectados, e que geralmente se caracterizam pelas af[[f]]ecções do fígado e do baço [...]
Posologia e modo de usar	Não apresenta
Composição do produto e apresentação	[...] O Remédio do Dr. Ayer, desco- berta vegetal que não contém quina nem arsênico, nem tão pouco outro ingrediente nocivo [...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...] A vendas nas principais pharmacias e dro- grarias. DEPOSITO GERAL N.13, Rua Primeiro de Março, Rio de Janeiro.

Quadro 46: Categorias de análise do anúncio JU90an02-02-1893.

No que se refere ao léxico, destacamos a presença de vocábulos bastante utilizados no século XIX, porém que se encontram em desuso no atual século: “sezões” (febre intermitente) e “maleita” (malária), além das lexias “quina”, que consiste em uma determinada planta medicinal e “miasmas”, sendo este pouco utilizado na atualidade e referindo-se a matérias pútridas que geram doenças.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Sezões Sezão sf. ‘febre intermitente ou periódica’ <i>sazon</i> XIII, <i>sezom</i> XIV De etimologia controversa (p. 593).	Sezões Sezão [talvez do lat. <i>accessione</i> , acesso de febre intermitente’] S.f. 1. Febre intermitente ou periódica (p. 1581).	REMEDIO DO DR.AYER CONTRA AS SEZÕES, OU MALEITAS [...]
Maleitas Maleita XVI. Do lat. <i>maledicta</i> , fem. De <i>maledictus</i> , part. pass. De <i>maledicere</i> ► mal sm. ‘aquilo	Maleitas Maleita [Do lat. <i>maledicta</i> , i. e., <i>febris maledicta</i> , ‘febre maldita’.] S.f.V. malária (p. 1070).	REMEDIO DO DR.AYER CONTRA AS SEZÕES, OU MALEITAS [...]

que prejudica ou fere’(p. 402).		
Quina Quina sf. ‘arvoreta da fam. Das rubiáceas, originária do Peru e notável por suas propriedades antitérmicas’1844. Do cast. <i>Quina</i> , de <i>quina quina</i> , derivado, provavelmente, do <i>quíchua kina kina</i> (p. 540).	Quina Quina [De <i>quinaquina</i>] S.f. 1. Arvoreta da família das rubiáceas (<i>Chinchona ledgeriana</i>), originária do Peru e notável por suas propriedades antitérmicas. 2. Designação comum a numerosas plantas nativas cuja casca é amarga e sem motivo reputada ativa contra febres e malária (p. 1436).	[...] desco- berta vegetal que não contém quina nem arsênico, nem tão pouco outro ingrediente nocivo [...]
Miasmas Miasma sm. ‘emanação mefítica’ ‘emanação procedente de animais ou plantas em decomposição’1813. Do fr. <i>miasme</i> , deriv. do gr. <i>miasma -atos</i> (p. 426).	Miasmas Miasma [Do gr. <i>miasma</i> .] S.m. 1. Emanação mefítica do solo, supostamente nociva, tida como causas várias doenças endêmicas. 2. Fig. Influência deletérea; corrupção; podridão (p. 1130).	[...] Da mesma fôrma torna-se o melhor remedio possível contra todas as aquellas doenças que provêm dos effeitos dos miasmas, que se desenvolvem nos lugares pantanosos e infectados [...]

Quadro 47: Dicionarização e exemplificação do anúncio JU90an02-02-1893.

Antes de adentrarmos na análise dos signos linguísticos é pertinente ressaltarmos à primeira vista a imagem de um peixe na parte superior do anúncio a seguir, provavelmente um bacalhau, visto que o referido medicamento propaga um produto que tem como componente principal extrato do fígado proveniente desse tipo de peixe.



Figura 31: Anúncio JU90an02-02-1893 (ALDRIGUE & NICOLAU, 2009, p. 272).

Em destaque, também encontramos a expressão “TONICO POR EXCELLENCIA”, que caracteriza o produto como sendo o melhor revigorante existente nesta época, pois a expressão “POR EXCELLENCIA” confere um alto grau de qualidade ao medicamento.

Outra particularidade do anúncio refere-se ao “tonico por excellencia” configurar-se em um vinho, uma vez que os produtos que contêm em sua fórmula original um ingrediente tal como o fígado de bacalhau possuem um terrível gosto aos paladares humanos; desse modo, acreditamos que o tônico obteve uma boa aceitação da sociedade da época, isto é,

TONICO POR EXCELLENCIA || VINHO DE EXTRACTO DE FIGADO | de BACALHAO DE A. CHEVRIER || Cavalheiro da Legião de Honra, Pharmaceutico de 1ª classe || Este vinho serve para as pessoas que não podem supportar o oleo de figado | de bacalhao, e possui todas as propriedades d'este oleo. || Cada colher de Vinho representa u[ilegível]lher de oleo de figado de [ba]calhao, e d[ilegível] | ser tomado [ilegível]as m[ê]s[ilegível] [ilegível] mesmos casos. || Emprega-se pois [ilegível]oatra a [ilegível]lidade, a Anemia, a Chloresia, o Rachitismo, a Escro[ilegível], etc e durante a convaiecença. || Ao seu poder regenerador indiscutivel junta este vinho um gosto tal | que satisfaz aos paladares os mais delicados. || << Oextracto de figado de bacalhao obteve em [ilegível] de outubro de 1832, | a ap[[p]]rovação da ACADEMIA de MEDICINA de PARIS | depois de um notavel relatorio do S[ilegível]r professor Devergie | sobre os extractos de figado de bacalhao. >> || DEPOSITO GERAL || PARIS || 21 Faubourg Montmartre, 21 || A. CHVRIER || [ilegível] || [ilegível]

partindo da categoria de simples medicamento composto por óleo de fígado de bacalhau à de vinho, que promove um gosto prazeroso que “satisfaz aos paladares mais delicados”.

O produto “VINHO DE EXTRACTO DE FIGADO de BACALHAO DE A. CHEVRIER” já detinha uma importante qualificação em seu rótulo que era a indicação de um influente médico/farmacêutico, o A. Chevrier. Além disso, tal extrato era aprovado pela Academia de Medicina de Paris, depois da emissão de um notável relatório do professor Devergie, pesquisador francês, bem influente na época, inspirando confiança e *status* aos possíveis compradores, por se tratar de um produto estrangeiro (francês). Dessa forma, as autoridades A. Chevrier, a Academia de Medicina de Paris e o professor Devergie contribuíam para a aceitação/comercialização desse composto no século XIX.

Uma característica que deve ser apontada no anúncio referente à sua estrutura reside na semelhança com uma bula medicamentosa, ou seja, nele encontramos uma apresentação do medicamento: “vinho de extracto de fígado de bacalhau” (o medicamento apresenta-se em forma de vinho) pelo “Cavalheiro da Legião de Honra, Pharmaceutico de 1ª classe” (Sr. A. Chevrier) correspondendo, na atualidade, a um laboratório farmacêutico ou ao engenheiro químico/farmacêutico responsável; há uma prescrição direcionada ao possível usuário; encontramos a posologia para o uso do medicamento, isto é, como ele deve ser administrado e suas indicações.

Para uma melhor exposição metodológica, agrupamos em um quadro as seguintes categorias de análise:

CATEGORIAS DE ANÁLISE	EXEMPLIFICAÇÃO RECORTE DO ANÚNCIO
Remissão à autoridade	TONICO POR EXCELLENCIA VINHO DE EXTRACTO DE FIGADO de BACALHAO DE A. CHEVRIER Cavalheiro da Legião de Honra, Pharmaceutico de 1ª classe [...] [...] a ap[[p]]rovação da ACADEMIA de MEDICINA de PARIS depois de um notavel relatorio do S[ilegível]r professor Devergie sobre os extractos de figado de bacalhao[...]
Indicações	[...] Emprega-se pois [ilegível]oatra a [ilegível]lidade, a Anemia, a Chloresia, o Rachitismo, a Escro[ilegível], etc e durante a convaiecença [...]
Posologia e modo de usar	[...] Cada colher de Vinho representa u[ilegível]lher de oleo de figado de [ba]calhao, e d[ilegível] ser tomado [ilegível]as

	mês[ilegível] [ilegível] mesmos casos[...]
Composição do produto e apresentação	[...] Este vinho serve para as pessoas que não podem supportar o oleo de figado de bacalhao, e possui todas as propriedades d'este óleo [...]
Estabelecimento em que se é comercializado o produto	[...] DEPOSITO GERAL PARIS 21 Faubourg Montmartro, 21 A. CHVRIER [ilegível] [ilegível]

Quadro 48: categorias de análise do anúncio JU90an02-02-1893.

A adoção da linguagem subjetiva pelo anunciante faz com que percebamos estratégias persuasivas, principalmente na utilização de adjetivos, conforme o seguinte quadro:

Recorte do anúncio	Comentários
[...] Cavaleiro da Legião de Honra [...]	Atribui ao senhor A. Chevrier um título que lhe confere prestígio - “Cavaleiro da Legião da Honra”. É por meio dessa qualificação que se dá uma credibilidade maior ao produto, já que o seu fabricante é considerado um homem de sentimento nobre que prima pela retidão de suas fórmulas.
[...] Pharmaceutico de 1ª classe [...]	Ao classificar o farmacêutico como sendo o de 1ª classe, o anunciante, atribui-lhe, novamente, a ideia de ser o pioneiro, o melhor fabricante do referido tônico.
[...] Ao seu poder regenerador indiscutível [...]	O poder regenerador do “vinho de extracto de fígado de bacalhao” é indiscutível, ou seja, não admite dúvidas sobre sua poderosa fórmula.
[...] junta este vinho um gosto tal que satisfaz aos paladares os mais delicados [...]	No que se refere ao gosto, o produto é apresentado como detentor de um sabor incrível que satisfaz aos paladares mais exigentes.
[...] obteve em [ilegível] de outubro de 1832, a ap[[p]]rovação da ACADEMIA de MEDICINA de PARIS [...]	O revigorante obteve a aprovação de uma renomada instituição da época: “Academia de Medicina de Paris”, atribuindo ao produto uma credibilidade em sua eficácia.
[...] depois de um notavel relatorio do S[ilegível]r professor Devergie [...]	Não foi a toa que o “vinho de extracto de fígado de bacalhao” tornou-se um medicamento ao alcance de todos. Supõe-se, por intermédio das inferências textuais, que tal fato ocorreu depois de uma análise criteriosa acerca desse produto, o que resultou em um relatório notável (grifo nosso).

Quadro 49: Recorte e comentários do anúncio JU90an02-02-1893.

Detectamos a presença de vários vocábulos provenientes de outras línguas, principalmente de origem latina, conforme o quadro seguinte, o qual versa sobre a origem e a evolução dos vocábulos pertinentes à área médica por intermédio de recortes linguísticos retirados do anúncio.

É de suma importância relatarmos que grande parte das palavras permanece em nosso léxico atual, ainda que com grafias diferentes, por exemplo: bacalhao ► bacalhau; convaiecença ► convalescença, porém não encontramos registros da palavra “Chloresia” em nossa pesquisa.

Atentamos, também para a ocorrência de termos técnicos no anúncio concernentes às doenças mais comuns, tais como “anemia” e “rachitismo”, concretizando uma tradição discursiva da época que se repete em quase todos os anúncios que compõem essa pesquisa.

No que se refere ao vocábulo “vinho”, é pertinente ressaltarmos que nesse recorte ele encontra-se empregado com o sentido de bebida utilizada para fins medicinais, porém não encontramos nos dicionários pesquisados definições deste que o englobem como um composto medicamentoso.

DICIONÁRIOS		EXEMPLIFICAÇÃO
CUNHA, Antônio Geraldo da (1924-1999). Dicionário etimológico da língua portuguesa . 4.ed. revista pela nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.	FERREIRA, Aurélio B. H. Novo dicionário da língua portuguesa . 2.ed. revista e ampliada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.	EXEMPLO Recorte do anúncio
Tonico Tônico ► TOM. tom <i>sm</i> ‘tensão, tono’ ‘altura de um som’ ‘tonalidade’ XIV, <i>toom</i> XV Do lat. <i>tonus</i> –i, deriv do gr. <i>tónos</i> ‘músculo, tendão’ ‘tensão, intensidade, força, energia’ ‘tensão de uma corda’ ‘som de instrumento’ DES.ENToADO XVI DES.ENToAR 1899 DEStoAR XIX ENtoADO 1813 ENtoAR XV ENtonAÇÃO XX tonadilha <i>sf.</i> ‘canção ligeira e rústica’ XVIII. Do cast. <i>tonadilla</i> tonAL 1881. Do fr.	Tonico Tônico [Do gr. <i>tonikós</i> , ‘relativo ao tom’, ‘marcador de tensão’.] <i>Adj.</i> 1. Relativo ao tom (1). 2. Que tonifica ou dá energia. 3. <i>Gram.</i> Diz-se do elemento (vogal, sílaba) que recebe o acento de tonicidade, ou ictô. ~V. charada- a, sílaba –a e vogal –a. S.m.4. Medicamento ou cosmético tônico , revigorante: Tônico para os nervos; tônico para a pele (p. 1688).	TONICO POR EXCELLENCIA VINHO DE EXTRACTO DE FIGADO de BACALHAO DE A. CHEVRIER [...]

tonal tonALIDADE 1881. Adapt. Do fr. <i>tonalité</i> tônica sf. ‘(Gram.) sílaba ou vogal tônica’ ‘(Mus.) o primeiro grau de uma escala diatônica qualquer’ 1881. Fem. substantivado de <i>tônico</i> tonicIDADE 1858. Adapt. Do fr. <i>tonicité</i> tônico <i>adj.</i> ‘relativo ao tom’ ‘que tonifica ou dá energia’ ‘diz-se do elemento que recebe o acento de intensidade’ 1858. Do fr. <i>tonique</i>, deriv. Do gr. <i>tonikós</i> toni.FI.CAR 1881. Adapt. Do fr. <i>tonifier</i> toniLHO <i>sm.</i> ‘tom débil’ 1813.. Do cast. <i>tonillo</i> tonISMO <i>sm.</i> ‘tétano’ 1881 <i>tono</i> <i>sm.</i> ‘tom de voz’ <i>thono</i> XV tonoMETR.IA XX tônus <i>sm.</i> ‘estado normal de resistência e elasticidade dum tecido ou dum órgão’ XX. Do lat. <i>tonus</i> –i, deriv. Do gr. <i>tonós</i>. Cp. TOAR. (p. 638).		
Vinho Vinho <i>sm.</i> 1. ‘bebida alcoólica de amplo consumo, resultante da fermentação total ou parcial do mosto da uva’ XIII. Do lat. <i>vinum</i> (p. 678).	Vinho Vinho [Do lat. <i>vinu</i>] <i>S.m.</i> 1. Bebida alcoólica de amplo consumo, resultante da fermentação total ou parcial do mosto da uva, e produzida, atualmente, por aperfeiçoados processos tecnológicos. [Sua fabricação e consumo remontam a mais alta Antiguidade. Cf. vinhaça, vinhoca, vinhete, vinhote] 2. P. ext. Designação comum a diversos tipos de bebidas (principalmente fermentadas) provenientes da fermentação do sumo de frutas ou plantas (p. 1778).	TONICO POR EXCELLENCIA VINHO DE EXTRACTO DE FIGADO de BACALHAO DE A. CHEVRIER [...]
Chloresia vocábulo não encontrado	Chloresia vocábulo não encontrado	[...] Emprega-se pois [ilegível]oatra a [ilegível]lidade, a Anemia, a

		Chloresia, o Rachitismo, a Escro[ilegível], etc e durante a convaiecença [...]
Rachitismo Raquitismo ► raqui (o) – elem. Comp., do gr. <i>rháchis</i> ‘espinha dorsal, espinha vertebral’, que se documenta em alguns compostos introduzidos na linguagem científica internacional, a partir do séc. XIX → raquiALG.IA sf ‘(Patol.) dor em qualquer ponto da coluna vertebral’ 1858, <i>rachialgia</i> 1858 raquiANO adj. ‘(Patol.) relativo ou pertencente à espinha dorsal’ XX raquiDI.ANO <i>rachidiano</i> 1899 raquiCENTESE sf. ‘(Cir.) punção do canal raquiano’ XX raquiÓPAGO sm. ‘(Terat.) monstro duplo ligado pela raque’ XX raquiPLE.GIA sf. ‘(Patol.) paralisia da medula espinhal’ XX raquiTO.IA sf. “(Cir.) abertura cirúrgica do canal raquiano’ XX <i>ráquis</i> sf. ‘raque, espinha dorsal’ 1874. Cp. gr. <i>ráchis</i> <i>raquissagra</i> sf. ‘(Patol.) dor gotosa na raque’ <i>rachisagra</i> 1899 raquí.ICO 1858 raquiIT.ISMO 1858 → raqui(o) – raquíT.ICO 1836 sc raquiIT.ISMO chi- 1836, sc (p. 547).	Rachitismo Raquitismo [Do gr. <i>rhachítes</i>, ‘da coluna vertebral’, i.e., ‘doença ou deformação da coluna vertebral’ + -ismo] S.m. 1. <i>Patol.</i> Doença da infância, produzida por distúrbios do metabolismo do cálcio e do fósforo, por efeito de carência de vitamina D, e que se manifesta, sobretudo, por alterações e deformidades do esqueleto [...] (p.1451).	[...] Emprega-se pois [ilegível]oatra a [ilegível]lidade, a Anemia, a Chloresia, o Rachitismo, a Escro[ilegível], etc e durante a convaiecença [...]
Convaiecença Convalescença ► Convalescer vb. ‘recuperar a saúde, restabelecer-se’ XV. Do lat. <i>con-valescere</i> <i>convalescença</i> -cencia 1813 Do fr. <i>convalescence</i>, deriv. Do lat. <i>convalescentia</i>	Convaiecença Convalescença [Do lat. <i>convalescentia</i>] S.f. 1. Ato de convalescer. 2. Período subsequente a uma doença de que alguém se restabeleceu (p.470).	[...] Emprega-se pois [ilegível]oatra a [ilegível]lidade, a Anemia, a Chloresia, o Rachitismo, a Escro[ilegível], etc e durante a convaiecença [...]

convalescENTE -lecente 1813 Do fr. <i>convalescent</i> , deriv. Do lat. <i>com-valescens</i> – <i>entis</i> , part. de <i>convalescere</i> RE convalescer -lecer XVII (p. 177).		
--	--	--

Quadro 50: Dicionarização e exemplificação do anúncio JU90an02-02-1893.

Dando prosseguimento a nossa análise, faremos um resumo dos aspectos comuns encontrados nos anúncios de medicamentos de jornais paraibanos do século XIX e por meio de gráficos demonstraremos a ocorrência das categorias de análise bem como peculiaridades concernentes ao léxico encontradas no gênero pesquisado.

Os anúncios de medicamentos veiculados no século XIX por periódicos paraibanos utilizavam uma linguagem subjetiva e adotavam uma série de estratégias de persuasão, dentre elas citamos o uso recorrente de adjetivos e advérbios que enalteciam o produto anunciado; a propagação de testemunhos de pessoas que obtiveram a cura da doença através da utilização do medicamento e a aprovação de juntas médicas e de renomados médicos e farmacêuticos da época relacionada ao produto.

No que tange às categorias de análise, verificamos que os itens “remissão à autoridade” e “indicações” apresentam-se em todos os anúncios analisados, sendo esses essenciais para promover a confiabilidade e a eficácia do produto anunciado.

Uma outra tradição discursiva observada no gênero anúncio dos jornais da referida época diz respeito à composição e apresentação do produto e a indicação do local em que o mesmo é comercializado, conforme demonstra o gráfico a seguir. Já em relação à posologia e seu modo de uso, alguns anúncios trazem em seu corpo tais especificações, porém esta ocorrência não é tão comum como as demais categorias de análise.

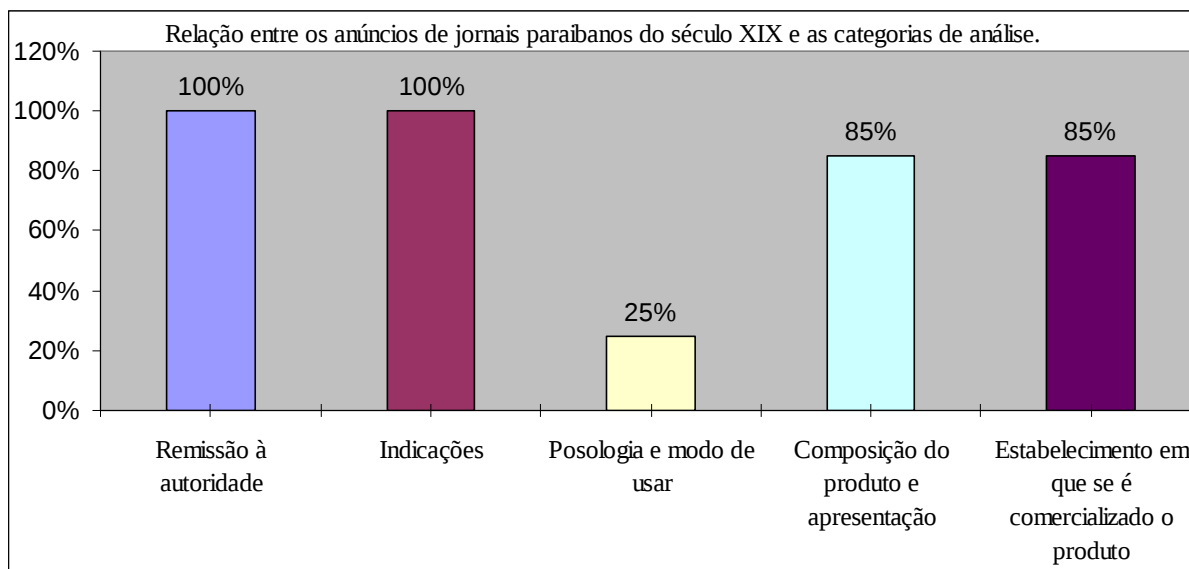


Figura 32: Gráfico referente às categorias de análise.

Em relação ao léxico, optamos, para uma melhor exposição metodológica, quantificar as características comuns dos anúncios pesquisados em quatro itens: termos técnicos e/ou científicos, lexias não encontradas ou expressões em desuso, vocábulos populares e palavras empregadas com diferente valor semântico, conforme o gráfico seguinte.

É interessante ressaltarmos que a maior parte dos anúncios analisados possuem em seu texto a presença de termos técnicos, concernentes a doenças ou a denominações de plantas medicinais, como: escrófulas e quina.

Quando nos remetemos aos itens que albergam as lexias não encontradas e expressões em desuso e as palavras empregadas com diferente valor semântico, percebemos um traço de mudança evidente ao compararmos tais anúncios com os atuais, apesar de muitos desses termos serem bem comuns no século XIX, como por exemplo: moléstia, boticas, hálito offensivo, órgãos digestivos e assimilativos etc.

Um outro traço característico do século XIX é a utilização de vocábulos populares relacionados às doenças mais recorrentes do período citado, dentre elas citamos: tísica (tuberculose pulmonar), flores brancas (vaginite), maleitas (malária), dentre outras.

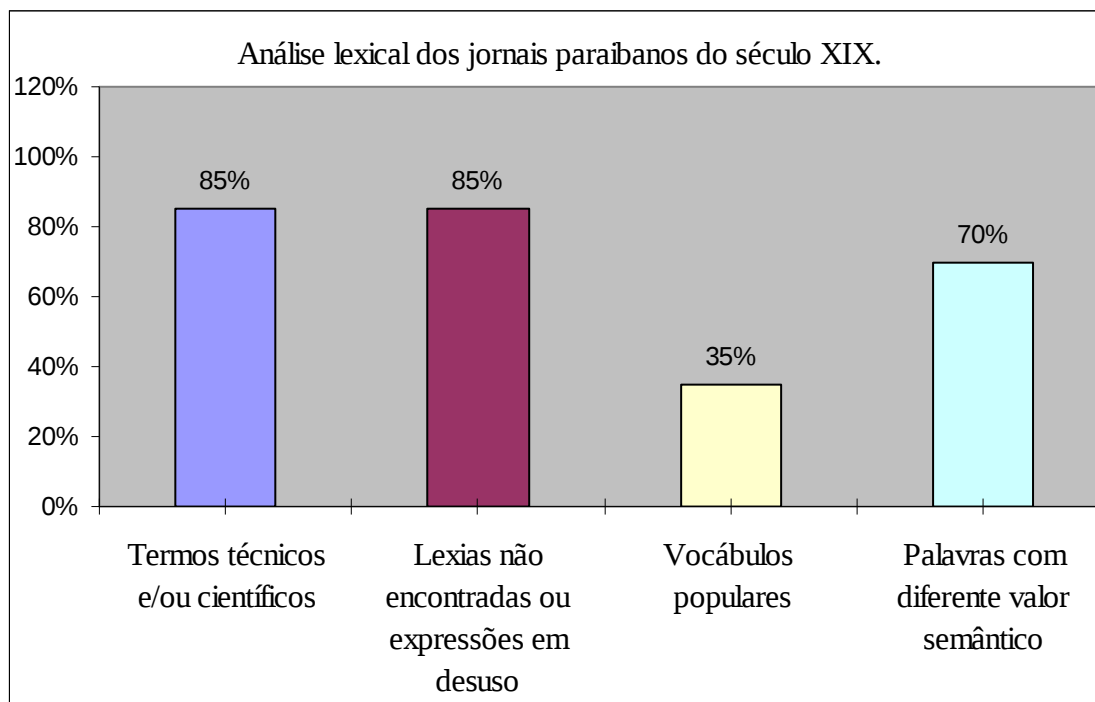


Figura 33: Gráfico referente à análise lexical dos jornais paraibanos do século XIX.

Diante do exposto, identificamos, em nossa análise, traços de permanência, que caracterizam as tradições discursivas tanto no campo estrutural como na área lexical dos anúncios no decorrer do século XIX, além disso, percebemos, também, que há mudanças dessas TDs em relação aos anúncios da atualidade, ou seja, hoje os anúncios contam com recursos tecnológicos, com textos curtos e objetivos, utilizam muito mais elementos visuais e os detalhes acerca dos medicamentos propagados são expostos em uma bula medicamentosa e não mais no corpo do anúncio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A variabilidade e o dinamismo da língua nos conduziram para a realização dessa pesquisa, levando em consideração a mudança e/ou a permanência de estruturas e de léxico no gênero anúncio, especificamente de medicamentos e similares, nos jornais paraibanos do século XIX.

É sabido que a análise dos discursos presentes nos anúncios coletados concretizou-se por meio de várias leituras provenientes dos arcabouços teóricos por nós pesquisados e que os resultados surpreendem aqueles que buscam respostas a tantas indagações linguísticas e sociais oriundas do passado.

A importância dos jornais no século XIX é notória, visto que tal meio de comunicação circulava na sociedade, veiculando as mais diversas notícias e propagando anúncios, dentre eles, os relacionados à cura das doenças mais recorrentes deste período, nosso objeto de estudo. Além disso, foi a partir da consolidação da imprensa que as modificações gráficas, linguísticas e extralinguísticas cumpuseram a história das Tradições Discursivas.

O século XIX foi um período bem conturbado em virtude de ter sido marcado por mudanças políticas e sociais no Brasil, dentre elas o desenvolvimento urbano, os embates políticos, a inserção do sujeito na cultura letrada e a propagação de doenças e epidemias. Assim, por fazer parte da nação brasileira, a província da Parahyba também mergulhou nesse contexto.

A história dos medicamentos se confunde com a história social de um povo que, desde os tempos mais remotos, sofre com as condições de higiene. Desse modo, o homem buscou, ora com oferendas, sacrifícios e invocações, ora por meio de porções mágicas ou de compostos químicos, aliviar, e até mesmo curar, as enfermidades que afetavam sua saúde. Diante disso, a convivência em sociedade e a imersão dos indivíduos em variadas culturas fizeram com que cada ser humano fosse em busca de uma qualidade de vida, e tal melhoria era buscada, incessantemente, nas condições sanitárias, muitas vezes deficitárias, oferecidas pelo governo.

Com o advento da imprensa e a consequente propagação de anúncios de medicamentos, personalidades das áreas médica e farmacêutica surgiam como “heróis da cura” no século XIX e veiculavam em páginas de jornais produtos que prometiam curar desde

uma simples dor de cabeça até mesmo uma doença tida como incurável para o padrão da época, a hanseníase.

Nossa contribuição nesse sentido centrou-se no estudo desses anúncios que registram a identidade de um povo através de seus hábitos, costumes e particularidades lexicais, desvendando as entrelinhas de um período em que a saúde já era um caso de UTI, para isso baseamo-nos em aspectos externos (como, onde e quando o texto foi utilizado), sociais, estruturais e linguísticos.

Observamos em nosso *corpus* aspectos relacionados a Tradições Discursivas no que tange à recorrência de estratégias persuasivas utilizadas na sedução do leitor para o consumo dos produtos expostos nos anúncios, tais como: o frequente uso de adjetivos e de advérbios com o intuito de qualificar e enaltecer o medicamento em questão; a constante presença de testemunhos de pessoas que já obtiveram êxito com o uso do produto anunciado; a menção de compostos medicamentosos criados por médicos e farmacêuticos renomados na época; uma provável transmutação do gênero anúncio em uma bula medicamentosa, visto que, percebemos elementos concernentes a esta, como as indicações, posologia e modo de usar, a composição e a apresentação do produto e, até mesmo, o estabelecimento em que se é comercializado.

As escolhas lexicais podem dar ao texto um grau de proximidade ou de distanciamento entre os interlocutores, porém, no estudo realizado, verificamos algumas particularidades referente aos anúncios de medicamentos do século XIX no que tange ao léxico, configurando-se em Tradições Discursivas: a utilização de termos técnicos e científicos no corpo do anúncio, referindo-se a produtos veiculados ou a doenças mais comuns do período; a ausência de algumas lexias nos dicionários; a presença de expressões ou termos utilizados no século XIX, porém em desuso no século atual; vocábulos relacionados a enfermidades popularizados e algumas palavras empregadas com a carga semântica diferente da que se encontra nos dicionários por nós pesquisados.

É mister ressaltarmos que, sob o viés histórico-linguístico-discursivo, o anúncio, de maneira geral, representa muito mais que a exposição de um determinado produto, ele consiste em uma Tradição Discursiva que pontua não só elementos verbais, mas sim todo um contexto social envolvendo práticas consuetudinárias e ditando o modelo de comportamento a ser seguido pela sociedade da época.

Por mais que percebamos as transformações ocorridas, ao longo do tempo, nos anúncios, não há como precisarmos em que períodos elas começaram e tampouco quando elas findarão, pois esta tradição molda-se em virtude da época e do lugar em que se é veiculada.

Não há dúvidas em afirmarmos que os estudos voltados às Tradições Discursivas são imprescindíveis para o conhecimento dos processos de constituição de um gênero discursivo, principalmente quando nos referimos aos de esfera publicitária, por precisar historicamente sua configuração, suas características a partir de certos costumes que o constituem ao longo do tempo.

É evidente que os anúncios relacionados a medicamentos foram se transformando conforme o tempo. Muitos não são mais veiculados em jornais, já que os recursos tecnológicos permitem a propagação destes em mídias de alto alcance, como é o caso da televisão, da Internet, das revistas de circulação nacional e das redes sociais. A forma de anunciar também sofreu mudanças, ou seja, são reguladas por órgãos regulamentados pelo governo que ditam as regras para a veiculação de produtos médicos e similares. Os recursos visuais se fizeram mais presentes, no entanto, algumas Tradições Discursivas se mantêm na atualidade nos anúncios de medicamento, dentre elas a exaltação do produto; o testemunho de atores, cantores, enfim de artistas “em alta” na mídia, principalmente televisiva; e até mesmo por meio dos discursos feitos pelos fabricantes, agora laboratórios, sobre as indicações medicamentosas e suas peculiaridades terapêuticas.

Esperamos que as reflexões provenientes desta pesquisa não se esgotem aqui e que elas contribuam para uma ampliação das discussões sobre os usos do português brasileiro nos séculos XIX e XX, observando o uso de alguns elementos linguístico-discursivos utilizados na composição dos anúncios de medicamentos em correlação com outros gêneros do mesmo período. Além disso, vicejamos que o estudo interdisciplinar aqui realizado norteie novas perspectivas teóricas e práticas, aproximando ciências afins e buscando entender como se configuram as práticas sociais, sobretudo, no que se refere à competência comunicativa dos sujeitos.

REFERÊNCIAS

ALDRIGUE, A. C., NICOLAU, R.B.F. **Quem o pretender comprar dirija-se a...** João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2009.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

_____. **Estética da Criação Verbal**. 2 edição São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BERTOLLI, C. F. **História da Saúde Pública no Brasil**. São Paulo: Ática, 1996.

BIDERMAN, M. T. C. In OLIVEIRA, A.M. P. de; ISQUERDO, A. N. (Orgs.). **As Ciências do Léxico**: Lexicologia, Lexicografia, Terminologia. 2. ed. Campo Grande: UFMS, 2001. pp.33-51. Disponível em <http://webserver.falnatal.com.br/revista_nova/a8_v2/Artigo_lexico_Caline.pdf>. Acesso em: 12 dez 2011.

BONIFÁCIO, C.A. de M. **A Tradição discursiva e a gramática do design visual no anúncio publicitário**. João Pessoa, 164p. Tese doutorado, Universidade Federal da Paraíba, 2011.

BOTICAS E FARMÁCIAS. **História da farmácia do Brasil**, parte I. 27 de janeiro de 2011. Disponível em: <<http://boticasefarmacias.blogspot.com.br/2011/01/historia-da-farmacia-no-brasil-parte-i.html>>. Acesso em 20/02/2012.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Vendendo Saúde: história da propaganda de medicamentos no Brasil** / BUENO, E. – Brasília: Agência Nacional de Vigilância Sanitária, 2008. Disponível em: <http://www.anvisa.gov.br/propaganda/vendendo_saude.pdf>. Acesso em: 09/01/2012.

BRASIL. Arvoredo. **Mil-folhas**. Turvo, Paraná. Disponível em: <<http://www.arvoredobrasil.com.br/especies-cultivadas/ervas-aromaticas-e-medicinais/mil-folhas/>>. Acesso em: 12 jan. 2013.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Senado Federal. Disponível em: <http://www.fundabrinq.org.br/_Abrinq/documents/publicacoes/Con1988br.pdf>. Acesso em 06 de maio de 2010.

BRASIL. Decreto nº. 20.377, de 08 de setembro de 1931. **Aprova a regulamentação do exercício da profissão farmacêutica no Brasil**. Disponível em: <<http://www.soleis.adv.br/farmaceticoprofissao.htm>>. Acesso em: 16 jan. 2010.

BRASIL. Decreto-lei nº. 4.113, de 13 de fevereiro de 1942. **Regula a propaganda de médicos, cirurgiões dentistas, parteiras, massagistas, enfermeiros, de casas de saúde e de estabelecimentos congêneres, e a de preparados farmacêuticos.** Diário Oficial da União, Seção 1. 18 fev. 1942. p. 2443.

BRASIL. Decreto nº 21.111, de 1º de março de 1932. **Aprova o regulamento para a execução dos serviços de radiocomunicação no território nacional. Atos do governo provisório.** Rio de Janeiro: Senado Federal, [s.d], p. 285-323.

BRASIL. Decreto nº. 79.094, de 5 de janeiro de 1977. **Regulamenta a Lei no 6.360, de 23 de setembro de 1976, que submete a sistema de vigilância sanitária os medicamentos, insumos farmacêuticos, drogas, correlatos, cosméticos, produtos de higiene, saneantes e outros.** Diário Oficial, 05 jan. 1977.

BRASIL. Lei nº. 6.360, de 23 de setembro de 1976. **Dispõe sobre a vigilância sanitária a que ficam sujeitos os medicamentos, as drogas, os insumos farmacêuticos e correlatos, cosméticos, saneantes e outros produtos, e dá outras providências.** Diário Oficial da União, 24 set 1976.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção ao consumidor e dá outras providências.** Diário Oficial da União, 12 set. 1990.

BRASIL. Lei nº. 9.294, de 15 de julho de 1996. **Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.** Diário Oficial da União, 16 jul. 1996.

BRASIL. Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999. **Define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e dá outras providências.** Diário Oficial da União, de 27 jan. 1999.

BRASIL. Portaria nº 3.916/GM de 30 de outubro de 1998. Ministério da Saúde. **Política Nacional de Medicamentos.** Brasília: Diário Oficial da União n. 215-E, Seção 1, p. 18-22, 10 nov. de 1998.

BRASIL. Resolução RDC nº. 102, de 30 de novembro de 2000. **Aprova o regulamento sobre propagandas, mensagens publicitárias e promocionais e outras práticas cujo objeto seja a divulgação, promoção ou comercialização de medicamentos de produção nacional ou importados, quaisquer que sejam as formas e meios de sua veiculação, incluindo as transmitidas no decorrer da programação normal das emissoras de rádio e televisão.** Diário Oficial da União, 1º dez. 2000.

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

CARNEIRO, H. S. **Filtros, Mezinhas e Triacas: as drogas do mundo moderno**. São Paulo: Xamã Editora, 1994.

CARVALHO, N., MACHADO, A. C. R., BASTOS, A. K.P de H. **Anúncios de imóveis na imprensa do Recife: do século XIX aos dias atuais**. Disponível em: <http://www.ufpe.br/pgletras/Investigacoes/Volumes/Vol.19.N2_2006_ARTIGOSWEB/NellyCarvalho-AnaCarlotaRilho-AnaKarineBastos_ANUNCIOS-DE-MOVEIS_Vol19-N2_Art04.pdf>. Acesso: 12 jan, 2010.

CARVALHO, N. **Publicidade: a linguagem da sedução**. São Paulo: ÁTICA, 1996.

CASTILHO, A. T.de (Org). **Para a história do português brasileiro**. Vol. I: Primeiras idéias. São Paulo: Humanitas/FAPESP, 1998.

COSERIU, E. **Sincronia, diacronia e história: o problema da mudança lingüística**. Trad. Carlos Alberto da Fonseca e Mario Ferreira. Rio de Janeiro: Presença USP.1979.

COSTA, M.R.R.M.da. **A propaganda de medicamentos de venda livre: um estudo do discurso e das questões éticas**. 2005. 419 fls. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)-Universidade Metodista de São Paulo, Uberlândia. 2005.

CUNHA, A.G. da. **Dicionário etimológico da língua portuguesa** 4 ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2110.

DINIZ, A. S. **Medicinas e curandeirismo no Brasil**. João Pessoa: Editora Universitária, 2011.

EDUARDO, M. B. de P., MIRANDA, I. C.S. de (colaboradora). **Saúde & Cidadania: Vigilância Sanitária**. Instituto para o Desenvolvimento da Saúde - IDS. Núcleo de Assistência Médico-Hospitalar - NAMH/FSP e Banco Itaú. São Paulo, 1998.

FALCO, Marylin. **Pequena História**. Disponível em: <http://www.seculovinte.com.br/pt/pequena_historia/index.php>. Acesso em 28/09/2011.

FERREIRA, A. B. de H. **Novo dicionário da língua portuguesa** 2 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

FIGUEIREDO, N. **Panorama da propaganda brasileira**. In: SIMÕES, E.; SIMÕES, R. (Org.). Comunicação Publicitária. São Paulo: Atlas, 1976.

FIORIN, J.L. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2008.

FONSECA, M. C. de A. P. **A escrita oficial: manuscritos paraibanos dos séculos XVIII e XIX**. Recife: Programa de Pós-Graduação em Letras da UFPE, 2005.

FREYRE, G. **O escravo nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX**. 2. Ed. São Paulo: Nacional; Recife: Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais, 1979.

GARCIA, F. L. **Introdução crítica ao conhecimento**. 1. ed. Campinas, SP: Papirus, 1988.

GOMES, V. S. **Traços e mudanças em editoriais pernambucanos: da forma ao sentido**. Tese (Doutorado em Lingüística) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007.

HOUAISS, A. **Grande dicionário da língua portuguesa**. São Paulo: Objetiva, 2011.

INSTITUTO VIRTUAL DOS FÁRMACOS. Disponível em: <
http://www.ivfrj.ccsdecania.ufrj.br/ivfonline/edicao_0024/dia_farmaceutico.html>. Acesso em: 12/12/2011.

JUNIOR, J. M. C. **Língua e cultura**. Disponível em: <
<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/letras/article/view/20046/13227>>. Acesso em 21 de março de 2012.

JÚNIOR, M. D. **Cultura e língua na formação brasileira**. In MELLO, L. A. Sociedade, cultura e língua: ensaios de sócio e etnolingüística. João Pessoa. Editora Shorin, 1990.

KABATEK, J. **Tradições discursivas e mudança lingüística**, In: LOBO, T.; RIBEIRO, I. CARNEIRO, Z. & ALMEIDA, N.(eds.): Para a história do português brasileiro: novos dados, novas análises, Salvador: EDUFBA, 2006.

LANMAN e KEMP-BARCLAY & CO, Inc. **Florida Water**. Disponível em: <
<http://www.lanman-and-kemp.com/florida.htm>>. Acesso em: 14 jan. 2013.

LIMA, I. C.A.de L. **Uma análise comparativa entre anúncios de jornais paraibanos dos séculos XIX e XXI**. Voos- Revista Polidisciplinar Eletrônica da Faculdade de Guairacá, Guarapuava, PR, Caderno de Letras, Volume 02, Ed. 01, p.31-42, 2010. Disponível em: <
www.revistavoos.com.br/seer/index.php/voos/article/download/.../85>. Acesso em: 23/01/2012.

LUENGO, M. B. **Uma revisão histórica dos principais acontecimentos da imunologia e da farmacologia na busca do entendimento e tratamento das doenças inflamatórias**. In: Revista Eletrônica de farmácia, vol.2, 64-72, 2005. Faculdade de Farmácia-Universidade São

Judas Tadeu. São Paulo. Disponível em: <
revistas.ufg.br/index.php/REF/article/download/1951/1884>, acesso em 23/01/2012.

LUCIANO, E. **É da sua época.** Disponível em: <
<http://edasuaepoca.blogspot.com.br/2012/01/1908-emulsao-scott.html>>. Acesso em: 12 jan. 2013.

MACHADO, A.R. e BEZERRA, M.A. **Gêneros textuais & ensino.** Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

_____. **Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital.** In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

MARCUSCHI, L. A. **A questão do suporte dos gêneros textuais.** In: Revista DLCV. João Pessoa: Idéia, 2003.

_____. **Gêneros textuais: definição e funcionalidade.** In: A. P. Dionísio et al. (orgs.). **Gêneros textuais & ensino.** Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

MINAYO, M.C.S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** 6.ed. Petrópolis, RJ : Vozes, 1996.

NASCIMENTO, A. C.; SAYD, J. D. **“Ao persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado”. Isto é Regulação?** Revista Saúde Coletiva, v. 15, n. 2, p. 305-328, 2005

NASCIMENTO, M.C. **A centralidade do medicamento na terapêutica contemporânea.** 2002. Tese (Doutorado em Saúde Coletiva)–Instituto de Medicina Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002. Disponível em:
 <http://www.tesesims.uerj.br/lildbi/docsonline/1/2/121-Marilene_C_Nascimento.pdf>. Acesso em: 03.03.2012.

NICOLAU, R. B. F. **Forma e sentido: arquitetônicas dos anúncios na imprensa paraibana dos séculos XIX e XX.** João Pessoa, 238p. Tese de doutorado. Universidade Federal da Paraíba, 2008.

OESTERREICHER, W. **Autonomización del texto y recontextualización.** Dos problemas fundamentales de las ciencias del texto. Mimeo, 1999.

OLIVEIRA, M. M. M. Tradições discursivas em anúncios de e sobre moda nos jornais paraibanos do século XIX: relação língua-cultura-sociedade e léxico. João Pessoa, 177p. Tese doutorado, Universidade Federal da Paraíba, 2011.

OLIVEIRA, K. C. de. **Tradições discursivas: uma análise comparativa dos anúncios de emprego de jornais paulistas**. In: GARCIA, B.R.V.; CUNHA, C.L.; PIRIS, E.L.; FERRAZ, F.S.M.; GONÇALVES SEGUNDO, P.R. (Orgs.). **Análises do Discurso: o diálogo entre as várias tendências na USP**. São Paulo: Paulistana Editora, 2009. ISBN 978-85-99829-38-7. Disponível em: < <http://www.epedusp.org> >. Acesso em: 15/12/2011.

OLIVEIRA, G.G. **Ensaio clínico: teoria e prática**. Ministério da Saúde: Agência Nacional de Vigilância Sanitária, Brasília, 2006.

ORLANDI, E. P. **Discurso e texto: formação e circulação dos sentidos**. Campinas: Pontes, 2011.

PIMENTA, T. S. **Transformações no exercício das artes de curar no Rio de Janeiro durante a primeira metade do Oitocentos**. Hist. cienc. saude-Manguinhos [online]. 2004, vol.11. Disponível em: < http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/6567a80047457a738711d73fbc4c6735/Relatorio_UBS_final_jan2011.pdf?MOD=AJPERES > Acesso em: 26/01/2012.

PINHO, J. B. **Trajetória da publicidade no Brasil: das origens à maturidade técnico-profissional**. In: PINHO, J. B. (Org.). **Trajetórias e questões contemporâneas da publicidade brasileira**. São Paulo: INTERCOM, 1998.

PRETI, D. **A linguagem proibida: um estudo sobre a linguagem erótica**. São Paulo: Quiróz, 1984.

REVISTA VEJA. **Não parecia, mas era propaganda**. In: Veja on line, Ed. Abril, edição de n. 1.766, de 28 ago. 2002. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/280802/p_050.html> Acesso em: 05 setembro 2011.

RUBINSTEIN, F. **Propaganda de medicamentos no Brasil: medidas reguladoras**. In: CONGRESSO BRASILEIRO SOBRE O USO RACIONAL DE MEDICAMENTOS; 2005 Out 13-15; Porto Alegre; Rio Grande do Sul; Brasil. Disponível em: <http://www.anvisa.gov.br/servicosade/hsentinel/uso_racional_i/Franklin_Rubinstein.ppt>. Acesso em: 18/01/2012.

SÁ, A. N.de M. e MARIANO, S. R. C. (orgs). **Histórias da Paraíba: autores e análises historiográficas sobre o século XIX**. João Pessoa, Editora Universitária/UFPB, 2003.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura?** São Paulo: Editora Brasiliense, 6ª. Edição, 1987.

SANTOS, G. **Princípios da publicidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

SCHILIEBEN-LANGE, B. **História do falar e história da lingüística**. Trad. Fernando Tarallo et all. Campinas: Editora Unicamp, 1993.

TEMPORÃO, J. G. **A propaganda de medicamentos e o mito da saúde**. Rio de Janeiro: Graal; 1986.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Campanha contra dengue**. Disponível em: < <http://www.fafich.ufmg.br/rponline/arquivo/rponline/sitevelho/rponline9/empauta2.htm> >. Acesso em 10/04/212.

VIEIRA, L.; ANDRADE, J.; CARDOSO, R. ; ACCIOLY, A. **Marcas de valor no mercado brasileiro**. Rio de Janeiro: SenacRio. 2003.