



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE HISTÓRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA**



CLETO SANDYS NASCIMENTO DE SOUSA

**ALMANACK DA PARNAHYBA: desejo de modernidade
sob o véu da barbárie em Parnaíba - Piauí (1924 - 1941)**

UBERLÂNDIA

2018

CLETO SANDYS NASCIMENTO DE SOUSA

**ALMANACK DA PARNAHYBA: desejo de modernidade
sob o véu da barbárie em Parnaíba - Piauí (1924 - 1941)**

**Tese apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em História do
Instituto de História da UFU, sob
orientação da Professora Doutora
Rosângela Patriota Ramos, para
obtenção do título de doutor.**

**Linha de Pesquisa: Linguagens,
Estética e Hermenêutica.**

UBERLÂNDIA

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

S725a Sousa, Cleto Sandys Nascimento de, 1968-
2018 Almanack da Parnahyba [recurso eletrônico] : desejo de modernidade sob o véu da barbárie em Parnaíba - Piauí (1924 - 1941) / Cleto Sandys Nascimento de Sousa. - 2018.

Orientadora: Rosangela Patriota Ramos.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em História.

5
Modo de acesso: Internet.

Disponível em: <http://dx.doi.org/10.14393/ufu.te.2018.636>

Inclui bibliografia.

Inclui ilustrações.

1. História. 2. Imprensa - Parnaíba (PI) - História - 1924-1941. 3. Periódicos brasileiros - Parnaíba (PI) - História - 1924-1941. 4. Almanaque da Parnaíba - História. I. Ramos, Rosangela Patriota (Orient.) II. Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em História. III. Título.

CDU: 930

Gerlaine Araújo Silva - CRB-6/1408

CLETO SANDYS NASCIMENTO DE SOUSA

**ALMANACK DA PARNAHYBA: desejo de modernidade
sob o véu da barbárie em Parnaíba - Piauí (1924 - 1941)**

COMISSÃO EXAMINADORA

Profa. Orientadora: Dra. Rosângela Patriota Ramos
Universidade Federal de Uberlândia

Prof. Convidado: Dr. Francisco de Assis de Sousa Nascimento
Universidade Federal do Piauí

Prof. Convidado: Dr. Rodrigo de Freitas Costa
Universidade Federal do Triângulo Mineiro

Prof. Convidado: Dr. Alcides Freire Ramos
Universidade Federal de Uberlândia

Profa. Convidada: Dra. Silvana Assis Pittilo
Universidade Federal de Uberlândia

TESE APROVADA EM _____ / _____ / _____

DEDICATÓRIA

A meus dois Grandes Amores, Renata Cristina da Cunha e Rebecca Sandys Cunha e Sousa, com amor e carinho especial.

Aos meus pais, João Pedro de Sousa e Lindalva Nascimento de Sousa, com carinho.

Aos meus irmãos, Sara, Cleandro, Raniere e Ranier, com ternura.

A minha orientadora, Profa. Dra. Rosângela Patriota Ramos, com imensa gratidão.

AGRADECIMENTOS

Uma tese de doutorado dificilmente pode ser considerada uma obra individual, visto que várias pessoas contribuíram para a concretização deste trabalho.

Gostaria, então, de demonstrar minha gratidão a minha orientadora, incentivadora e amiga, professora Dra. Rosangela Patriota Ramos, pela disponibilidade e paciência frente às minhas limitações.

Aos professores do programa de Doutorado em História da UFU, minha gratidão pelo repasse teórico em forma de aulas e textos, que me foram de extrema valia.

Aos meus amigos e colegas de turma, pela agradável convivência, em especial ao meu amigo Daniel pela companhia e pelas conversas durante estes anos de aulas.

Aos professores que prontamente aceitaram compor minha banca de defesa, Dr. Francisco de Assis de Sousa Nascimento, Dr. Rodrigo de Freitas Costa, Dr. Alcides Freire Ramos e Dra. Silvana Assis Pittilo, meu muito obrigado.

Aos meus amigos e amigas, os casais Sérgio e Natália, Idelmar e Gabriela, Fred e Leandro pelas alegrias compartilhadas.

Agradeço aos meus pais, João Pedro e Lindalva. Pai e Mãe, vocês são o timão no barco da minha vida.

A minha esposa e amiga, Renata Cristina, cujo estímulo e amor resultaram no meu crescimento pessoal e profissional. A você, meu escudo, MUITO OBRIGADO por todo o amor, carinho e apoio incondicional em todos os momentos bons e difíceis de nossa vida conjugal. Não só nos últimos quatro anos, mas nos mais de vinte anos vividos juntos.

Finalmente, a minha filha, Rebecca Sandys, pela compreensão, maturidade, pelo carinho e tranquilidade ao me transmitir segurança em saber que estaria longe, mas perto do coração. Cada abraço de chegada era minha recompensa. Não há nada melhor que o seu amor.

Não se deve esquecer que a palavra **moderno** muda
perpetuamente de sentido, o que a torna, sem dúvida, de difícil
manejo, dando sempre a seus adversários a sensação de
perseguir a sua sombra. Mas é, também, o que faz a sua
grandeza.

Louis Aragon

SOUSA, Cleto Sandys Nascimento de. **Almack da Parnahyba**: desejo de modernidade sob o véu da barbárie em Parnaíba - Piauí (1924 - 1941). 199 p. 2018. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal de Uberlândia, 2018.

RESUMO

Esta tese incursiona no Almanaque da Parnaíba, produzido e editado por Benedicto dos Santos Lima, na cidade de Parnaíba, entre os anos de 1924 e 1941, e em sua articulação com o advento da Modernidade no país. Buscamos evidenciar e discutir as tramas discursivas historicamente situadas, frutos de uma visão sobre os experimentos socioculturais e, ao mesmo tempo, como dimensões instituintes do social, sobretudo, no que respeita às sensibilidades e às visões de mundo modernas. Por meio de textos, fotografias e propagandas que agiam na formação de um imaginário local sobre as experiências vividas, Parnaíba se revela, nas páginas do Almanaque, uma cidade moderna forjada por imagens planejadas pelos interesses dos publicadores. Nesse sentido, o objetivo geral da pesquisa é analisar como o Almanaque da Parnaíba “vendia” a cidade de Parnaíba sob o viés da modernidade europeia, divulgava seus ideais, exaltava sua sociedade e consagrava seus habitantes mais abastados dentro do recorte temporal analisado. A partir de um diálogo entre as fontes documentais e hemerográficas, na perspectiva de teóricos como Le Goff (1994), Chartier (1999), Certeau (1994), Aragão (2014), Ferreira (2001) e Dutra (2005), empreendemos a análise dos Almanaque, para discutir a cidade de Parnaíba à luz de autores locais, como Mendes (1994), Lima (2008) e Nascimento (2001). A metodologia utilizada está ancorada nos pressupostos da pesquisa histórica e embasada em fontes primárias e secundárias. O Almanaque se configura como uma fonte privilegiada para compreender a formação histórica moderna das sensibilidades e das práticas sociais, como uma janela que se abre para universos culturais muito distantes e, ao mesmo tempo, muito próximos.

Palavras-chave: Almanack da Parnahyba. Modernidade. Benedicto dos Santos Lima. Parnaíba. Progresso. Imprensa.

SOUSA, Cleto Sandys Nascimento de. **Almanack of Parnahyba**: the desire for modernity under the veil of barbarism in Parnaíba - Piauí (1924 - 1941). 199 p. 2018. Doctorate thesis (Doctorate in History) – Federal University of Uberlândia, 2018.

ABSTRACT

This thesis is part of the Almanack of Parnaíba, produced and edited by Benedicto dos Santos Lima, in the city of Parnaíba, from 1924 until 1941, and in its articulation with the advent of modernity in the country. We seek to highlight and discuss the historically situated discursive plots, the fruits of a view on sociocultural experiments and, at the same time, as social instituting dimensions, especially considering the sensibilities and modern worldviews. Through texts, photographs and advertisements that acted in the formation of a local imaginary about the lived experiences, Parnaíba reveals itself, in the pages of Almanack, a modern city forged by images planned by the publishers' interests. In this sense, the general objective of the research is to analyze how the Parnaíba Almanac "sold" the city of Parnaíba under the bias of European modernity, divulged its ideals, exalted its society and consecrated its wealthiest inhabitants from 1924 until 1941. In order to analyze the Almanacks, the theoretical framework establishes a dialogue between authors as Le Goff (1994), Chartier (1999), Certeau (1994), Aragão (2014), Ferreira (2001) and Dutra (2005), and documentary and hemerographic sources. To discuss the city of Parnaíba, the dialogue was established with local authors such as Mendes (1994), Lima (2008) and Nascimento (2001). The methodology used is anchored in the assumptions of historical research and based on primary and secondary sources. The Almanack is a privileged source to understand the modern historical formation of sensibilities and social practices, as a window that opens to very distant and at the same time very close cultural universes.

Keywords: Almanack of Parnahyba. Modernity. Benedicto dos Santos Lima. Parnaíba. Progress. Press.

LISTA DE IMAGENS

Imagen 01: O porto Salgado ou Porto das Barcas.....	31
Imagen 02 Artigo sobre higiene.....	39
Imagen 03: Resumo da Exportação do Porto de Parnaíba do ano de 1924.....	44
Imagen 04: Primeiro calendário apresentado no Almanaque da Parnaíba.....	49
Imagen 05: Primeira poesia publicada no Almanaque da Parnaíba.....	51
Imagen 06: Calendário das festas religiosas cristãs.....	54
Imagen 07: Congregação Presbiteriana de Parnaíba.....	55
Imagen 08: Manoel Costa encarregado da Congregação Presbiteriana de Parnaíba.....	56
Imagen 09: Capitão Landry Salles Goncalves Interventor do Piaui.....	57
Imagen 10: Juarez Távora, um dos líderes da Revolução de 1930.....	58
Imagen 11: Arquibancada do International Athletic Club.....	60
Imagen 12: Estádio do Parnahyba Sport Club.....	61
Imagen 13: Exemplo de piadas publicadas no Almanaque da Parnaíba.....	62
Imagen 14: Palacete do Senhor Ademar Gonçalves das Neves.....	63
Imagen 15: Firma de representações SANTOS LIMA & C.ª Ltda.....	64
Imagen 16: Propaganda da farmácia São Luiz Correia e CIA.....	65
Imagen 17: Propaganda da LOJA DO POVO.....	67
Imagen 18: Relação de firmas comerciais.....	70
Imagen 19: Quadro de produtos importados.....	70
Imagen 20: Propaganda da MERCEARIA O BEMBEM.....	72
Imagen 21: Poesia de Benedito Benú da Cunha.....	74
Imagen 22: Poesia de Onesy Couto de Mello.....	76
Imagen 23: Poeta R. Petit.....	78
Imagen 24: Capa do Almanaque da Parnaíba de 1924.....	81
Imagen 25: Planta da Barra e projeto do Porto de Amarração.....	85
Imagen 26: Capas dos Almanaque da Parnaíba de 1930 e 1931.....	86
Imagen 27: Capa do Almanaque da Parnaíba de 1932.....	87
Imagen 28: Propaganda da Padaria e Biscoitaria PALMEIRA.....	94
Imagen 29: Organizadores do Almanaque da Parnaíba.....	100

Imagen 30: Embarque de babaçu no Porto Salgado.....	103
Imagen 31: Casa Inglesa.....	107
Imagen 32: Escritório de Benedicto dos Santos Lima.....	116
Imagen 33: Benedicto dos Santos Lima em seu escritório na mercearia Bembém.....	117
Imagen 34: Propaganda do Alvaralhão.....	118
Imagen 35: Propaganda do Aljava.....	127
Imagen 36: Grupo de Charadistas do Almanaque da Parnaíba.....	131
Imagen 37: Propaganda da Tipografia Renascença.....	141
Imagen 38: Palacete do médico Mirócles Véras.....	145
Imagen 39: Exemplo de tabela demonstrativa de arrecadação.....	147
Imagen 40: Exemplo de jogos e charadas.....	148
Imagen 41: Exemplo de propaganda.....	149
Imagen 42: Calendário mês de janeiro.....	150
Imagen 43: Ajardinamento da Praça da Graça pelo prefeito Nestor Véras.....	151
Imagen 44: Grupo Escolar Miranda Osorio.....	152
Imagen 45: Residência do comerciante Ademar Gonçalves das Neves.....	154
Imagen 46: Residência do médico Samuel Santos.....	155
Imagen 47: Prédio da Usina Elétrica de Parnaíba.....	157
Imagen 48: Processo de modernização das vias urbanas.....	159
Imagen 49: A Velha Maria Fumaça em frente ao Casarão de Simplício Dias 1930.....	163
Imagen 50: Cine Theatro Eden.....	166
Imagen 51: Firma Exportadora BERRINGER & Ca.....	170
Imagen 52: Rua Affonso Vizeu (Rua Grande)	172
Imagen 53: Poesia Progressos de Lívio Castello Branco.....	176
Imagen 54: Veículos em frente ao hotel dos Viajantes.....	178
Imagen 55: Vice-Consulado de Portugal em Parnaíba.....	180
Imagen 56: Programa Marina Veiga.....	185
Imagen 57: Texto de Marina Veiga.....	186

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO 1	18
1 - HISTÓRIA DO ALMANAQUE: a invenção do Almanaque.....	18
1.1 Arqueologia dos Almanaques.....	18
1.2 Breve panorama dos Almanaques.....	24
1.3 Almanaques como ordenadores do tempo.....	32
1.4 O surgimento dos Almanaques na Europa e no Brasil.....	35
1.5 Uma festa portuguesa com certeza! - as primeiras impressões.....	42
1.6 Repertório informativo do Almanaque da Parnaíba.....	48
1.6.1 Almanaque e a Economia.....	69
1.6.2 Almanaque e os Anunciantes.....	71
1.6.3 Almanaque e a Literatura.....	73
1.7 Capas do Almanaque da Parnaíba	79
1.8 Campanha pelo Porto de Amarração.....	82
CAPÍTULO 2.....	90
2 – BENEDICTO DOS SANTOS LIMA: uma vida entre o balcão, jornais, charadas e o Almanaque.....	90
2.1 Mercearia Bembém: onde tudo começou.....	118
2.2 Prefácios do Almanaque da Parnaíba	122
2.3 Jornal Aljava: sua segunda paixão.....	126
2.4 O charadismo: principal passatempo.....	130
CAPÍTULO 3.....	136
3 - DESEJO DE MODERNIDADE SOB O VÉU DA BARBÁRIE.....	136
3.1 Parnaíba como sinônimo da modernidade.....	169
3.2 Modernidade articulada dentro do Almanaque.....	173
3.3 Os Vice Consulados: status de modernização.....	179
3.4 Circulação do Almanaque fora do Piauí.....	181

CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 188

REFERÉNCIAS..... 193

INTRODUÇÃO

O interesse no desenvolvimento deste trabalho de cunho investigativo tem uma longa história que o antecede e o justifica. Houve, de fato, uma escolha intencional da temática, em razão da necessidade que sentíamos de conhecer com profundidade as potencialidades do Almanack da Parnahyba¹ para a história social da imprensa no Brasil.

Destarte, as reais motivações deste estudo não nasceram de repente, por acaso, mas trazem em si as marcas de uma história pessoal e profissional, com início no momento de meu ingresso como mestrando da Universidade Federal do Piauí (UFPI), no ano de 2007, quando realizei uma pesquisa sobre a Rádio Educadora de Parnaíba² e me deparei com uma fonte primária extraordinariamente detalhada para pensar não apenas a história da cidade de Parnaíba, mas a do estado do Piauí: o Almanack da Parnahyba.

Pesquisar a produção do Almanack da Parnahyba se revelou sobremaneira produtivo, uma vez que, conforme desvelado pela pesquisa de mestrado (SOUZA, 2009), este se configurou como um campo fértil de inquietações e reflexões que se converteram no tema de pesquisa de doutorado. Nesse sentido, a proposta investigativa realizada está inserida no âmbito das pesquisas interessadas em perscrutar, a partir do surgimento do Almanack da Parnahyba, o processo de modernização da cidade de Parnaíba iniciado em suas páginas, bem como compreender os espaços das transformações sociais, culturais e econômicas no município entre os anos de 1924 e 1941.

Nesse sentido, um dos objetivos desta pesquisa é analisar a relação entre o Almanack da Parnahyba e a estrutura e a organização social do período que possibilitou seu nascedouro. Não descuidamos de analisar a ação da classe intelectual local na feitura de um projeto político, editorial e estético na cidade de Parnaíba (PI) entre os anos de 1924 e 1941. Outro de nossos interesses com a proposta da composição da tese seria a digitalização de todos os Almaniques

¹ Todas as edições produzidas por Benedicto dos Santos Lima entre (1924 e 1941), objeto deste trabalho possuem esta grafia *Almanack da Parnahyba*.

² Rádio Educadora de Parnaíba foi uma emissora de rádio brasileira, situada na cidade de Parnaíba, no Estado do Piauí, que era sintonizada através da frequência 920 kHz AM. Foi fundada no dia 13 de maio de 1940, sendo considera a pioneira de todo o Estado do Piauí.

analisados e sua inserção em plataformas digitais para que outros profissionais de História pudessem ter acesso a eles. A importância da digitalização desses documentos se apresenta essencial para que suas informações sejam arquivadas e recuperadas de forma segura em meio digital, seja em arquivos físicos como pen drives e hd's, ou na nuvem, com acesso remoto via internet. Para seguir o avanço tecnológico, urge a necessidade de adaptar os processos de digitalização dos Almanaques da Parnaíba, devido à sua importância para a comunidade acadêmica e para a sociedade em geral. Os documentos originais permanecem, assim, livres do manuseio que, como sabemos, é um dos principais agressores dos documentos impressos.

É a partir da História Social que estabelecemos um diálogo crítico com as múltiplas estratégias adotadas pelos sujeitos, classes ou instituições no ordenamento do mundo social. Dentro dessa especificidade, estamos legitimados a incluir as práticas culturais, no caso aquelas relacionadas com a palavra impressa, no campo das tensões e conflitos que regem a vida cotidiana. Assim, seja no universo material ou simbólico, das tradições escritas ou orais, das ideias políticas ou do imaginário, entre outros, essas articulações devem revelar os modos de endereçamento que orientam as relações de poder e as experiências sociais. E o escrito, no caso os Almanaques, está inserido nesse amplo campo de possibilidades de pesquisa sobre a História Social da cultura no Brasil.

A imprensa se apresenta como excelente ferramenta de trabalho para o historiador e uma das formas de investigar o passado como fonte ou objeto de estudo. Diante disso, é fundamental ressaltar a relevância desta pesquisa para a história da imprensa no Piauí e no Brasil. Acentuamos, outrossim, a incipienteza deste quadro investigativo na historiografia local, uma vez que os Almanaques ainda vão gradativamente se destacando como fontes de pesquisas sobre a história social do livro e da imprensa no Brasil.

Em adição, a própria carência de um quadro geral bem delineado sobre o tema imprime uma necessidade (para não dizer obrigatoriedade) de pesquisas que visem a garantir a ampliação de trabalhos nessa linha. Acreditamos na produtividade do rico e variado manancial de gêneros e tipologias de obras que gradualmente tem deixado de existir graças à voragem das novas mídias. Não apenas como fonte para o trabalho do historiador, mas também como objeto histórico, os Almanaques têm emergido como protagonistas nas pesquisas acerca da história social do livro e da imprensa no

Brasil. Nesse sentido, esta pesquisa pretende colaborar com reflexões acerca das possibilidades de se pesquisar o Almanack da Parnahyba de com as perspectivas da História Social da Cultura.

O Almanaque da Parnaíba foi uma publicação mercantil, literária, estatística e de propaganda, constituído na cidade de Parnaíba (PI) pelo comerciante Benedicto dos Santos Lima em 1924. Distingue-se das demais publicações por sua longevidade editorial na história da imprensa piauiense durante o século XX. Caracterizado pela tradição comercial da cidade de Parnaíba, o anuário é indispensável enquanto fonte de dados, para compreensão sobre o contexto histórico do comércio caracterizado pela ascendente produção extrativista e do comércio de exportação e da imprensa no Piauí.

Como um indicativo das mudanças sociais, culturais e econômicas em nível local e nacional, o Almanack da Parnahyba acompanha a trilha dos periódicos desse modelo no Brasil e na Europa, tendo sido publicado ininterruptamente entre os anos de 1924 a 1982, como um dos principais veículos de informação, cultura e publicidade comercial no Piauí. Dessa forma, cumpre a esta pesquisa apresentar estratégias que façam o Almanack da Parnahyba figurar no complexo social, político e econômico do período, assim como elencar as condições materiais que favoreceram sua longa periodicidade. Reiteramos, por fim, as possibilidades e necessidades de se formar um quadro geral de compreensão acerca desse tipo de fonte/objeto na produção historiográfica local.

Para construir a discussão, considerando o período e o objeto de estudo, utilizamos a pesquisa historiográfica, por entendermos que possibilita ao historiador “vencer o esquecimento, preencher o silêncio, recuperar as palavras, a expressão vencida pelo tempo”. Nela, o historiador sabe que escolhe seus objetos no passado e os interroga a partir do presente, pois “a historiografia trabalha para encontrar um presente que não é o término de um percurso, expressões de uma época, trabalho do historiador para vencer o esquecimento, preencher o silêncio, recuperar as palavras”.³

A pesquisa histórica não é apenas uma prática “científica”, produtora de conhecimentos, mas uma prática cujas modalidades dependem das variações de seus procedimentos técnicos, dos constrangimentos que lhe impõem o lugar social e a instituição de saber onde ela é exercida e das regras que, necessariamente,

³ LE GOFF, J. (Org.) **A História Nova**. São Paulo: Martins Fortes, 1998. p. 45.

comandam sua escrita. A história é um discurso que aciona construções, composições e produz um corpo de enunciados “científicos”, se entender por isso “[...] possibilidade de estabelecer um conjunto de regras que permitem controlar operações proporcionais à produção de objetos determinados”⁴.

Nos últimos anos, nomes como Roger Chartier⁵, Peter Burke⁶, Jean-Yves Mollier⁷, além do norte-americano Robert Darnton⁸, têm se destacado dentro das produções que envolvem tanto a história do livro e das práticas de leitura quanto a temas relacionados com os impressos de forma geral. Estes autores, entre outros, ajudaram a construir um debate historiográfico bastante profícuo na historiografia brasileira, o que tem contribuído bastante para a formação de um quadro mais ou menos delineado de pesquisas que envolvem o material impresso no Brasil.

Nesse esforço para construir a memória, tida, segundo Walter Benjamin, como faculdade épica *par excellence*, indicando como propósito o Almanack da Parnahyba, utilizaremos como referências iniciais as publicações do Almanaque da Parnaíba, os Jornais de Parnaíba e Teresina no recorte temporal de 1924 a 1941.

Nas postulações de Roger Chartier⁹, são utilizadas duas modalidades para expressar o sentido dos estudos culturais: práticas e representações. As práticas são entendidas como cultura objetivada, conjunto de obras, realizações, instituições, inclusive usos, costumes; as representações culturais, como resultado de uma ação mental, espiritual ou ideológica sobre o grupo humano até mesmo no aspecto coletivo, “permitindo descrições, narrações e levantamentos”¹⁰.

Michel de Certeau¹¹ amplia o conceito de História e as possibilidades de percebê-la nas diversas formas e relações travadas entre os sujeitos, especialmente nos cenários culturais. Nesta perspectiva, compartilhamos a posição assumida por Roger Chartier ao afirmar que “A história cultural, tal como a entendemos, tem por principal objetivo identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída, pensada, dada a ler. Uma tarefa deste tipo

⁴ id. p. 27.

⁵ BURKE, P. **Uma história social do conhecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

⁶ MOLLIER, J. -Y. **A leitura e seu público no mundo contemporâneo**: ensaios sobre história cultural. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

⁷ CHARTIER, R. **A História Cultural**: entre práticas e representações. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990. p. 52.

⁸ FALCON, F. **História Cultural**: Uma visão sobre a sociedade e a cultura. Rio de Janeiro: Campus, 2002. p. 5.

⁹ CERTEAU, 2002, p. 29.

supõe vários caminhos".

Estruturalmente, o trabalho está dividido em três capítulos: no primeiro, **HISTÓRIA DO ALMANAQUE: a invenção do Almanaque**, delineamos um panorama de como se deu o nascimento do Almanaque no Brasil e no mundo, buscando compreender sua trajetória e a sua expansão no Brasil a partir do final do século XIX. Vale ressaltar que foi nesse período que o Almanaque foi transformado em uma instituição comercial lucrativa. Procuramos, nesse capítulo, responder a seguinte questão: Como compreender os Almanaque e as suas representações de cada época? Interessou-nos, particularmente, verificar a relação entre a história do Almanaque e a imprensa, bem como contextualizar seu surgimento e desenvolvimento no Brasil.

No segundo capítulo, intitulado **BENEDICTO DOS SANTOS LIMA: uma vida entre o balcão, jornais, charadas e o Almanaque**, dedicamo-nos a uma escrita biográfica preocupada com as (des)continuidades da experiência de vida e apreensão dos sujeitos históricos em sociedade. Nessa perspectiva, focalizamos a interpretação da figura de Benedicto dos Santos Lima e a rede de relações e obrigações externas na qual ele se inseriu, percebendo sua autonomia dentro do sistema social e político em Parnaíba. Buscamos, assim, responder, no capítulo, questões como: Quais as redes de dependência e reciprocidade construídas ao longo de sua vida em Parnaíba? Quais os mecanismos utilizados pelos organizadores do Almanaque para viabilizar a longevidade da publicação em Parnaíba? Quais os pontos de interseção entre o biografado e o quadro social, cultural e político do qual participava? Quais as suas referências editoriais?

No terceiro e último capítulo intitulado: **DESEJO DE MODERNIDADE SOB O VÉU DA BARBÁRIE** nos debruçamos sobre uma janela aberta na maioria das edições do Almanaque que tenta mostrar a todo momento uma cidade próspera e moderna, habitantes ricos e cultos e esconder seus principais problemas: as suas desigualdades sociais. Procuramos assim, responder as seguintes questões: Desvelar como o Almanaque "vendia" a cidade de Parnaíba sob o viés da modernidade europeia? Como divulgava esses ideais modernos? Como exaltava sua sociedade e consagrava seus habitantes mais abastados?

Na minha investigação do Almanack da Parnahyba e de sua inserção no campo da história e historiografia, predomina uma tendência para a "ênfase da história cultural incidindo sobre o exame minucioso – de textos, imagens e ações – e sobre a

abertura de espírito diante daquilo que será revelado por esses exames". Rompendo fronteiras geográficas e temporais, os documentos/monumentos relacionados ao Almanack da Parnahyba indicam a capacidade de investigação em páginas, pouco conhecidas, os significados da História que reclamam seu reconhecimento, afirmando condutas e definindo sociabilidades.

É, pois, na perspectiva de um olhar que pretende ser múltiplo, já que sofre a ação do tempo, que pretendemos tratar do Almanaque, atrelados à temática da estrutura das memórias e da história local e algumas de suas possíveis articulações com o Almanaque da Parnaíba.

CAPÍTULO 1

HISTÓRIA DO ALMANAQUE: a invenção do Almanaque

1.1 Arqueologia dos Almanaques

Eça de Queirós, em um texto escrito em 1896, descreveu a origem dos Almanaques em uma fábula na qual contava que, “nas vésperas do Dilúvio”, dois Sábios, atormentados com o aniquilamento iminente da Humanidade, encontraram uma maneira de resguardar todo o conhecimento acumulado até aquele momento. Vejamos:

Então, naquele caminho perdido da Mesopotâmia, sob a imensa tristeza do céu justiceiro, os dois Sábios, Ihos de Seth, determinaram arquivar, escrevendo sobre matéria imperecível, a Ciência que possuíam, que era a Ciência total daquela primeira Humanidade. Durante três dias e três noites [...] os Sábios, sem repouso, ansiosamente, espreitando as nuvens, gravavam sobre o granito e sobre o tijolo, duplamente, o Livro de Todo o Saber. [...] Que direi? O Livro de Todo o Saber, gravado para a Humanidade vindoura, sobre o tijolo e o granito, nas vésperas do Dilúvio, por dois sábios Ihos de Seth, era na realidade e simplesmente um Almanaque. É que o Almanaque contém essas verdades iniciais que a Humanidade necessita saber, e constantemente rememorar, para que a sua existência, entre uma Natureza que lhe não é benéfica, se mantenha, se prossiga toleravelmente. A essas verdades, a essas regras, chamam os Franceses, nos classicadores, verdades de Amanaque. São as grandes verdades vitais. O homem tudo poderia ignorar, sem risco de perecer, excepto que o trigo se semeia em Março. E se os livros todos desaparecessem, bruscamente, e com eles todas as noções, e só restasse, da vasta aniquilação, um Almanaque isolado, a Civilização guiada pelas indicações genéricas, sobre a Religião, o Estado, a Lavoura, poderia continuar, sem esplendor, sem requinte, mas com fartura e com ordem. Por isso os homens se apressaram a arquivar essas verdades de Almanaque, antes mesmo deixar em livros duráveis as suas Leis, os seus Ritos, os seus Anais. Antes de ter um Código, uma Cartilha, uma História, a cidade antiga teve um Almanaque. Só o Almanaque verdadeiramente nos penetra na realidade da nossa Existência, porque a circunscreve, a limita, a divide em talhões regulares, curtos, comprehensíveis, fáceis de desejar e depois fáceis de recordar porque têm nome, e quase têm forma, e onde se vão depondo e vão sendo os factos da nossa feliz ou desgraça da História. As datas, e só elas, dão verdadeira consistência a vida e à sua evolução.

Podemos inferir, a partir das ideias defendidas pelo escritor, que o Almanaque é apontado como o único artefato apropriado para conservar o mais fundamental do conhecimento da raça humana. Esse tipo de publicação é vista como um compêndio capaz de guardar as verdades vitais da humanidade, de municiar um padrão de organização do cotidiano e da vida em sociedade. O renomado português comparou o Almanaque à magnitude temporal da vida, às estações do ano e a sucessão renovável da Natureza, acentuando que estas cooperaram para marcar o tempo. Destaca, ainda, a dimensão reguladora do Almanaque:

O Almanaque, com efeito, é o livro disciplinar que coloca os marcos, traça as linhas dentro das quais circula com precisão toda a nossa vida social. [...] Só com o Almanaque, sempre presente e sempre vigilante, pode existir regularidade na vida individual ou colectiva: e sem ele, como uma feira, quando se abatem as barreiras e se recolhem as cordas divisórias, o que era uma sociedade seria apenas uma horda e o que era um cidadão seria apenas um trambolho (QUEIROZ, 1945, p.513).

O autor português atribui ao Almanaque uma espécie de regulamentador do tempo dos homens, um termômetro social, capaz de separar o homem do selvagem, uma espécie de marco civilizatório e impõe ao Almanaque a característica de dominar certas verdades reconhecidas por vários grupos sociais como universais à época de sua publicação.

Sobre a origem da palavra, de acordo com Casa Nova, Almanaque tem várias origens e variadas pronúncias, como almanakk, almanach, almanakon, Almeneg, almonagath, almanachus. Segundo o autor,

Do oriental man, nome primitivo da lua, do copta Al, que significa cálculo, e men, memória. Daí, também, almeneg, cálculo para memória: do antigo Al, e do latim manachus, círculo representando a linha eclíptica dividida em doze partes para os doze signos, e pelo qual os latinos reconheciam o crescimento das sombras a cada mês. Em outra hipótese, do céltico AL, mon, agh, que significa a observação de todas as luas. Nossos ancestrais traçavam o curso da lua, para todo o ano, sobre um pedaço de madeira quadrada que eles chamavam de almonaghat. Ainda, segundo outra opinião, do árabe Al, o, e manach, contar. (1996, p.17)

Casa Nova afirma que a origem do termo Almanaque é bastante controversa. Acrescenta, ainda, que Almenikhiaká, em grego, também poderia justificar uma origem etimológica do termo. Também merece destaque o fato de que a astrologia sempre esteve intrinsecamente ligada ao conteúdo dos Almanaque em sua origem. Mas, foi somente a partir da Idade Média que o termo almanac passou a significar “calendário”. O autor enfatiza que, independentemente da língua ou cultura, os “Almanaque eram de uso geral”, de estilo enciclopédico, não buscando aprofundar os assuntos, mas deles dando apenas notícia.

Essas publicações foram empregadas na França desde o século XVII como espécie de enciclopédia por vários segmentos sociais, sendo largamente difundidas. “Uma das propriedades desse tipo de periódico é a de colocar seus leitores diretamente em contato com a vida, a atualidade, a informação, aliando a moral à utilidade prática, e o saber ao divertimento” (DUTRA, 1999, p.481).

De acordo com Lisboa (2002, p.9), uma possível definição sobre os Almanaque pode iniciar nossa discussão sobre tais periódicos:

Um Almanaque é um guia, um instrumento onde se encontram elementos para a organização do quotidiano. Em primeiro lugar, organiza o tempo, tendo por base um calendário anual. Organiza as atividades, arrumando saberes e indicações úteis para essas atividades. Organiza a coletividade, registrando uma moral e uma cultura proverbiais. Organiza um espaço, fornecendo uma imagem clara do universo, tradicionalmente assente na astrologia. Sem perder um sentido original de contagem, a noção de Almanaque tenderá a refletir a ideia de compilação de saberes, em particular destinados a públicos de pouco acesso a outras leituras.

Convém alertar para uma provável generalização do conceito acima, afinal nem sempre todos os Almanaque conservavam essas peculiaridades apontadas pelo autor. Enquanto uns traziam conexões direcionadas aos provérbios e charadas, outros esquadriinhavam, em seu conteúdo, uma longa lista de personalidades ilustres locais atreladas a algum conhecimento científico oficial, amalgamados por um calendário, como ordenador do tempo, com informações úteis e saberes para o ano. Porém, em várias regiões da Europa, eram apontados como elementos de menor valor literário em relação aos livros, por exemplo. Isso porque, nos Almanaque, o conhecimento

erudito convivia lado a lado de anedotas, charadas, anúncios dos mais diversos formatos, assuntos do dia a dia, como os horários e tarifas das passagens de navios e trens.

De acordo com Chartier (1999), os Almanaques são um gênero respectivamente literário e editorial, que podem ser utilizados com o intuito de difundir documentos de natureza extremamente distintas. O autor supracitado, percebe ser bastante ariscado e inconclusivo até, pensar os Almanaques como produções essencialmente “populares”, pois Almanaques seriam produzidos para todo tipo de público, inclusive os semianalfabetos, devido ao seu dilatado costume de utilizar as imagens que refletiam o cotidiano dessas populações iletradas. Versa, afinal, de um elemento essencialmente cultural.

Para Le Goff (1994), a escrita de um Almanaque está encravada no que define como o alargamento de dois formatos de memória, a saber: a comemoração – que festeja, por meio de um marco comemorativo, o evento memorável – e o segundo formato, o documento escrito num suporte especialmente destinado à escrita – nesse caso, o papel. O Almanaque, como sustentáculo da memória, registra as informações, abastecendo seu leitor de um mecanismo de balizamento temporal, arquivamento e apontamento e, ao mesmo tempo, (re)analisa, (re)classifica e corrige passagens ou termos destacados quando do caminho do domínio auditivo à esfera visual.

Em Le Goff (1990, p. 278), encontramos este fragmento, segundo o qual

O primeiro Almanaque é impresso na Alemanha em 1455; em 1464, com um Almanaque de barbeiros, começam a publicar-se os Almanaques das corporações; em 1471 aparece o Almanaque anual. No século XVII, a literatura popular de divulgação acolhe e difunde os Almanaques. Ilustrado com signos, figuras, imagens, o Almanaque dirige-se aos analfabetos e a quem lê pouco. Reúne e oferece um saber para todos: astronômico, com os eclipses e as fases da Lua; religioso e social, com as festas e especialmente as festas dos santos que dão lugar aos aniversários no seio das famílias; científico e técnico, com conselhos sobre os trabalhos agrícolas, a medicina, a higiene; histórico, com as cronologias, os grandes personagens, os acontecimentos históricos ou anedóticos; utilitário, com a indicação das feiras, das chegadas e partidas dos correios; literário, com anedotas, fábulas, contos; e, finalmente, astrológico.

Circulando na Europa dos séculos XVI e XVII, os Almanaques fizeram parte de uma expansão ampla da cultura letrada europeia como parte do advento da

modernidade. No século seguinte, atrelados ao crescimento urbano, mas, sobretudo, ao grande avanço na alfabetização das classes mais baixas, agora sob o impacto marcante da Revolução Industrial carente de mão-de-obra especializada letrada, esses boletins sofreram mudanças para se adaptar a essa nova realidade. Intrinsecamente, simbolizavam a modernidade, conservado seu estilo literário. Nessa perspectiva, Dutra (2005, p.16) ressalta que:

Comumente, os Almanaques têm sido inseridos na tradição da literatura de colportage, uma vez considerados como literatura de fácil apreensão, de linguagem simplificada, de conteúdo ameno, ligeiro e variado e, sobretudo, por ser uma literatura barata devido à pouca qualidade de impressão [...]. Por isso, e também por sua ampla circulação, os Almanaques acabaram por se transformar em um instrumento pedagógico útil e eficaz na educação do povo.

Com o avanço das massas nas grandes cidades e uma maior mobilidade social e urbana na Europa do século XIX, os Almanaques penetraram no gosto popular e resistiram à concorrência de outros modelos de impressos que surgiram ao longo dos séculos XIX e XX, sendo utilizados principalmente por empresas e instituições que desejavam veicular propagandas de seus produtos, serviços. Havia, ainda, o interesse em publicar campanhas educativas, ideias e serviços de utilidade pública, tendo em vista que se tratava de uma produção barata devido à baixa qualidade do papel usado na sua produção.

Os Almanaques sobreviveram por terem adquirido personalidade própria, seja na linguagem utilizada, seja na proposta temática à qual se propunham. O que tinham normalmente em comum era a presença de um calendário astrológico, religioso e civil frequentemente usado nas regiões rurais da Europa Ocidental, copiado também em outras partes do mundo.

De acordo com Le Goff (1990), o século XVII marca o momento em que a disseminação e o acolhimento dos Almanaques como literatura popular ganham espaço devido a algumas de suas peculiaridades, como a presença de imagens, figuras, representações e símbolos. Esses traços se tornaram o fio condutor de informações a indivíduos com pouca leitura ou até mesmo a um público analfabeto que, naquele contexto histórico, compunha a maior parte da população.

Chartier (1999, p.10), por sua vez, atribui o sucesso dos Almanaques a uma de suas características específicas, qual seja, a “[...] de um livro que pode ser, ao mesmo tempo, útil e prazeroso, didático e de devoção, tradicional e esclarecido”. Em outras palavras, pode-se dizer que a pluralidade de conteúdos proporcionava um alargamento de conhecimentos ao mesmo tempo em que atrelava a cultura erudita e popular numa circularidade cultural dinâmica.

Baseado nas postulações dos autores citados, poderíamos afirmar que os Almanaques seriam “colchas de retalhos de dupla face”, nas quais cada retalho representaria uma categoria apresentada em suas páginas. Essas categorias divulgadas aleatoriamente a cada publicação tornariam cada colcha única, singular. Suas faces representam o editor e o leitor, cada qual enviando e recebendo uma carga de interesses, subjetividades e afetividades. Consideramos esses Almanaques como catalisadores sociais, capazes de reunir uma infinidade de temas e sujeitos com interesses distintos na sua feitura e leitura, mas com a mesma inquietação em busca do novo. Trata-se de algo q, a um só tempo, é encantador e mágico: a produção dos Almanaques é encantadora e a leitura, mágica!

No Brasil, a introdução tardia dos Almanaques lhes rendeu certas peculiaridades em relação à Europa, seja pela época, seja pelas condições sociais e políticas aqui enfrentadas. A primeira publicação do Almanaque da Parnaíba aconteceu, coincidentemente, um ano após a festa do centenário da Independência do Brasil, para um público impressionado. Na chamada “República Velha”, esse público era formado por uma crescente classe média composta por profissionais liberais, comerciantes, funcionários públicos, além de militares não satisfeitos com o sistema econômico direcionado a beneficiar quase que exclusivamente as oligarquias e a excluir a grande maioria da população brasileira. Esse descontentamento, como é de domínio público, gerou uma quantidade expressiva de revoltas populares que marcaram o período, a exemplo da Coluna Prestes e a revolta dos 18 do Forte. A insatisfação também atingiu um corpo de intelectuais e de artistas centrados principalmente no eixo Rio-São Paulo, no ano de 1922.

Ao contrário dos demais estados, no Piauí, as insatisfações advinham da crise econômica provocada pela Primeira Guerra Mundial, que reduziu drasticamente a exportação de produtos primários, criando um clima de pessimismo no estado. Entretanto, uma política tributária agressiva iniciada no governo de João Luiz Ferreira (1920/1924), impulsionado ainda por uma maior aproximação com estados vizinhos

em particular Ceará, Maranhão e Pará, além de polpudas verbas do governo federal, melhoraram significativamente a economia do estado, provocando, a partir de 1922, uma série de obras de infraestrutura que modificaram os rumos econômicos do Estado e possibilitaram a criação de novas indústrias e o aparecimento de diversos comércios de pequeno e médio porte nas principais cidades do Piauí, em particular na capital Teresina e na cidade Parnaíba. Na cidade Parnaíba, essas mudanças foram sentidas principalmente no setor educacional com a construção de escolas públicas como a Escola Normal¹² e o Colégio Estadual Lima Rebello¹³.

1.2 Breve panorama dos Almanaques

Roger Chartier (1999) define os Almanaques como um “gênero ao mesmo tempo literário e editorial utilizado para difundir textos de natureza extremamente diferente. Ao mesmo tempo, útil e prazeroso didático e de devoção, tradicional e ‘esclarecido’”. Assim, os Almanaques instituem um tipo peculiar de elemento impresso, marcado por sua multiplicidade e plasticidade em todas as facetas que podem ser pensadas a partir de inúmeras categorias: em relação ao preço, podem ser baratos ou caros; quanto ao conteúdo, populares ou literatos; quanto a sua essência, podem ser sofisticados ou ingênuos; quanto aos usos, podem ser utilitários ou dilettantes; quanto à estética, podem ser bem ou mal impressos. Tem-se, pois, em linhas gerais, as características multifacetada dos Almanaques, as quais proporcionam uma infinidade de usos, formas e temas e seu consumo por qualquer tipo de leitor.

Na definição de Bollème (1969, p. 40), o Almanaque,

¹² A Escola Normal de Parnaíba foi criada em 1927, para responder à necessidade de pessoal qualificado para a expansão do ensino primário modernizante. Foi iniciativa da elite político econômica parnaibana. Sua Diretoria era formada pelos membros dessa classe: João Maria Marques Bastos (médico), Mirócles Campos Veras (médico), Josias Benedito de Moraes (comerciante), José Pires de Lima Rebello (advogado), José Narciso da Rocha Filho (comerciante) e Septimus Clark (comerciante).

¹³ O Colégio Estadual Lima Rebello foi fundado em 11 de junho de 1927, no município de Parnaíba, no Piauí, por empenho e dedicação do prefeito José Narciso da Rocha Filho, a partir de concepção do professor e advogado José Pires de Lima Rebello. Teve por objetivo inicial oferecer à juventude parnaibana, principalmente à masculina, o ensino secundário preparatório para cursos superiores, abrindo uma nova opção para os que não pretendiam se voltar imediatamente ao magistério.

Não é um manual, ele não é assimilável de forma muito diferente do que é um romance, ele diverte sem se prender à pura fabulação, ele ensina sem ser dogmático, ele não é, de modo algum, artigo de fé, ele obedece a uma grande lei que é sem dúvida aquela de toda leitura popular, é prazeroso e é útil.

De acordo com Park (1999, p. 51), “ler Almanaques populares seria estabelecer sentido entre o que foi ‘lido’, vivido e o que se vive, mas recuperando também as memórias de leituras vivenciadas. Lê-se o conhecido, através dos saberes anteriores”. Nessa perspectiva, percebemos uma imensa aproximação entre a leitura do Almanaque e o cotidiano do leitor, considerando que os assuntos perpassam as representações e o imaginário coletivo desses leitores, seja no âmbito urbano quanto rural, o que resulta certa cumplicidade. A variedade de temas com caráter científico ou “filosofia de bar” tem um público garantido e ávido por novidades. Ainda segundo Bollème (1969, p. 40),

é precisamente na medida em que ele, o Almanaque toca, alcança todos os sujeitos, que vai dessacralizar, romper os gêneros, afastar todos os limites e colocar seus leitores mais diretamente em relação com a vida, a atualidade, a informação, compondo, autor do real no que ele se faz interessar. Divertir, provocando, através dele, a reflexão crítica.

As associações que são provocadas no leitor do Almanaque entre sua realidade e as representações apontadas geram a necessidade de uma pontuação contínua, pois estabelece certos significados e valores que atraem o indivíduo por sua grande utilidade, seja no campo ou na cidade, além de seu caráter prazeroso.

A história dos Almanaques é indissociável das formas de representação de uma determinada época. As primeiras versões impressas apareceram na Alemanha moderna do século XV, mais especificamente a partir de 1455, seguindo o rastro do progresso e da difusão da imprensa. A circulação aumentou progressivamente à medida que as vantagens comerciais e publicitárias impulsionavam sua produção em massa.

O consumo dos Almanaques foi amplamente difundido em diferentes classes sociais, sendo que, entre as classes mais baixas, está relacionado ao seu caráter pedagógico e lúdico. Com narrativas simples e informações de interesse geral que

versavam sobre assuntos úteis tanto ao homem do campo quanto ao homem da cidade, os Almanaques agregavam em torno de si “o cruzamento das imagens e discursos da cidade e que, por sua vez, conduz a um aprofundamento das relações entre história e literatura, além de ter por base o contexto da cidade em transformação” (PESAVENTO, 2002, p. 10).

Depois da literatura religiosa, os Almanaques são a segunda obra literária mais popular durante o Iluminismo europeu. Surgiram de forma “portátil”, com informações práticas e apresentadas de forma bastante concisa, mostrando os eventos astronômicos como os eclipses e os ciclos da lua, além de eventos de caráter religioso como os dias santificados e os feriados oficiais, além de aconselhamento técnico sobre o trabalho agrícola.

A partir da segunda metade do século XVIII, aos Almanaques foram acrescentadas anedotas, textos curtos e divertidos como fábulas, contos e até canções. Inicialmente, eram direcionados a um público com pouco ou nenhum estudo, e aos poucos chegaram a praticamente todos os ambientes e começaram a oferecer serviços e discursos diferentes, perdendo sua forma de não popular e se tornando uma moda a partir do século XIX.

Os Almanaques foram alçados com a possibilidade de disciplinar civilizatoriamente uma sociedade. De acordo com Chartier (1990), trata-se de um elemento privilegiado para uma “leitura” específica das representações e das práticas culturais de uma determinada época. Para Norbert Elias (1994, p. 113),

O conceito de civilização indica com clareza, em seu uso no século XIX, que o processo de civilização – ou, em termos mais rigorosos, uma fase desse processo – fora completado e esquecido. As pessoas querem apenas que esse processo se realize em outras nações, e também, durante um período, nas classes mais baixas de sua própria sociedade. Para classe alta e média da sociedade, civilização parece firmemente enraizada. Querem, acima de tudo, difundi-la e, no máximo, ampliá-la dentro do padrão já conhecido.

De uma forma geral, os Almanaques se alinham a essas estratégias discursivas e práticas culturais que, estabelecidas no seio da sociedade, produzem a sensação do viver na perspectiva da modernidade, do sentir uma civilidade, do praticar uma urbanidade. Os textos veiculados e, principalmente, as inúmeras imagens que

circulavam constantemente no interior dos Almanaques criavam um cenário de representações coletivas capaz de forjar o “real” sonhado e idealizado pelas elites. Estas, por meio dessas publicações, instituíram uma linha entre a civilização representada pela cidade e a modernidade e a barbárie pensada enquanto sertão, enquanto campo¹⁴ Como afirmam Ortega y Gasset, “civilização é, antes de mais nada, vontade de convivência”. Essa relação civilização/barbárie¹⁵ não poderia ser estabelecida sob o ponto de vista histórico, mas sob o ponto de vista sociológico e cultural, mais do que antropológico ou psicológico. Euclides da Cunha (1984, p. 52) foi enfático ao afirmar que “estamos condenados à civilização. Ou progredimos ou desaparecemos”.

Starobinsk (2011) delineia, desde o itinerário do conceito até seus diferentes usos sociais e intelectuais, assim como abre novas janelas de leituras para as representações da civilização e da barbárie ao longo dos últimos trezentos anos. Seu interesse se volta para os traços de continuidades e rupturas entre os discursos, as transformações semânticas dos conceitos e as mudanças socioculturais dos indivíduos. Para o autor, um conceito de civilização seria:

A palavra civilização pôde ser adotada tanto mais rapidamente quanto constituía um vocábulo sintético para um conceito preexistente, formulado anteriormente de maneira múltipla e variada: abrandamento dos costumes, educação dos espíritos, desenvolvimento da polidez, cultura das artes e das ciências, crescimento do comércio e da indústria, aquisição das comodidades materiais e do luxo. Para os indivíduos, os povos, a humanidade inteira, ela designa em primeiro lugar o processo que faz deles civilizados (termo preexistente), e depois o resultado cumulativo desse processo. É um conceito unificador (2011, p. 14).

¹⁴ “O debate acerca da oposição civilização e barbárie, que seria um dos elementos constitutivos e legitimadores do ocidente, tem se tornado muito frequente nos últimos anos. Na medida em que os fundamentos de uma forma social são corroídos por suas contradições, é necessário revisá-los. Diferente do uso que se tornou senso comum, de associar a barbárie a um adjetivo que hierarquiza povos, culturas etc., seria conveniente lembrar que, para os gregos, criadores deste termo, a barbárie é um estado universal do humano, e inclui, portanto, também a eles. A barbárie é o que se opõe à cultura, que tem o papel de nos tirar da brutalidade de nossa origem animal.” MENEGAT, M. **A Face e a Máscara:** a barbárie da civilização burguesa. 2007.

¹⁵ Jurandir Malerba oferece um painel rico em detalhes sobre os diferentes modos de tratamento entre europeus e nativos, civilização e barbárie, que acabaram por metamorfosear as condutas espirituais, culturais e morais de ambos.

Dessa forma, a usualidade do termo “civilização”, na maioria das vezes, não leva em consideração o seu caráter originalmente processual (ELIAS, 2006). Nesse caminho, o conceito de civilização refere-se:

[...] A uma grande variedade de fatos: ao nível da tecnologia, ao tipo de maneiras, ao desenvolvimento dos conceitos científicos, às ideias religiosas e aos costumes. Pode se referir ao tipo de habitações ou à maneira de como homens e mulheres vivem juntos, à forma de punição determinada pelo poder judiciário ou ao modo como são preparados os alimentos. Rigorosamente falando, não há nada que possa ser feito de forma civilizada ou incivilizada. Daí, ser sempre difícil sumarizar em algumas palavras o que se pode descrever como civilização (ELIAS, 1990, p. 23)

Os Almanaques, ao versarem sobre o cotidiano, entretenimentos, poesias, contemporaneidades, produziam e contextualizavam a noção de civilização. Contudo, são os significados produzidos através dos leitores que davam forma aos espaços e condensavam a noção de tempo numa circularidade cultural urbana e rural. Corroborando o conceito de que os Almanaques trabalham como verdadeiros diluidores de conhecimentos e, ao mesmo tempo, como civilizadores sociais, Ferreira (2001, p. 20) enfatiza que:

No caso do Brasil, pode-se mesmo falar no aspecto civilizador dos Almanaques, do que representaram chegando aos mais distantes sertões, aos povoados mais afastados, e mesmo nas cidades, numa integração de domínios rurais e urbanos, transitando entre classes sociais, exercendo a aproximação efetiva de repertórios.

De acordo com o autor supracitado, os Almanaques, apesar das disparidades, conservam “um grande fundo mais ou menos estável, ao longo dos séculos e, ao mesmo tempo, uma conexão sempre móvel e atualizável a depender dos públicos leitores, das épocas e das direções que se impunha a este corpo diverso de saberes” (FERREIRA, 2001, p.19). Em outros termos, podemos afirmar que Almanaques catalisavam e afunilavam um tom civilizador.

Os Almanaques se difundiram rapidamente e chegaram ao Brasil na segunda metade do século XIX, sendo o estado de São Paulo pioneiro com a publicação do “Almanach Administrativo, Mercantil e Industrial para o ano de 1857”. No Piauí, o

primeiro Almanaque com longevidade surgiu somente em 1923, em plena Primeira República, por iniciativa de Benedicto Santos Lima, na cidade Parnaíba. Em relação aos outros estados nordestinos, o Piauí demorou a ter seus "almanacks". Antes de 1924, data em que apareceu o Almanaque da Parnaíba, surgiram publicações portando em suas capas o nome "almanack". Em geral, tinham vida curta e não se caracterizavam exatamente como instrumentos de propaganda comercial. Pouco tinham das marcas tradicionais dos "almanacks" e não se preocupavam em divertir ou oferecer "variedades".

Ao que parece, a primeira publicação a levar o nome de "almanack" no Piauí foi o "Almanaque Piauiense". Surgiu em 1879, sob a responsabilidade de Miguel de Souza Borges Leal Castelo Branco. Desapareceu três anos depois. No início do século, em 1903 um pequeno grupo de intelectuais de Teresina, composto por Abdias Neves¹⁶, Miguel Rosa¹⁷ e João Pinheiro¹⁸ relança o "Almanaque Piauiense". Trazia alguma propaganda comercial e densas matérias sobre a história piauiense. Também teve vida efêmera, desaparecendo na segunda edição. Muitos anos depois, em 1937, Antônio Lemos, o conhecido "Semana", retoma a iniciativa, fazendo circular mais algumas edições desta revista.

¹⁶ Abdias da Costa Neves nasceu em Teresina, no dia 19 de novembro de 1876, filho de João da Costa Neves e de Delfina Maria de Oliveira Neves. Escreveu uma série de artigos intitulados *Das Deutschtum in Süd-Brasilian*, negando a germanização do Brasil. Foi professor da Escola Normal e do Liceu Piauiense, em Teresina. Foi co-fundador, juntamente com Miguel Rosa e Antonino Freire, do jornal *A Pátria*. Como jornalista, colaborou nos jornais *A Crisálida*, *A Notícia*, *O Dia*, *O Redator*, *A Luz*, *O Norte*, *O Estafeta* e *Jornal de Notícias*. Foi também chefe de polícia e advogado da Fazenda do estado do Piauí. Em 1915, elegeu-se senador pelo Piau. Faleceu em Teresina no dia 28 de agosto de 1928. Publicou *A guerra do Fidié* (1907), *O padre perante a História* (1908), *Um maníaco* (1908), *Psicologia do cristianismo* (1908), *Imunidades parlamentares* (1908), *A elegibilidade do marechal Hermes* (1910), *Autonomia municipal (limites que lhe traçou a Constituição)* (1913), *Velário* (1913), *Brasil e as esferas de influência na Conferência da Paz* (1919), *O Piauí na Confederação do Equador* (1921), *Direitos políticos*, *Guerra dos Balaios*, *Democracia inversa*, *História das letras provocadas pela adesão do Piauí à Independência, 1822-1824*, *Política das estradas de ferro e Finanças da República*.

¹⁷ Miguel de Paiva Rosa nasceu Teresina no dia 15 de dezembro de 1876, filho de João Augusto Rosa e de Júlia Emilia de Paiva Rosa. Ingressou na Faculdade de Direito do Recife em 1896 e concluiu o curso em 1898. Depois de formado, regressou ao Piauí e foi nomeado juiz distrital de Jurema e, logo em seguida, de União. Fundou o jornal *A Pátria*, ao lado de Abdias da Costa Neves e de Antonino Freire da Silva, e dirigiu o *Almanaque Piauiense*. Também colaborou com os periódicos *O Reator*, *Murmúrio*, *O Piauí*, *O Monitor*, *O Norte*, *A Luz*, *A Notícia*, *Jornal de Notícias* e *O Combate*.

¹⁸ João José Pinheiro abriu consultório odontológico em Teresina, um dos primeiros da cidade, exercendo a profissão por toda a vida. Dedicou-se ao jornalismo, dirigindo o *Almanaque Piauiense* (1903-1905) e as revistas *Litericultura* e *Alvorada*. Foi redator dos jornais *A Luz*, *A Semana*, *A Pátria*, *Correio de Teresina*, *O Reator*, *A Revista*, *A Imprensa*, assim como das revistas da Academia Piauiense de Letras, do Instituto Histórico e Geográfico Piauiense e do *Almanaque da Parnaíba*. Publicou, pela Casa Leuzinger, do Rio de Janeiro, o livro *Solar dos Sonhos*, contendo 25 poemas e sonetos, todos já publicados nos jornais de Teresina. Na área da ficção publica, *À Toa...* (aspectos piauienses), *Fogo de Palha* (1925); *Chiquita* (s/d), *escorço histórico* (1937).

Outros "Almanacks" circulariam antes do surgimento do Almanaque da Parnaíba. Em 1908, o farmacêutico Thersandro Paz, com recursos próprios, consegue o lançamento do "ALMANACK DA FARMÁCIA DOS POBRES"¹⁹, com o qual presenteava seus fregueses. Dadas as condições financeiras da época, foi um extraordinário esforço publicitário. Essa publicação contribuiu para difundir ensinamentos sobre a preservação da saúde. Certamente ajudou o movimento comercial da tradicional farmácia. Em 1923, Orlando Barboza de Carvalho, de Oeiras, lança uma pequena brochura que leva o nome de "ALMANACK PARA 1923". Tratou-se de uma publicação essencialmente voltada para a propaganda política e, que conste, não teve continuidade.

As condições para a manutenção de uma publicação regular surgiram apenas em Parnaíba, na década de 1920. Na época, fervilhava a atividade comercial e tomava corpo um processo de industrialização. Parnaíba era o escoadouro dos produtos piauienses para o exterior, porta de entrada e saída de uma vasta zona que, até então, se mantinha num isolamento secular. A imagem abaixo se refere ao Porto Salgado ou Porto das Barcas, local por onde entravam praticamente todas as mercadorias negociadas e saiam quase todos os produtos fabricados no estado do Piauí. Parnaíba se tronou rapidamente um grande aglomerado populacional, ganhando feição de cidade modernizada. Era ponto de confluência de viajantes nordestinos e de estrangeiros de diversas nacionalidades. Ganhou traços de cosmopolitismo inusitados no imenso espaço geográfico ocupado pela pecuária extensiva e se constituiu o polo irradiador das novidades de fora.

¹⁹ Dr. Tersandro Paz ofereceu o Almanaque da Pharmacia dos pobres para o anno de 1908. Impresso nas officinas typographicas da mesma pharmacia, o trabalho está irreprehensivel. Agradecemos, penhorados, a delicadezas da oferta. Jornal "**O APÓSTOLO**" Orgam Official da Diocese ANNO I — Piaui — Theresina, 8 de março de 1908 — Brasil — num. 42.



Imagen 01: O porto Salgado ou Porto das Barcas.
Fonte: Almanaque da Parnaíba 1928, p. 80.

Em Parnaíba se difundiram os dois ingredientes capazes de assegurar a circulação regular de um anuário com as características de um "Almanack". Primeiro, surgiu um contingente de comerciantes com capacidade e disposição para pagar anúncios publicitários imprescindíveis a uma publicação do gênero. Surgiu, ainda, um grupo de senhores com veleidades literárias, amantes de crônicas, poesias, conversas e longas discussões teológicas e filosóficas, que periodicamente se encontravam na mercearia "O Bembem", para discutir os mais variados temas dentre os quais, posteriormente, eram escolhidos aqueles a serem publicados no Almanaque. Em boa parte, este grupo era constituído de "caixeiros"²⁰, funcionários graduados de empresas comerciais. Esses senhores, sob a liderança de uma das figuras mais conhecidas nos círculos literários de Parnaíba, o comerciante Benedicto dos Santos Lima, chamado afetuosamente de "Bembém", asseguraria o lançamento da publicação.

²⁰ Caixeiro-viajante é uma pessoa que vende produtos fora de onde eles são produzidos. Esses profissionais eram a única forma de transportar produtos entre diferentes regiões. Percorriam ruas e estradas para vender objetos manufaturados, tecidos, joias, entre outros.

1.3 - Almanaques como ordenadores do tempo

O Almanaque é o livro disciplinar que coloca os marcos, traça as linhas dentro das quais circula, em precisão, toda a nossa vida social.

Eça de Queirós

A epígrafe acima arrisca demonstrar a importância que grande parte da população cultivava para com os Almanaques e a relação que se construiu em torno desse tipo de publicação, classificando-a como um marcador do tempo, um relógio com características universais, uma vez que “tudo se acha no Almanaque”, além de sua categorização enciclopédica e consultiva atribuída aos diversos gêneros discursivos que permeavam suas publicações e permaneciam constantes em diferentes edições, tanto analogicamente referente ao ano das edições quanto às diferentes empresas que os patrocinavam.

O Almanaque é apontado como o único artefato apropriado para conservar o mais fundamental do conhecimento armazenado pela raça humana. De acordo com Eça de Queiroz (1945), é como um compêndio capaz de “guardar todas as verdades capitais da humanidade, de municiar um padrão organizacional do dia-a-dia dos homens”. O autor defendia, além disso, a ideia de que o Almanaque era o guardião do tempo em sociedade, do tempo cronológico e do tempo da natureza.

No final da Idade Média, as efemérides astronômicas ou as tabelas, como os calendários, foram chamadas no final da Idade Média, não apenas no Oriente, mas também no Ocidente, ao qual as notas astrológicas e outras costumavam ser adicionadas. Além do grande número desses Almanaques manuscritos que remontam aos séculos XIV e XV e ainda preservados em bibliotecas, a mais antiga de todos as impressões desse tipo, é o Almanaque "pro annis pluribus", compilado por George Peirbach, que publicou pela primeira vez em torno de 1460 em Viena. Em 1474, o rei Matthew Corwin ordenou Johannes Regiomontanus para compor um Almanaque e imprimi-lo em alemão e em latim.

Os Almanaques anuais começaram a aparecer apenas no século XV. No século XVII, notas astrológicas, previsões e várias outras notícias começaram a ser adicionadas aos dados do calendário ordinário. Então, no "Almanach royal", publicado em Paris em 1679, notícias sobre o movimento dos cargos, bodas de corte,

feiras e mercados, etc., que, em 1699, foram expandidas pela genealogia das casas reais, a lista de clérigos, etc. Imitações para esses Almanaques logo apareceram na Alemanha, nomeadamente na Prússia, a partir de 1700; na Saxônia, a partir de 1728 e, a partir de 1730, na Inglaterra, onde o "Calendário Real" entrou em circulação.

Outros Almanaques publicados nessas regiões adicionaram anedotas, poemas, histórias curtas, entre outros, às notícias do calendário em de informação oficial. Finalmente, as notícias do calendário começaram a desaparecer, e as obras literárias destinadas a emprestar ou dar palestras aos leitores prevaleceram. Dependendo da diferença de conteúdo e propósito, essas publicações foram chamadas de Almanaques de musas, Almanaques femininos, Almanaques genealógicos, históricos, diplomáticos e assim por diante. Da Alemanha, onde esse tipo de literatura entre 1815 e 1830 alcançou sua maior popularidade, espalhou-se para a França, a Inglaterra e outros Estados europeus.

Paralelamente com os Almanaques Reais, surgiram os Almanaques para as pessoas comuns aparecem no costume da edição anual. Nestes Almanaques para pessoas comuns, as piadas, os poemas e as pequenas histórias divertidas são adicionadas ao calendário e às informações oficiais. Gradualmente, as histórias oficiais perdem espaço e finalmente as obras literárias e clássicas preenchem completamente os Almanaques. A informação do calendário é alocada em uma edição especial chamada "calendário", tomando o seu significado do Almanaque (tempo, medida) e toda a sua referência oficial, no sentido geral da palavra, material. O Almanaque também se torna uma compilação literária, destinada a ocupar o leitor ou a ensiná-lo.

Quase ao mesmo tempo, várias editoras privadas produzem Almanaques anuais por várias décadas. Desde o século XVI, esse costume é finalmente estabelecido, e nos Almanaques já existem várias mensagens de importância pública: sobre o movimento dos correios, das feiras e mercados, dos tribunais. Do desejo de atrair o interesse e a demanda das classes dominantes, começam a ser incluídas a genealogia dos reis, a lista do clero, e esses Almanaques recebem o nome de real ou tribunal. O propósito de sua publicação é revelar os nomes dos imperadores e as dinastias que reinavam na Alemanha, propagando ideias monarquistas.

Após a literatura religiosa, Almanaques são a segunda impressão mais vistas em obras literárias populares do Iluminismo. Eles propõem, de forma concisa, as

informações práticas em formato "portátil", como no ano civil e as datas para eventos astronômicos (eclipses, ciclos lunares, entre outros), religiosos (as partes férteis, com a proporção áurea, o ciclo solar) ou social (incluindo exposições). Eles reúnem também aconselhamento técnico sobre o trabalho agrícola.

A partir da segunda metade do século XVIII, de acordo com Le Goof (1994), eles são enriquecidos com anedotas e textos curtos e divertidos (fábulas, contos, canções, entre outros). Originalmente destinados a um público com pouco ou nenhum conhecimento (ele não é realmente preciso ler para revisão), os Almanaques gradualmente influenciaram todos os ambientes e começaram a oferecer diferentes discursos, tomando formas diferentes e se tornando "não tão popular". Tratava-se, então, de uma moda na Europa Ocidental.

Materialmente, esses Almanaques como seus companheiros plebeus: o mesmo tipo de formato (portátil) incluindo um calendário, páginas possivelmente, em brancos (para agenda) e um espaço reservado para as "contas" - de uso não doméstico, além do jogo (com páginas para perdas e ganhos), o restante é ocupado por variações de paródias de computação eclesiástica e de anúncios de festivais e feiras, conselhos para jardineiros ou mesmo previsões, tudo acompanhado de poemas e canções de temáticas variadas.

O Almanaque permite difundir o conhecimento científico e também permite uma abordagem mais sistemática presentes no imaginário popular que muda ao longo do tempo. A abundante produção de Almanaques ao longo de cinco séculos testemunha a fertilidade extraordinária desta veia literária. Nesse sentido, o Almanack da Parnaíba apresenta-se como uma publicação de papel social muito mais abrangente que os seus congêneres publicados na Região Nordeste do Brasil, uma vez que veicula um conjunto de conhecimentos constituídos conforme um calendário anual, assim como os fatos ocorridos em dias determinados que fossem, já bastante característicos do início do século XX, além de um contíguo de passatempos clássicos deste período, como as charadas, adivinhas e logografos.

Entretanto, a categorização do anuário como Almanaque se distingue, nesse caso particular, à medida que a afinidade de autoridade e autoria se decompõe gradativamente, através da editoração sob a responsabilidade intelectual de um dos mais conhecidos intelectos do início do século XX em Parnaíba, ora assinando diversas colunas dentro do Almanaque, ora veiculando de anúncios publicitários de

bens de consumo voltados aos mais variados segmentos sociais, agregando assim relevante função social ao anuário.

1.4 O surgimento dos Almanaques na Europa e no Brasil

De acordo com o dicionário Houaiss (2009, p.32), o termo Almanaque é definido como sendo uma "publicação que contém o calendário anual informações úteis e recreativas entre outros", sugerindo que a utilidade do Almanaque pode ser observada de tal maneira na cidade quanto no campo e sob a forma recreativa, através dos passatempos, textos informativos, literários e humorísticos.

Conforme mencionamos, a maioria dos povos da antiguidade utilizou, em algum momento, os Almanaques. Enquanto periódicos anuais, sua existência foi marcada a partir da invenção da Imprensa tipográfica iniciada na Europa do século XVI, por Gutemberg. Em praticamente todos os países do ocidente, bem como nos espaços coloniais atravessados por sua influência tanto política quanto cultural, o Almanaque foi, entre meados do século XVII ao início do século XX, o gênero editorial mais largamente disseminado, a partir de uma perspectiva social, cultural e geográfica, ao lado de impressos de caráter religioso, incluindo os catecismos até as biografias dos santos. Esse também foi o caso do Brasil, onde a produção de Almanaques aumentou exponencialmente entre os séculos XIX e XX, atingindo o seu pico entre 1890 e 1950, ou seja, dois séculos mais tarde do que na maioria dos países europeus. Podemos, então, inferir que em quase todas as casas brasileiras na cidade ou no campo, regularmente comprou-se um Almanaque.

Os Almanaques de grande circulação foram pensados para serem mantidos como um livro de referência; "é um livro para se guardar e consultar" e, com o passar dos anos, ele vai se organizando uma coleção bastante valiosa. É o companheiro ideal para todas as donas de casa, mães, também de indivíduos sistemáticos que querem colocar seus assuntos em dia e sempre saber onde encontrar as informações de que precisam.

Importa, ainda, enfatizar que os Almanaques afetam todas as classes da sociedade capazes de ler, não só uma elite intelectualizada, mas também os operários e os camponeses. Primeiro, por causa da importância dada pelo Almanaque aos acontecimentos políticos, sociais e culturais, e segundo pelo avanço da sociedade de

consumo. Isso porque, em termos gerais, o Almanaque se configurou como um dos vetores de transmissão sociocultural mais importantes nas populações urbana e rural.

Os Almanaque mais conhecidos que circularam no mundo foram publicados por grandes editoras e aproveitaram a cooperação de escritores e intelectuais interessados em divulgar suas ideias, muitas vezes motivados por razões econômicas ou por um projeto liberal de aculturação popular. Usaram largamente os Almanaque como uma forma de transmissão popular para defenderem suas posições e ideias políticas.

Duas fases podem ser distinguidas no processo de transferência e tradução do Almanaque: a primeira forma é a leitura, recepção e posse intracultural produtiva do Almanaque. Há, depois, as formas de transferência intercultural e a recepção na forma de traduções e recepções produtivas em línguas europeias e americanas.

Os Almanaque se propõem a criar uma enciclopédia mundial e constituem um manual de conhecimentos práticos. Sugerem, basicamente, recolher os fragmentos “em um ano” de tempo para viver, referindo-se a todos os campos do saber, além de considerados extremamente úteis na vida cotidiana nas sociedades tradicionais. Comportam conselhos e informações úteis sobre a saúde, a natureza e agricultura, previsão do tempo, datas de feiras e mercados, os principais eventos históricos, esquemas de cálculo, aconselhamento sobre educação e comportamento; e, finalmente, profecias e previsões do futuro.

Apesar de intensas distinções de estrutura e conteúdo dentro dos Almanaque de grande circulação, a matriz com os componentes textuais e discursivos que temos mencionado é característica nos Almanaque, não só no Brasil, mas em todas as culturas do mundo ocidental entre os séculos XVII e século XIX, e no espaço colonial ou pós-colonial americano marcado pela influência do Ocidente. Muitos prefácios ressaltam explicitamente a ideia de multifuncionalidade nas sociedades tradicionais, tornando-o uma espécie de enciclopédia popular “evolutiva”, isto é, não fixa, mas registrado no tempo e acompanhar o ritmo da anualidade.

Tendo como principais redatores médicos, astrólogos e literatos, os Almanaque apresentaram e representaram ideias às vezes conflitantes, pois mesclavam dados de caráter científico, prognósticos, além de conselhos de higiene muito úteis e importantes para a época, aliados às questões ligadas a agricultura e a pecuária, atraindo, assim, o público do campo que forçosamente aprendeu a ler para ter acesso a essas informações. Mas o conteúdo místico foi,

certamente, o traço que impulsionou a difusão desses impressos. Encontravam-se profecias e previsões astrológicas feitas por seus autores que atraiam um número cada vez mais expressivo de leitores interessados nesses prognósticos futuros.

De acordo com Câmara (2009), os Almanaques foram pensados, inicialmente, como um tipo de periódico “anual”, que acumulava em si, um calendário em que sobressaíam fases da lua, com os seus eclipses, além das previsões astronômicas e variáveis crônicas literárias.

O primeiro Almanaque publicado em Portugal reporta-se ao ano de 1496, popularmente conhecido como *Almanach Perpe-tuumde*, propriedade do senhor Abraão Zacuto, morador da cidade de Leiria. Apresentou-se provavelmente como a única fonte de informações sobre os mais diversos temas que as pessoas poderiam contar naquela época.

Por essa razão, os Almanaques encontraram certo grau de popularidade nas diferentes classes sociais principalmente em meados do século XIX. E, à medida que as sociedades foram se complexando, os Almanaques se metamorfosearam e se adequaram como elemento extraordinário de comunicação e divulgação de ideias principalmente por meio das constantes reivindicações de seus leitores, que pertenciam às camadas rurais ou das áreas mais periféricas das cidades.

Abraão Zacuto assegura que, com a continuidade dessas publicações, os Almanaques passaram a abranger também as classes mais abastadas e que seu conteúdo precisou ser completamente transformado e outros conteúdos lentamente incluídos, como temas políticos, estudos filológicos e linguísticos, temas religiosos, além de outros interesses específicos do século XIX.

Com uma linguagem simples e de fácil acesso às classes mais baixas – por se tratar do seu público alvo – foi confeccionado em forma de livro ou folheto e, em seguida, foram juntadas ao seu conteúdo, as propagandas, os remédios, as poesias, as anedotas, além de dicas extremamente benéficas ao seu público leitor.

No Brasil, os primeiros Almanaques apareceram quase no final do século XIX, apresentando em seu escopo principalmente a exposição e a venda de remédios, além de anuciarem as farmácias existentes no período.

De acordo com Le Goff (1994), a primeira impressão de Almanaque ocorreu “na Alemanha em 1455; em 1464, com um Almanaque de barbeiros, começam a publicar os Almanaques das corporações; em 1471 aparece o Almanaque anual. No século XVII, a literatura popular de divulgação acolhe e difunde os Almanaques”. Em

finais do século XIX e início do século XX, os Almanaques assumem até mesmo a tarefa de educar sanitariamente um grande número de brasileiros. Como veículos ideológicos, esses periódicos chegavam a espaços em que a maioria dos impressos não conseguia chegar. Para Chartier (1999), os Almanaques são livros dedicados a qualquer um e “que todos, mesmo os menos letrados ou os analfabetos, podem ‘ler’”.

Um dos objetivos dos Almanaques era transformar o Brasil num país mais culto. Para isso, os Almanaques iniciaram uma verdadeira cruzada civilizatória. Mas, para além desse caráter pedagógico, também assumiram o caráter político. Afinal, seu maior lema era de civilização e de progresso, muito mais que entretenimento. Os Almanaques, via de regra, divulgavam também questões voltadas à saúde, à beleza, mas principalmente à higiene. Assim, aparentemente adotam quase a postura de agentes higienistas. As questões ligadas à higiene se mantiveram como parte importante dos discursos promovidos nos artigos publicados durante pelo menos as três primeiras décadas do século XX. A aparência moderna de um homem, de acordo com Elias (1994), rejeita a figura de um moribundo, sujo, vadio que dilacera a atmosfera da cidade limpa. Por isso, urgia educar indivíduos através de novas práticas e métodos.

O Almanaque da Parnaíba ajudou a difundir essas ideias, como podemos observar na imagem abaixo, do Almanaque da Parnaíba 1928, com o artigo intitulado *Decálogo higienico*, demonstrando como os discursos lentamente impunham certos códigos de postura social, criando novas sensibilidades e alterando as sociabilidades em maior velocidade e circularidade que culminavam sobre a modernização urbana.

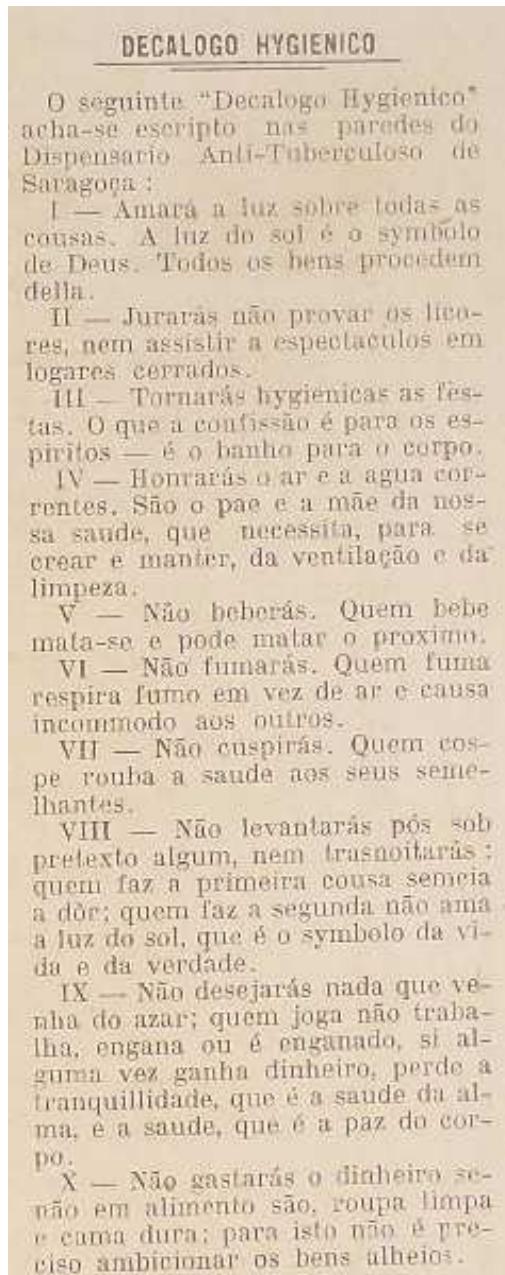


Imagen 02: Artigo sobre Higiene.
Fonte: Almanaque da Parnaíba 1928, p. 43.

Além disso, os Almaniques ajudaram improvisadamente a diminuir o analfabetismo, porque, segundo Dutra (2005), serviram como uma cartilha para o estudo do A-B-C-D e, de certa forma, forçaram indivíduos analfabetos a aprender a ler para ter acesso as suas informações tão úteis para aquela época. Sinalizamos, neste ponto, que o Almanaque pode ser caracterizado por trabalhar na fronteira entre a oralidade e a textualidade. Chama a atenção sua diversidade textual que provoca múltiplas leituras, entre as quais as leituras das imagens que também são textos com

informações e sentidos. É possível perceber claramente tal empreitada, quando analisamos os dados estatísticos de fins do século XIX e, mas principalmente nas primeiras três décadas do século XX, com a diminuição drástica da quantidade de analfabetos existentes no Brasil daquela época.

Propondo em sua tessitura uma rede de significados, proporciona, ainda, uma leitura sem linearidade, que pode ser iniciada a partir de qualquer página, remetendo, em alguns casos, à continuidade do texto em outra página. Expressa também uma forte relação com o tempo, seja o tempo cronológico datado pelo calendário, seja o tempo dos acontecimentos, dos ciclos da vida e da terra. Resguardando as características desse estilo, os Almanaques foram apropriados como material de apoio à prática pedagógica, como um processo de consolidação da leitura e escrita.

O século XIX marca o início da publicação dos primeiros Almanaques no Brasil. Os mais comuns, encontrados no início do século XIX e ao longo do século XX, eram chamados Almanaques das cidades, cujo conteúdo era, na maioria das vezes, voltado para informações e registros do lugar onde era editado. Assim, os Almanaques se inseriam no cotidiano das pessoas. Aos poucos, transformam-se em um documento histórico que, por si só, merecem atenção especial.

Sobre o conteúdo dos Almanaques, Le Goff (1994, p. 527) os descreve como

Ilustrado(s) com signos, figuras, imagens, o Almanaque dirige-se aos analfabetos e a quem lê pouco. Reúne (m) e oferece(m) um saber para todos: astronômico, com os eclipses e as fases da Lua; religioso e social, com as festas e especialmente as festas dos santos que dão lugar aos aniversários no seio das famílias; científico e técnico, com conselhos sobre os trabalhos agrícolas, a medicina, a higiene; histórico, com as cronologias, os grandes personagens, os acontecimentos históricos ou anedóticos; utilitário, com a indicação das feiras, das chegadas e partidas dos correios; literário, com anedotas, fábulas, contos; e, finalmente, astrológico.

Os Almanaques se constituem numa edição que permanece à disposição dos acontecimentos cotidianos dos leitores. Nessa perspectiva, Bollème (1969, p. 51) afirma que:

é precisamente na medida em que ele, o Almanaque, toca, alcança todos os sujeitos, que vai dessacralizar, romper os gêneros, afastar todos os limites e colocar seus leitores mais diretamente em relação com a vida, a atualidade, a informação, compondo, autor do real no que ele se faz interessar. Divertir, provocando, através dele, a reflexão crítica.

Os primeiros Almanaques eram conhecidos como *Compost pastores* (1493), um calendário de signos icônicos, falando com o pastor e o lavrador. Apareceram até o século XVII, mas, com o desenvolvimento da impressão, rapidamente evoluíram e se adaptaram a um público socialmente diferenciado.

Os Almanaques populares aparecem no século XVIII em primeiro lugar, publicados em Paris. Trata-se de uma forma editorial diferenciada por um calendário, com validade anual, com venda prevista normalmente para o ano novo e um tamanho muito pequeno. Cada título é especializado; apesar dos temas variados, em sua maioria leves poesia, história e ciência. Escritos por compilação, eles são itens de alimento para autores relativamente jovens que, muitas vezes, permanecem no anonimato.

Para Sarrazin (1997), a evolução do conteúdo dos Almanaques no século XIX confirma um público provavelmente mais urbano do que rural, gosto cada vez mais marcado pelo rigor científico da informação, mesmo que a sua inclinação permaneça mais divertida do que instrutiva.

Os ganhos interessantes pela sua rapidez podem poderiam ser mais importantes para assinantes. A venda é era suportada pela publicidade intensiva e o impacto comercial de presentes. Eram apoiados pelos camiseiros, vendedores ambulantes, os fabricantes de papel, encadernadores e revendedores de impressão, que ocasionalmente são também editores. Esses Almanaques às vezes chegaram com umas notas públicas de uma aristocracia burguesa. Alguns diretórios, diários e manuais educaram e informaram as crianças e adultos. Outros são eram auxiliares de reflexões, de entretenimento, especialmente com jogos e teatro. Eles se adaptaram ao seu público em diferentes lugares.

Editado pela Typografia Manoel Antônio Silva Serva em Salvador em 1812, o **Almanaque para a cidade da Bahia** apareceu como a primeira publicação nesse estilo anunciada no Brasil. Em 1816, foi publicado o **Almanach do Rio de Janeiro**. Contudo, o **Almanaque administrativo, mercantil e industrial da corte e província**

do Rio de Janeiro, editado em 1844, por sua longevidade, foi o mais representativo do gênero.

O Almanack Piauhyense ou Almanach Piauhyense foi um periódico publicado no Piauí em três etapas temporais distintas. A primeira etapa ocorreu entre os anos de 1879 a 1883, com fundação, redação e propriedade de Miguel de Sousa Borges Leal Castelo Branco II. A segunda fase, como empreendimento de Abdias da Costa Neves, João Pinheiro e Miguel de Paiva Rosa foi editada de 1903 a 1905. A terceira e última fase do Almanaque acontece em 1937 (4º ano) e 1938 (5ºano), editado pela Gráfica Excelsior, de Teresina, sob a direção de seu proprietário, o jornalista Antônio Lemos (Semana), tendo vários colaboradores das áreas de letras, jornalismo, historiadores, juristas, políticos e de muitos setores da então realidade piauiense. Atualmente os exemplares existentes são apreciados como de importante fonte para pesquisadores.

1.5 Uma festa portuguesa com certeza! - as primeiras impressões

A cidade de Parnaíba procurou, ao longo do final do século XIX e início do XX, firmar-se como símbolo de desenvolvimento, potência e progresso, como exemplo de cidade que desejava acertar o caminhar com sua própria história. Dentro dos seus espaços de sociabilidade, equilibrar-se na gangorra que é a modernidade, permite-nos advertir da transitoriedade típica desse período que, num ir e vir incessante, aponta para uma novidade que é sempre igual. Buscava-se o modo vida moderno, que a tudo impregna, seduz, fascina e atrai.

Em termos de arrecadação, a cidade de Parnaíba, com intenso comércio de exportação e importação, tornou-se a segunda maior economia do estado. A cidade jactava-se por ter um número de estabelecimentos comerciais de maior destaque e em maior número do estado do Piauí. Sua força econômica, em meados da década de 1920, era largamente atestada em todos os índices econômicos a que tivemos acesso em nossa pesquisa. Era urgente, então, destinar recursos públicos ou privados para o melhoramento das vias urbanas, que impediam o avanço e o progresso local. As finanças municipais, sempre insatisfatórias, necessitavam de uma ajuda do

governo federal ou estadual na forma de empréstimos para custear as obras de infraestrutura urbana.

Os responsáveis pela administração do município de Parnaíba procuravam o progresso da cidade em todas as esferas sociais e econômicas. O intelectual e escritor Vicente Araújo produziu um artigo no Almanaque sobre os avanços que Parnaíba vivenciou, fruto do trabalho de seus habitantes e das atividades marítimas desenvolvidas no Porto das Barcas:

Do Piauí, é ela o ponto principal de comércio; e é nisto que está todo o seu futuro e valor. A sua vida é quase que completamente comercial [...] Protegida pelo cais Afonso Pena, é o atracadouro das numerosas embarcações que por intermédio de Parnaíba, ligam o Piauí aos outros pontos do País. (1932, p.71)

Essas numerosas embarcações citadas pelo autor movimentavam boa parte da economia e direcionavam as atividades comerciais para a beira do cais. Muitos trabalhadores dependiam desse comércio para sobreviver. Alguns historiadores piauienses como Mary Angélica, Iweltman Mendes, Maria Mafalda e Teresinha Queiroz produziram trabalhos relacionados ao Porto das Barcas. Também literatos piauienses, como Assis Brasil²¹, dedicaram alguns de seus livros a descrever o ambiente e o intenso movimento de mercadorias no cais de Parnaíba.

²¹ Francisco Assis Almeida Brasil (Parnaíba, 1932) é um escritor brasileiro, membro da Academia Piauiense de Letras. Romancista, cronista, crítico literário e jornalista, atuou como crítico literário na imprensa brasileira, especialmente no Jornal do Brasil, Diário de Notícias, Correio da Manhã e O Globo, assim como nas revistas O Cruzeiro, Encyclopédia Bloch e Revista do Livro. Possui mais de 100 obras publicadas, entre elas Beira Rio Beira Vida, 1965; A Filha do Meio Quilo, 1966; O Salto do Cavalo Cobridor e Pacamão (Tetralogia Piauiense); Os que Bebem como os Cães (Ciclo do Terror); Nassau, Sangue e Amor nos Trópicos, Jovita e Tiradentes (romances históricos).

ALMANACK DA PARNAHYBA		35
Resumo da EXPORTAÇÃO		
Da praça de PARNAHYBA, com destino aos portos da Europa ropia e dos Estados Unidos, durante o primeiro semestre de 1924, pela bahia do Cajuíro (TUTOYA)		
Para os portos da EUROPA:	Quantidade em kilos	Valor F. B. O.
Algodão em pluma	127.516	794.786\$400
Amendoas de babassú	5.725.906	5.431.338\$700
Caroço de algodão	878.672	205.385\$110
Cera de carnaúba	652.813	2.233.098\$400
Couros espichados	492.058	1.477.377\$000
Folhas de Jaborandy	18.340	11.004\$000
Gomma de mandioca	57.295	27.437\$500
Nozes de tucum	904.418	460.736\$600
Sementes de mamona	33.867	23.701\$800
Diversos	19.651	33.817\$100
	8.910.536	10.709.825\$600
Para o porto de NEW-YORK		
Cera de carnaúba	337.607	1.114.740\$000
Couros espichados	1.245	3.735\$000
Castanhas de cajú	148	—\$—
	339.000	1.118.475\$100
Total geral:		
Para os portos da Europa	8.910.536	10.709.285\$610
» de New-York	339.000	1.118.475\$000
	9.249.536	11.827.760\$612
<i>Para mal de costado bom é abrotho</i>		

Imagen 03: Resumo da Exportação do Porto de Parnaíba do ano de 1924.

Fonte – Almanaque da Parnaíba, 1925, p. 35.

A partir da imagem acima, podemos ter uma noção dos principais produtos exportados para a Europa e Estados Unidos, cujos principais portos eram, respectivamente, Liverpool, na Inglaterra, e Lisboa e Porto em Portugal. Percebemos, ainda, que a amêndoas de babaçu era o principal produto exportado para a Europa. Já a cera de carnaúba, que interessa particularmente aos Estados Unidos, mesmo ocupando o quarto lugar em quantidade de toneladas exportadas, aparecia como o segundo em rendimentos, o que demonstra seu alto valor agregado na década de 1920.

De acordo com o professor do curso de Economia da Universidade federal do Piauí – Campus Ministro Petrônio Portella - Francisco Silva Filho, em seu artigo Evoluções e rumos da economia parnaibana, a cidade de Parnaíba vivenciou três fases distintas no seu processo de industrialização, que se inicia com as charqueadas

de Simplício Dias, até o período das indústrias. Seu equívoco temporal foi estabelecer a década de 1930, afinal a cidade já contava com várias indústrias na década de 1920, como aponta o próprio Almanaque e vários jornais da época. Vejamos:

[...] a fase atribuída aos negócios do português Simplício Dias da Silva [...], o período pertinente às atividades do português Francisco Cortez [...] e a etapa relativa às indústrias [...] que se iniciaram em 1930 [...]. Apesar das poucas indústrias existentes no município, essas tiveram importância ímpar no desenvolvimento econômico da região. (Almanaque da Parnaíba 1994, p. 61-62)

De acordo com o Almanaque da Parnaíba de 1927, deparamo-nos, por exemplo, com o registro das indústrias que surgiram na região de Parnaíba:

as indústrias de maior vulto são: Fábrica Cortez para extração do óleo do babaçu e fabricação de sabão; Usina São José de beneficiar algodão; Fábrica Aliança para beneficiamento de cereais; Fábrica Estrela, de fabricação de sabão; Fábrica de Mosaicos; Há ainda outras de sabão, bem como curtumes, calçados, chapéus, vimes, etc., em pequena escala.(1927, p. 83)

E, a partir deste processo de industrialização e exigência de uma mão de obra para o manuseio das máquinas, cada vez mais aumentava a procura por cursos profissionalizantes e a necessidade de um maior número de escolas e professores com formação específica para o exercício do magistério. Isso fez crescer o número de matrículas nas escolas. Verificaram-se também modificações sociais e culturais, as quais culminaram com uma maior estratificação social e o surgimento de uma nova “burguesia industrial”.

Parnaíba foi uma cidade que cresceu rapidamente, alavancada pela exportação de produtos de interesse no mercado internacional, como o babaçu e a cera de carnaúba. Por ser acessível, isto é, uma cidade no centro do comércio naval piauiense, bem servida por uma ferrovia que ligava o norte ao centro do estado, aparecia como uma cidade em metamorfose, uma metrópole em brotamento. Esse crescimento também se referia à ascensão cultural, dada pela proliferação de livrarias, tipografias, jornais, negócios, aumentando o número de “editores”. Registrhou-se um movimento sutil de escritores, reconhecidos ou não, ilustrando essa mudança.

Apresentamos abaixo os principais jornais e revistas lançados em Parnaíba entre os anos 1900 e 1928, no contexto de uma economia aquecida:

"O PIAUHYENSE" — Publicação trimensal 1900. **"O NORTISTA"** — Publicação semanal. Foi, talvez, o melhor jornal publicado em Parnaíba, tanto pela sua feição material, como pela magnitude dos seus artigos, destacando-se a campanha em torno da reivindicação do delta do Parnaíba, 1901. **"A JUVENTUDE"** — Periódico literário e noticioso, 1902. **"O LIBERTADOR"** — Redatores diversos, publicação semanal, 1902. **"PARNASO"** — Redator J. Campos Véras, 1902. **"O POPULAR"** — Órgão da Pharmacia Popular, Tiragem de mil exemplares. Distribuição gratuita. Única Pharmacia que possui um jornal no norte do Brasil, 1902. **"RONDA"** — Periódico humorístico, 1904. **"A TRIBUNA"** -- Órgão imparcial 1905/ 1907.

"NORTE PIAUHY" — Semanário independente, político e noticioso, 1907. **"11 DE JUNHO"** — Jornal de propaganda da Escola de Aprendizes Marinheiros, 1908. **"O PLECTRO"** — Quinzenário independente, literário e noticioso, 1908. **"SEMANA"** — Redatores diversos de 1910.

Doze jornais se destacaram na primeira década do século XX, quais sejam:

"AURAS DO NORTE" — Quinzenário crítico, literário e noticioso, 1911. **"CIDADE DA PARNAHYBA"** — Órgão político, comercial e noticioso do Partido Coligado Parnaibano, 1912.

"REBATE" — Órgão do P. R. C. Parnaibano, 1912. **"CAMBIRIMBA"** — Periódico indisciplinado crítico, literário, noticioso, 1912. **"O POPULAR"** — Órgão literário e noticioso, publicação semanal, 1912. **"O ANNO BOM"** — Periódico noticioso, literário, comercial e humorístico. Circulara em dias festivos, 1913. **"POLYANTHÉA"** — Homenagem ao deputado Joaquim Pires, pelo seu aniversário, 1913. **"MUNICIPIO"** — Órgão do P. R. C. Parnahybano, 1913. **"JORNAL DO COMMERCIO"** — Órgão de propaganda, noticioso, independente e imparcial. Propriedade da Alfaiataria Smart, 1914. **"AGULHA"** — Periódico critico, humorístico e noticioso, 1914. **"JORNAL INFANTIL"** — Diretor Lincoln Guimarães, 1914. **"O PHAROL"** — Órgão da Loja Maçônica Fraternidade Parnahybana, 1914. **"A ORDEM"** — Órgão de uma facção do P. R. C. Publica-se semanalmente 1914/ 1916. **"O SPORT"** Jornal de propaganda esportiva, 1914. **"A CRUZ"** — Órgão da ação social 1915. **"A CHIBATA"** — Jornal crítico e noticioso. Propriedade de uma sociedade anônima, 1915. **"O MENSAGEIRO CRISTO"** — órgão de propaganda protestante, 1915. **"A GUERRA"** — órgão da Liga Pro-Germânia, 1916.

"A SEMANA" — Jornal independente e noticioso, 1916. **"O MOMENTO"** — Órgão literário e noticioso, 1917. **"O IMPARCIAL"** — Publicação bi-semanal, 1917. **"PARNAHYBA"** — 1918.

"O CONSOLADOR" — Órgão do Centro Espírita "Perseverança no Bem". Distribuição gratuita, 1919. **"O CHROMO"** — Pequeno jornal literário, 1919. **"O ARTISTA"** — Órgão da sociedade "União Progressista dos Artistas Mecânicos e Liberais". Publicação semanal, 1919. **"O NORTISTA"** — Órgão de propaganda comercial e desportiva, 1919. **"TRIBUNA"** — Órgão do Bloco Republicano Piauiense, 1919.

Vinte e oito jornais marcam a segunda os anos 1910:

"A BOA SEMENTE" — Órgão do Centro Católico, 1920. **"A PROPAGANDA"** — Órgão do Comercio Piauiense. Publicado sob os auspícios da Associação Comercial de Parnahyba, 1920. **"O TRABALHO"** — Órgão artístico, propagandista, literário e noticioso, 1920. **"O MARITIMO"** — Órgão das classes marítimas de Parnahyba, 1921. **"POLYANTHÉA"** — comemorativa do aniversario natalício do Sr. Francisco de Moraes Correia, 1921. **"O PERDÃO"** — Órgão de propaganda espírita, 1921. **"A PATRIA"** — Órgão do Colégio "19 de Outubro", 1921. **"A CAMPANHA"** — Órgão de propaganda das candidaturas Nilo—Seabra, 1921. **"A IMPRENSA"** Órgão de interesses gerais, 1921. **"JORNAL DO COMMERCIO"** — Órgão da Associação Comercial, 1922. **"A CONQUISTA"** — Órgão do Grêmio Literário Coelho Netto, 1922. **"19 DE OUTUBRO"** — Da Comissão Promotora das Festas, de 19 de Outubro. Distribuição gratuita, 1922. **"GAZETA DA PARNAHYBA"** — Redatores Merval Véras, Castro Cavalcante e Edison Cunha, 1923. **"O CONSOLADOR"** — Órgão do Centro Espírita "Perseverança no Bem", 1923. **"A NOTÍCIA"** — Órgão literário e noticioso, 1923. **"A TRIBUNA"** — Órgão político e noticioso 1924. **"A RAZÃO"** — Propriedade e redação de José de Sousa Brandão e Vicente Jusselino, 1924. **"ALCYON"** — Jornal literário e noticioso, 1926. **"MOCIDADE JORNAL"** — Órgão da Mocidade Parnahyba, 1926. **"PALACE-JORNAL"** — Propriedade de Nastabio Ramos, Redatores Torres Raposo, R. Petit e Miguel Oliveira, 1926. **"A TELA"** — Propriedade de Ferreira & Filhos 1926. **"O DIA"** — Órgão da Dissidência, Jornal político e noticioso, 1927. **"O INDEPENDENTE"** — Órgão da propaganda política pró Helvécio Coelho Rodrigues, 1927. **"A VERDADE"** — Jornal político, de vida efêmera, 1927. **"POLYANTHÉA"** — homenagem a Francisco de Moraes Correia, 1927. **"A PRAÇA"** — Órgão da Associação Comercial dos Varejistas. Diretor: Edison Cunha. Gerente: **Benedicto dos Santos Lima**. Secretario: Ranulpho Torres Raposo de 1927. **"O POPULAR"** — Órgão independente e noticioso. Propriedade de uma sociedade anônima, 1928.

Vinte e sete jornais circulavam em Parnaíba na década de lançamento do Almanaque da Parnaíba. Isso mostra a capacidade de absorção literária na cidade e demonstra, ainda, a vontade da elite intelectual em promover a literatura em seus mais diversos aspectos. Todos esses periódicos da imprensa das épocas citadas acima revelam também o clima de leitura e criatividade em que a cidade vivia mergulhada. Percebemos que foram muitos os jornais e revistas que circularam durante esses anos. Os jornais seguiam as mais diversas linhas de conteúdo: noticiosos, culturais, publicitários, católicos, comerciais, literários, estudantis, classistas, espíritas. Fato era que o parnaibano possuía acesso à cultura letrada, mantinha-se informado e seduzido pelo prazer de ler.

Nas redações improvisadas, trabalhavam alguns dos expoentes da cultura parnaibana como Adonias (ilustrador), Alarico da Cunha, Padre Antônio Sampaio, Benedito Jonas Correia, Benedito de Moraes Freire, Benedito dos Santos Lima, Edison Cunha, Jesus Martins, João de Deus, José Euclides de Miranda, Nestabio Ramos, Nestor Véras, Padre Roberto Lopes, R. Petit, Ranulpho Torres Raposo, Raul Primo, Thomaz Catunda, enquanto Cristino Félix de Melo e Edméa Ferraz montavam os espetáculos da Sociedade Dramática. É perceptível, nessas pequenas listagens, que mal aparecem sobrenomes de grandes industriais, tampouco de comerciantes.

Para a formação intelectual da juventude, foram preponderantes os papéis dos professores e dos grêmios literários, da Biblioteca Pública e do cinema. Entre os professores, podemos citar: Alfredo Amstein, Benedito Jonas Correia, João Campos, José Rodrigues e Silva, José de Lima Couto, Joaquim Custódio, José Euclides. Segundo vários autores do anuário, esses nomes deixaram marcas indeléveis em sua formação acadêmica. Além disso, os grêmios das escolas parnaibanas publicavam seus jornais literários e uma revista anual. Eram publicações que prezavam pela qualidade gráfica, como as revistas Argos, do Ginásio São Luís Gonzaga, e Raios de Luz, do Colégio das Irmãs. Nelas, com maior colaboração de alunos que de professores, exibia-se literatura estudantil e percepções da cidade.

1.6 Repertório informativo do Almanaque

Para Park (1999), a origem dos Almanaques se daria a partir dos calendários e, ao se popularizarem, incorporaram seu significado. A página do calendário, dentro dos Almanaques, assumia certos atributos, particularmente o papel religioso e social, e aglomerava em torno de si diferentes maneiras de dividir o tempo, tendo como ponto de partida as variações das estações ou as fases de lua e também das atividades no campo, onde a publicação atingia um público mais específico.

Na figura abaixo, o mês de janeiro, de 1924, apresenta o nome dos santos de cada dia, os feriados associados às festividades religiosas e os feriados oficiais. Somente a partir da década de 1930, o Almanaque da Parnaíba começou a mostrar os eclipses solares e lunares e apresentar sua influência junto à agricultura, estabelecendo os melhores dias para a plantação e a colheita.

JANEIRO	
1 T	CIRCUM. SENHOR
2 Q	S. Isidoro
3 Q	S. Anthero
4 S	S. Gregorio
5 S	S. Simeão E.
6 D	¶ SANTOS REIS
7 S	S. Theodoro
8 T	S. Lourenço
9 Q	S. Juliano
10 Q	S. Gonçalo
11 S	S. Hygino
12 S	S. Satyro
13 D	¶ S. Hilario
14 S	S. Felix Nole
15 T	S. Amaro
16 Q	S. Marcello
17 Q	S. Antão
18 S	Santa Prisca
19 S	S. Canuto
20 D	¶ (Fer. D. Federal)
21 S	Santa Ignez
22 T	S. Vicente
23 Q	S. Ildefonso
24 Q	N. Senhora da Paz
25 S	Conver. de S. Paulo
26 S	S. Polycarpo
27 D	¶ S. João Chrysost.
28 S	S. Juliano
29 T	S. Francisco de Salles
30 Q	Sra. Martinha
31 Q	S. Pedro Nolasco

Imagen 04: Primeiro calendário apresentado no Almanaque da Parnaíba.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1924, p.9.

O ano em curso, geralmente era abalizado tendo como apoio as regras instituídas pela astronomia e por combinações religiosas e sociais, provocando o aparecimento de datas díspares, além de possuir um ano religioso mesclado por

períodos litúrgicos e os dias destinados aos santos. Para Le Goff (1992, p.145), “O conteúdo de um calendário está ligado ao complexo jogo de relações entre as exigências da religião e a vida econômica e social”. Nesse sentido, o Almanaque, aos poucos, configurava-se como um ordenador do tempo, da cultura e da sociedade, constituindo e governando o tempo e dando sentido à normatização da vida e proporcionando aos seus leitores estabelecerem seu dia-a-dia, em um compasso repetitivo, entre afazeres, festejos religiosos, feriados, dias santos.

Destacamos aqui algumas características do Almanaque: Tempo: Previsão, eclipses, fases da Lua, calendários; Festas religiosas: - Signos astrológicos: - Anedotas: - Fábulas: - Contos: - Conselhos para viver bem: Fatos estranhos e admiráveis da natureza, tais como: Inundações, Tremores da Terra. Saúde: Informações sobre pragas, pestes e a fome. Conselhos culinários: Divertimentos: Religião: Vida-morte, Corpo-alma, Orações. Provérbios: História: Monumentos, Igrejas, Hospitais. Cada uma dessas categorias se voltava, em maior ou menor intensidade, para o interesse de um dado leitor e considerava também a localização espacial do público-alvo. Nessa perspectiva, a dicotomia de leitura entre campo e cidade aproximava ou distanciava as apropriações e interpretações.

Salta aos olhos a quantidade de poesias que aparecem no primeiro exemplar: em 44 páginas totais do Almanaque, aparecem dez poesias de poetas que, em sua maioria, tratam de temas desde a religião, amor, belezas naturais, crítica social, mortes. A poesia é qualquer coisa atemporal que reflete o homem no seu tempo e nos permitem distinguir os sentimentos em diferentes recortes temporais por meio de sua estética. Os versos poéticos trazem em seu bojo certos subsídios culturais do dia-a-dia, e sua leitura nos permite perceber as possíveis mudanças nas tradições e costumes de uma época. Foi graças ao setor literário-poético que o Almanaque ganhou leveza, cativando lentamente um público cada vez mais ávido que, a cada novo periódico, esperava conhecer novas poesias escritas pelos literatos parnaibanos.

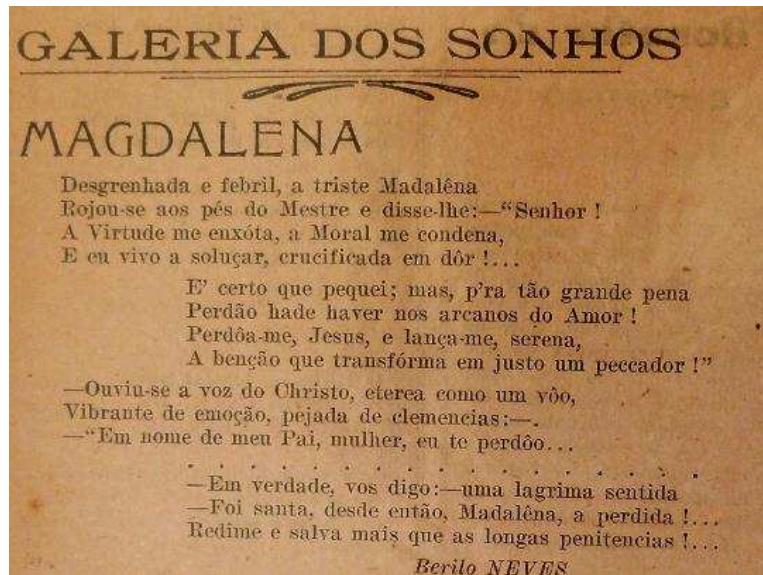


Imagen 05: Primeira poesia publicada no Almanaque da Parnaíba.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1924, p.5.

O primeiro poema, intitulado **Magdalena**, de autoria de Berilo Neves, carrega em si um paradoxo, pois transporta simbolicamente a ambivalência do pecado e do arrependimento. O uso do arrependimento e a necessidade do perdão, em Magdalena, representam uma imagem e uma estética que a dialética da língua não consegue alcançar. Em Magdalena reside uma condição de contentamento do arrependimento. A poesia cria um atraente equívoco que é a dureza do espetáculo do remorso personificado, que condenatório, recai sobre Magdalena ao longo dos séculos. Em relação a isso, é interessante destacar que o poeta, de modo arbitrário, cria os recursos expressivos do texto, inter-relacionando forma e conteúdo, visando a obter efeitos variados, como gerar reflexões, críticas sociais, situações lúdicas entre outras. Para isso, notam-se nas estruturas poéticas um requinte formal incomum às expressões da linguagem cotidiana, uma vez que há uma preocupação tanto com o que é dito, quanto com o modo como se enuncia.

A variedade de autores e de temáticas do Almanaque revela uma amostra expressiva do mundo social e cultural parnaibano no recorte temporal desta pesquisa. Apontam para uma grande mobilidade espacial da população urbana, como também para um intenso intercâmbio entre o cotidiano urbano, apontado como moderno e civilizado em contraste ao rural, visto como rústico e arcaico. A literatura parnaibana abordada no Almanaque sinalizava um pouco de tudo isso e provavelmente tenha sido

essa a razão que atraiu um universo tão variado de leitores assíduos e desejosos de pertencer a recente necessidade de modernidade que a região ora apresentava.

Benedicto dos Santos Lima demonstrava, a partir de textos produzidos, um denso conhecimento do meio sociocultural e político da cidade de Parnaíba nas primeiras décadas do século XX. Dotado de um faro empresarial excepcional, ele ousou empreender principalmente no espaço da imprensa. As implicações proporcionadas pela modernização econômica pela qual passava a cidade naquele momento, proporcionaram uma oportunidade para Benedicto desenvolver com maior tranquilidade suas habilidades literárias.

De acordo com Le Goff (1990, p. 449), o circuito do Almanaque admite abarcar o “estilo econômico e a mentalidade religiosa de um povo”. O Almanaque da Parnaíba abrigou, em suas páginas, diversas obras literárias de cunho religioso, com finalidades assistenciais da vida cotidiana, mas também permitiu a compreensão do universo ideológico centrado na tradição e na religião católica. No poema abaixo, temos uma demonstração dessa religiosidade:

JUDAS

Num ramo de figueira pendurado,
Foste encontrado, Judas, morto um dia,
E os homens te chamaram desgraçado
Porque vendeste o filho de Maria.
Lili Peri (Almanaque da Parnaíba 1924, p. 49)

A primeira manifestação literária religiosa, o poema “**JUDAS**”, de Lili Peri, fala da traição cometida contra Jesus Cristo, e mostra como tal evento ficou arraigado na mentalidade ocidental. Judas é mostrado como um desgraçado traidor, mas que encontra a morte certa através do enforcamento.

JUDAS

Antes de vir o Sol, A villa já alarmada,
Mostra em cada garoto um grande espadachim,
Que anda de rua em rua, em louca disparada,
Atraz de um judas vil, de craneo de capim;
R. Petit (Almanaque da Parnaíba 1924, p. 8)

No segundo poema, também intitulado JUDAS, sua construção está associada ao sábado de aleluia, quando é realizada a queima do Judas, uma tradição vigente em diversas comunidades católicas e ortodoxas, introduzida na América pelos espanhóis e portugueses, simbolizando a morte de Judas Iscariotes. A manifestação popular consiste em surrar um boneco do tamanho de um homem, forrado de serragem, trapos ou jornal, pelas ruas de um bairro e atear fogo a ele, normalmente ao meio dia. A queima do Judas é um costume tradicional celebrado na Semana Santa, realizado na madrugada do Sábado de Aleluia. Essa tradição tem em caráter puramente simbólico. De acordo com a tradição cristã, está associado à expiação dos males e à purificação dos homens, através do fogo.

É somente a partir de 1925 que o Almanaque da Parnaíba começa a mostrar as datas com as principais festas religiosas cristãs, móveis e fixas, de cada ano, que personificam esse tipo de periódico, como podemos comprovar na imagem abaixo. A página do calendário religioso é analisada como a principal conexão dentro de um sistema central e que se ajusta a outras unidades do Almanaque que tratam de outros temas, constituindo, assim, um todo funcional.

50 ALMANACK DA PARNAHYBA	
<u>COMPUTOS ECCLESIASTICOS</u>	
FESTAS MOVEIS	
8 de Fevereiro — <i>Septuagésima</i> .	8 de Dezembro — Conceição de Maria.
22 de Fevereiro — <i>Quinquagesima</i> — (Carnaval)	25 de Dezembro — Natal.
10 de Abril — <i>Pascha da Resurreição</i>	Dias santificados no Piauhy
21 de Maio — <i>Ascenção do Senhor</i> .	1º de Janeiro — Circumcisão do Senhor.
31 de Maio — <i>E. Santo ou Pentecoste</i> .	6 de Janeiro — Epiphania, (Móvel) — Sexta-feira da Paixão.
7 de Junho — <i>SS. Trindade</i> .	(Maio — Móvel) — Ascensão do Senhor.
11 de Junho — <i>Corpo de Deus</i> .	(Junho — Móvel) — Corpo de Deus.
29 de Novembro — <i>1º Dom do Advento</i> .	24 Junho — S. João.
FESTAS FIXAS	20 Junho — S. Pedro e S. Paulo.
1º de Janeiro — Circumcisão do Senhor.	16 Julho — N. S. do Carmo.
6 de Janeiro — Epiphania do Senhor.	15 Agosto — Assumpção de N. Senhora.
24 de Junho — Nat. de S. João Bapista.	1 Novembro — Todos os Santos.
29 de Junho — S. Pedro e S. Paulo.	8 de Dezembro — Imaculada Conceição.
15 de Agosto — Assumpção de Maria.	25 de Dezembro — Natal.
1º de Novembro — Todos os Santos.	FERIADOS NACIONAIS
2 de Novembro — Finados.	1º de Janeiro — Fraternidade Universal.
	24 de Janeiro — Feriado no Piauhy.
	21 de Abril — Tiradentes.
	3 de Maio — Descobrimento do Brasil.
	13 de Maio — Abolição da escravatura.

Cavalo grande, besta de pau

Imagen 06: Calendário das festas religiosas cristãs.
Fonte: Almanaque da Parnaíba 1928, p. 50.

Exclusivamente a partir de 1928, o Almanaque da Parnaíba começou a enumerar um histórico com a descrição geral do município, na qual constavam informações como limite, superfície, altitude, repartições públicas, etc. Entre estes itens, também aparecia a religião, sendo a igreja católica a única contemplada nas páginas, nas quais figuravam as principais igrejas de Parnaíba, a saber: “N. S. das Graças — Praça da Matriz; Igreja de N. S. do Rosário — Praça da Matriz; Capella de Santo Antônio — Praça Santo Antônio e Capelinha de São Sebastiao — Bairro Campos” (1928, p.118). O centro espírita Perseverança no bem era apontado como uma “associação espírita”. O cassino 24 de janeiro, por sua vez, aparecia como uma “associação recreativa”, enquanto a associação dos varejistas como uma “associação de classe”.

Outras religiões, como a presbiteriana, tiveram algum destaque nas páginas do Almanaque apenas a partir de 1929, quando, pela primeira vez, uma imagem da

Congregação Presbiteriana de Parnayba aparece no periódico, dando conta da visita do Reverendo Bezerra Lima, da Igreja Presbiteriana de São Luis (Maranhão), à Parnaíba, ocorrida em abril de 1928. Na imagem abaixo, podemos perceber que o quantitativo de adeptos é relativamente pequeno, ou que aparentemente a religião é uma novidade na cidade e, por isso, minoria.

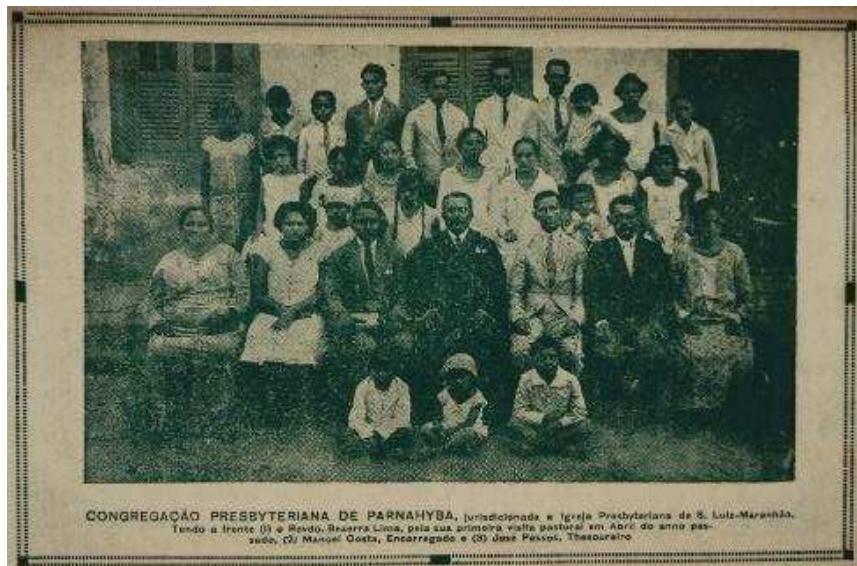


Imagen 07: Congregação Presbiteriana de Parnaíba.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1929, p. 52.

Na próxima imagem, vemos o senhor Manoel Costa, encarregado da Igreja Presbiteriana e que, segundo consta no anúncio, “desfructa na classe dos nossos auxiliares commerciaes de algum conceito”. De acordo o texto, o senhor Manoel é alguém destacável no ambiente de trabalho. Desde os 13 anos presta serviços, tendo toda a confiança do seu patrão sírio, Bicharra Balluz, com quem aprendeu a língua Árabe.



Imagen 08: Manoel Costa encarregado da Congregação Presbiteriana de Parnaíba.

Fonte: Almanaque da Parnaíba 1930, p. 100.

O senhor Manoel Costa, também é apontado, como profundo conhecedor da Bíblia, fato que o capacita ao cargo de encarregado da Igreja Presbiteriana. Estas propagandas de cunho religioso que, distantes do direcionamento católico cristão que dominava a orientação religiosa da cidade, apontam para um caráter laico como marca registrada do periódico.

Merece destaque o fato de o Almanaque da Parnaíba se mostrar distante das questões partidárias. Ao longo dos dezoito, buscou ser neutro em relação aos governantes eleitos ou indicados, tanto na esfera municipal quanto na estadual. Procurava mostrar as biografias com a mesma exaltação com que mostrava de outras personalidades sem vínculos políticos públicos. Procurou se manter indiferente à propaganda sectária ou a qualquer radicalismo dos grupos que disputavam o poder político em Parnaíba entre as décadas de 1920 e 1940, como o Partido Democrático e Partido da Mocidade. Despontando-se de certa forma até pragmático em relação aos políticos e suas contendas partidárias, em certos artigos abordou temas sobre candidatos de partidos em disputa com teor elogioso.



Imagen 09: Capitão Landry Salles Gonçalves Interventor do Piauí.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1934, p.06.

Mesmo se esquivando de quaisquer partidarismos, o Almanaque algumas vezes publicou matérias com enaltecimento do poder, as vezes em forma de saudações as autoridades constituídas. Podemos exemplificar com caso do governador João de Deus Pires Leal que, pouco antes de sua deposição sob a força das armas insurretas, em 1930, teve seu retrato estampado nas páginas do anuário. Nas publicações seguintes, o homenageado seria Landri Sales, o líder do movimento que depôs João de Deus Pires Leal e assumiu como interventor estadual.

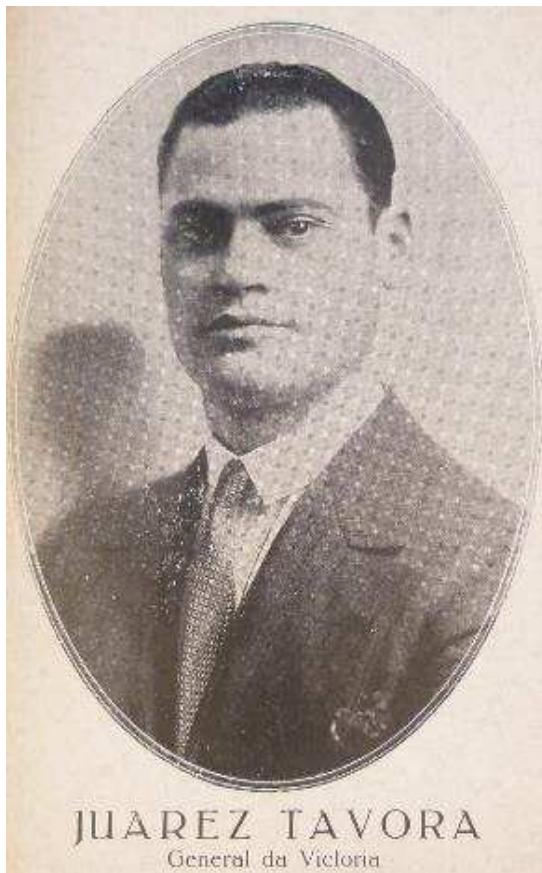


Imagen 10: Juarez Távora, um dos líderes da Revolução de 1930.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1931, p.09.

Outro exemplo desse enaltecimento do poder pode ser notado na publicação de 1940, em pleno Estado Novo, quando a fotografia de Getúlio Vargas surge elucidando as frases que sintetizavam seu pensamento autoritário. Mais de uma vez, Vargas seria motivo de capa do Almanaque, embora o editor do Almanaque não tenha explicitado qualquer opinião sobre movimento varguista. Vale ressaltar que essa conduta não estava atrelada a financiamentos por parte das autoridades políticas, haja vista que o Almanaque circulou e sobreviveu regularmente durante dezoito anos sem apoio financeiro dos governantes. A venda rápida dos exemplares e o apoio maciço e contínuo dos anunciantes foi seu principal suporte de sobrevivência. Para atrair cada vez mais leitores, as páginas do Almanaque continham um enorme número de matérias para distração: lances humorísticos, adivinhações, problemas, charadas, epigramas, logografos, acrósticos, enigmas etc.

A cada nova publicação ocorria uma cadeia informativa padronizada, idêntica à tradição desse gênero de impressos: cômputos eclesiásticos, estações do ano,

eclipses, fases da lua, calendário civil e religioso, horários, distâncias entre as principais cidades, preços das passagens ferroviárias. A partir da década de 1910, o futebol passou a integrar uma nova categoria apresentada nos jornais da época e, a partir da década de 1920, dentro do Almanaque. Esse esporte já era uma realidade em Parnaíba na primeira década do século XX, trazido da Inglaterra por Septimus Clark, que fora diretor da Casa Inglesa, e pelo parnaibano José de Moraes Correia. As primeiras partidas foram realizadas em um campo improvisado na Praça Santo Antônio, entre os times Camisa Branca e Camisa Azul. A primeira bola de futebol de que se tem notícia na cidade de Parnaíba, de acordo com o jornal O Piagui (2008), foi um presente de Mr. James, da firma CHAMBERLAIN DONNER & CIA, de Manchester na Inglaterra, e chegou à cidade antes mesmo de 1913.

A doação inglesa serviria de incentivo à criação dos primeiros clubes de futebol em Parnaíba, sendo o International Athletic Club fundado por Septimus Clark um deles. Veremos na imagem abaixo a arquibancada construída quase totalmente em madeira de lei e uma nota de rodapé informando que “convém no tarque o enorme campo de sports deste club é talvez o melhor do norte do Brasil”. Sem nenhuma cerimônia, o narrador classifica o estádio como um dos melhores. Como não é nossa intenção discorrer profundamente sobre futebol, mas apenas apresenta-lo, essa informação não será contestada. O estádio, na década de 1960, foi comprado pelo governo do estado e passou a se chamar “Estádio Petrônio Portela”.

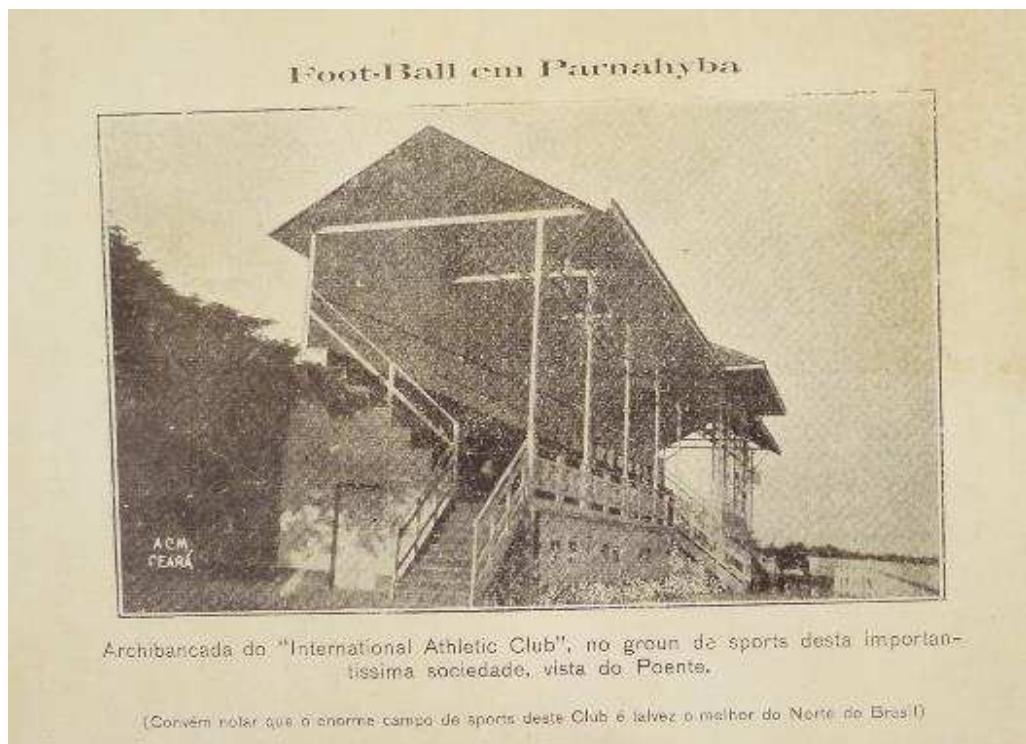


Imagen 11: Arquibancada do International Athletic Club.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1925, p.17.

O Parnaíba Sport Clube, fundado em 1913, é o clube mais antigo ainda em atividade no estado do Piauí, sendo trigésimo quarto clube mais antigo do Brasil. Na imagem abaixo temos uma visão do estádio em dia de jogo que ocorria normalmente aos domingos e era uma das principais diversões da cidade. Os clubes de Parnaíba se enfrentavam em campeonatos locais, mas havia disputas com times da capital Teresina ou mesmo de outros estados, como o Ceará e Maranhão.

Junto à imagem, temos alguns pontos que merecem atenção, como, por exemplo, a informação que foi “Construída, sob os moderno preceitos de hygiene e de esthetica” (Almanaque da Parnaíba, 1925, p.17), o que aponta para certa noção de civilidade e modernidade. Mais adiante, temos: “No primeiro, se destacam o salão de honra, o recinto dos troféus, a sala da "cabine" dos players ou de equipamento, o compartimento em que se alojam os visitantes”. Notamos a preocupação de alojar adequadamente não só os jogadores locais, mas também os visitantes.

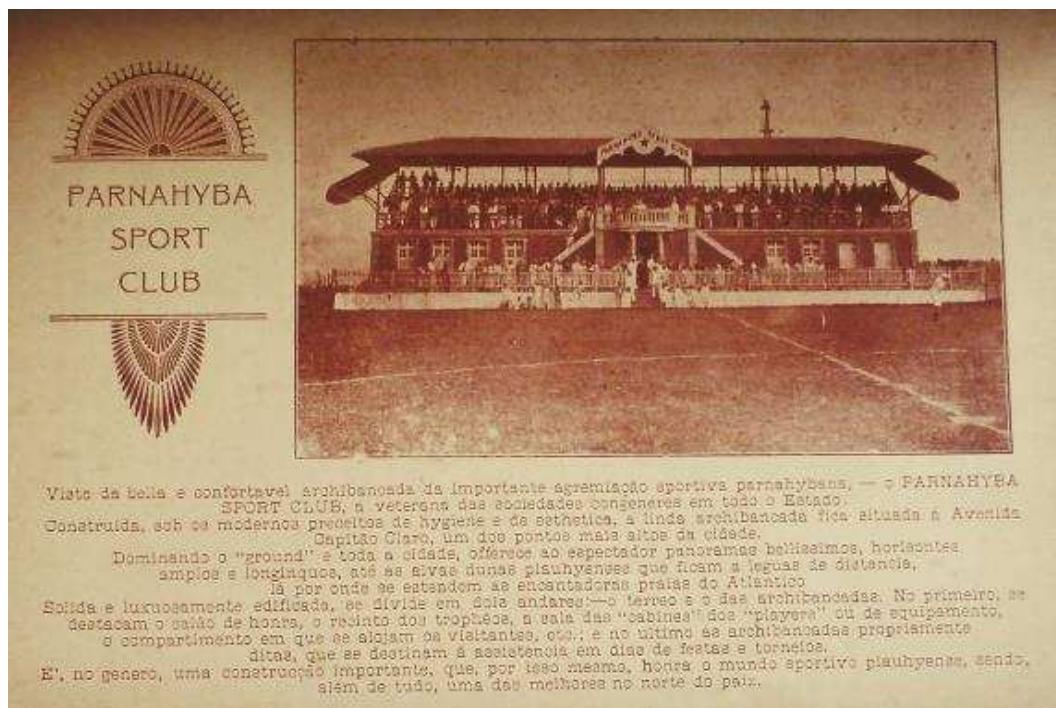


Imagen 12: Estadio do Parnahyba Sport Club.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1926, p.49.

A partir das décadas de 1920 e 1930, Parnaíba passa a contar também com vários clubes locais que foram se formando nos bairros da cidade, os quais também foram bastante prestigiados, a maioria deles contando com sede própria. Entre esses clubes, destacamos: Belga Esporte Clube, Brasil Futebol Clube, Coroa Futebol Clube, Esporte Clube Fluminense, Ferroviário Atlético Clube, Flamengo Esporte Clube, Guarani Futebol Clube, Paissandu Esporte Clube, Parnaíba Esporte Clube e Primeiro de Maio esporte Clube.

O Almanaque da Parnaíba, ao longo de suas publicações, sempre acompanhou toda a movimentação desses clubes e incentivou a prática do futebol entre seus leitores. O resultado desse incentivo pode ser percebido na quantidade expressiva de partidas de futebol, nos campeonatos organizados e nas rivalidades expressas nas páginas do Almanaque, criando um ambiente favorável à prática do esporte e aumentando consideravelmente o número de jogadores de futebol na cidade de Parnaíba.

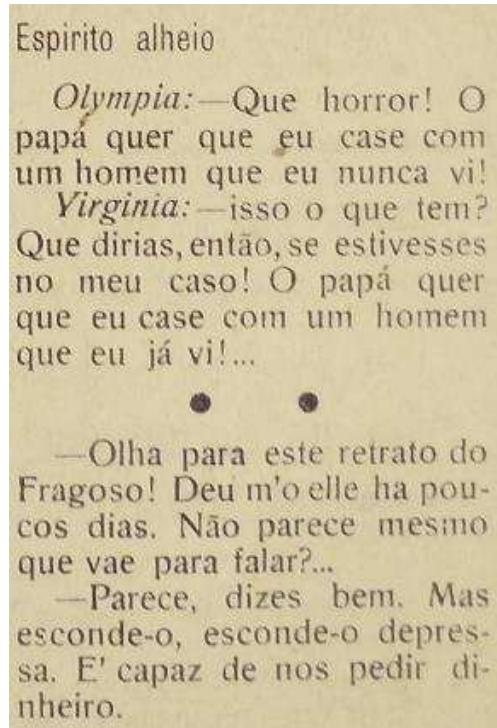


Imagen 13: Exemplo de piadas publicadas no Almanaque da Parnaíba.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1925, p.31.

Na figura acima, vemos duas piadas apresentadas nas páginas do periódico. Em sua grande maioria, eram enviadas por leitores a pedido de Benedicto dos Santos, que sempre os encorajava para essa prática, não somente em relação às piadas, mas também para artigos de interesse ou utilidade pública. No caso das charadas e adivinhações, eram oferecidos prêmios para os três primeiros lugares, como podemos ver no anúncio abaixo:

Em benefício dos charadistas que deram serviço para este Almanack, a MERCEARIA BEMBÉM, resolveu dar três prémios, para o 1º, 2º e 3º lugar, a que apresentar maior quantidade de soluções até o dia 28 de fevereiro sendo os prémios constante do seguinte:

1º.lugar — 12 garrafas do afamado ALVARALHÃO

2º lugar — 12 Ditas de cerveja FIDALGA

3º lugar —12 Ditas da deliciosa BENEDICTINA

Todos os prémios, serão entregues no primeiro domingo depois do Dia da entrega das soluções, na Mercearia BEMBÉM.

RUA DUQUE DE CAXIAS – PARNAYBA

Almanaque da Parnaíba (1924, p. 41)

Há também uma abundância de propagandas ilustradas, revelando novos hábitos de consumo promovidos pela modernidade. Nesse aspecto, a arquitetura tem um papel significativo e revela uma nova face social voltada para o deslumbramento que algumas fotografias de palacetes construídos ao longo das décadas de 1920 e 1930 provocavam.



Imagen 14: Palacete do Senhor Ademar Gonçalves das Neves.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1929, p.196.

Textos de conotação moral, filosófica, religiosa ou política eram comuns nos Almanaques, seguindo uma mesma sequência de exaltação dos valores morais do passado, as virtudes de caráter religioso, que cultuavam a perfeição da maternidade. Havia, ainda, muitos artigos apresentados com uma aura de científicidade que englobavam múltiplos estrados do saber não especializados e temas por vezes mais genéricos, como História Geral e do Brasil. Também aparecem, com certa frequência, informações retiradas em museus e institutos históricos.

O Almanaque contemplava uma abrangente propaganda envolvendo os mais diferentes setores produtivos e de serviços de Parnaíba, da capital Teresina, de várias

cidados do interior e de outros estados. O setor têxtil comportava roupas prontas ou tecidos para confecção. No setor de maquinários, observamos a presença de máquinas de costura, máquinas de datilografia, bombas, prensas, ventiladores, pianos, fogões, entre outros; de fábricas de tecidos, chapéus e calçados.

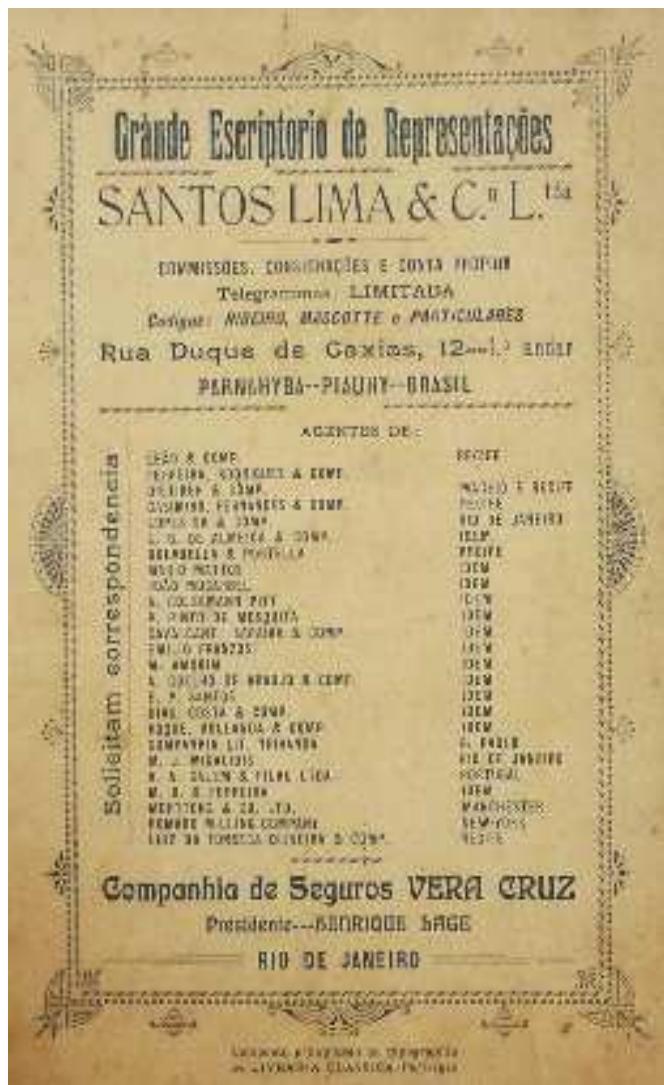


Imagen 15: Firma de representações SANTOS LIMA & C.ª Ltda.
Fonte: Almanaque da Parnaíba 1926, p.65.

Muitas empresas de representação de produtos importados, como a da imagem acima, pertencente a Benedicto dos Santos Lima, intermediavam as negociações de produtos e cobravam comissões. Esses produtos chegavam a Parnaíba em navios até o porto das barcas, localizado no centro da cidade.

No setor de prestação de serviços, aparecem várias redes de bancos, casas de câmbio, hotéis e pousadas para a estada de viajantes e representantes comerciais que circulavam diuturnamente na cidade. Mencionamos, ademais, os serviços de advogados e médicos, ateliês fotográficos e uma infinidade de outros serviços considerados modernos.

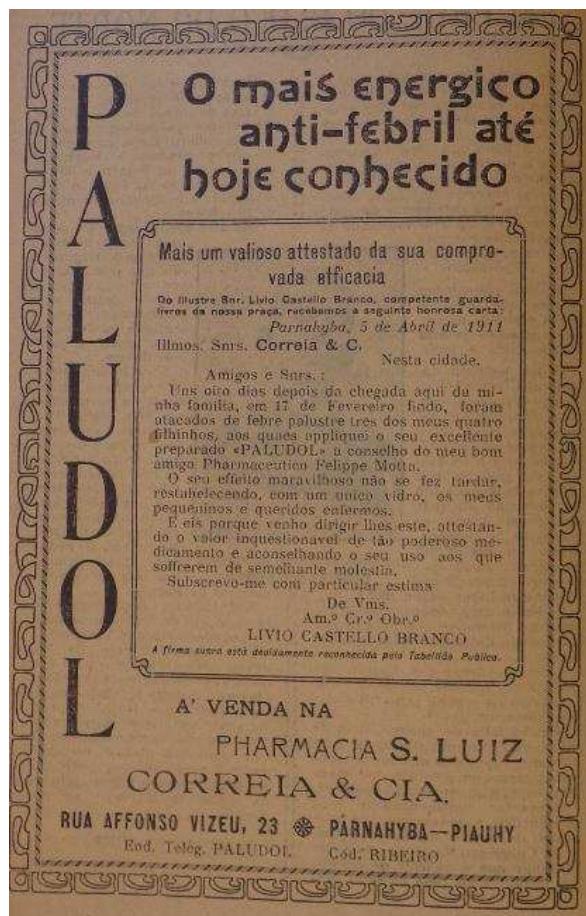


Imagen 16: Propaganda da farmácia São Luiz Correia e CIA.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1929, p.32.

A propaganda acima, do remédio para febre palustre “PALUDOL”, vem acompanhado de uma carta de um cliente que atesta sua eficácia e eficiência na cura rápida da doença. Vale destacar que, apesar de o anuncio datar do ano de 1929, a carta foi escrita ainda em 1911. Os anúncios de atividades farmacêuticas merecem um destaque especial pela sua quantidade, desde anúncios de laboratórios homeopáticos e boticas, até propaganda de todo tipo de medicamento para as mais variadas doenças como febre palustre, reumatismo, hemorroida, sífilis. Salientamos

também os remédios que anunciam cura para mais de uma doença, elevando significativamente a abertura de novos consultórios médicos e dentários nas cidades por onde circulava o Almanaque da Parnaíba.

A propaganda abaixo, da “LOJA DO Povo”, de produtos de consumo, revela os novos hábitos, típicos daquele clima de dinamismo e prosperidade de uma cidade bastante interessada em acompanhar a última moda em Paris ou Nova York. Assim, o anúncio de tecidos finos, novos modelos de chapéus em palha e massa, inúmeros modelos de calçados finos e modernos para homens, mulheres e crianças, gravatas, uma variedade de fantasias, sedas, lenços produzidos principalmente para mulheres e crianças, roupas prontas para homens e mulheres, linhas, agulhas eram comuns no periódico. Para além de dar visibilidade e publicidade a serviços e produtos, o Almanaque opera como propagador de civilidade e modernidade.

A modernidade se apresentava com sinais e acenos de um “tempo novo” que chegava de forma acelerada, dilatando novas perspectivas físicas ou imaginárias na velha paisagem colonial da cidade, que interligava novas possibilidades, novos desejos, sonhos, desconfianças percebidas através de sua velocidade automotiva. Essa modernidade remodelou circunscrições de velhas tradições e indicou diversos “marcos civilizatórios”, ao confrontar antigos espaços de sociabilidade, dando-lhes novos sentidos, criando novos códigos de conduta, apresentando valores morais que impactavam diretamente no cotidiano, inserindo novas referências e modelos, interferindo diretamente na vida de seus habitantes e, desse modo, nas subjetividades. O sentido que a modernidade assumiu para os moradores locais não era partilhado por esses indivíduos da mesma maneira.



Imagen 17: Propaganda da LOJA DO PVO.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1928, p.32.

Como um fio condutor da publicação, o editor, ao escolher e selecionar os temas e conteúdo que seriam impressos no Almanaque, personificava-o e lhe dava um caráter de uniformidade e certa consistência de ideias, a serem difundidos e divulgados ao longo do tempo. No entanto, é preciso admitir que a colagem de informações diferentes que se percebe em alguns exemplares do recorte estudado é fruto da necessidade de se adequar ao momento histórico e político.

A contribuição dos leitores para a feitura da obra foi fundamental para sua sobrevivência. Benedicto dos Santos Lima recebia, em seu escritório, que funcionava anexo a sua mercearia, uma quantidade significativa de correspondências para serem inseridas no próximo Almanaque a ser impresso. Pela quantidade de temas que iam desde adivinhações e problemas (que teriam suas respostas publicadas no anuário subsequente por outros leitores que as resolvessem), ofereciam publicações locais,

enviavam notícias de caráter local, nacional e até internacional, além de trocarem intensa correspondência com o editor. Muitos leitores inclusive aproveitavam o anuário para interagir entre si usando, em seus textos, por exemplo, as dedicatórias como forma de homenagear outros leitores.

Boa parte dos temas produzidos por leitores tratavam de temas que, às vezes, opunham à ciência à falta de saber – ridicularizando a segunda, ora por seu mau emprego, ora por seu sentido equivocado - pois significaria uma afronta ao sentido de progresso e modernidade que era associado ao homem moderno, à altivez do indivíduo e a sua honra. A boa educação e o refinamento literário eram a bandeira erguida para esse ideal de progresso que inspirava a produção dos mais variados textos nas páginas dos Almanaques e apontados como científicos ou acadêmicos, tornando sua leitura quase que obrigatória.

A ciência, segundo a lógica da época, tendia à valorização do indivíduo, tornando-o probo e sapiente frente à sociedade, na qual estão inseridos novos hábitos de higiene sempre presentes nas páginas do periódico, uma vez que eram associados ao ideal de homem que se esperava. Nesse sentido, o Almanaque da Parnaíba se transformou uma vitrine, na qual a elevada e superestimada moral era, na maioria das vezes, acompanhada de uma noção de grandeza literária individual e grandeza da nação. Essa ciência, divulgada e propagada dentro do anuário, pode ser apontada como um instrumento para o progresso.

Categorias como erudição, instrução, imprensa e progresso se apresentam no Almanaque da Parnaíba como resultado de um universo que produzia sentidos, estimulava pensamentos, alimentava conversas, sugeria ideias e incitava escritores dilettantes, considerando-se a diversidade de apropriações e de leitores: homens e mulheres, padres e médicos, estrangeiros e brasileiros, velhos e moços, leitores urbanos que a cada ano esperavam o continuar do ciclo com a chegada do seu exemplar do Almanaque.

Na esteira das teorias de Chartier e Certeau, os quais defendem que ler não é exclusivamente uma subordinação à estrutura textual, mas, antes de tudo, uma resposta, é “caçar em terra alheia”, a produção literária do Almanaque de Parnaíba editada por Benedicto dos Santos Lima, corroborava com uma heterogeneidade de leituras que procuravam, em sua tessitura, responder aos anseios de uma parte da população frente à modernidade.

1.6.1 O Almanaque e a Economia

Nas leituras do Almanaque da Parnaíba, podemos conhecer e avaliar parte da história do comércio e da indústria do estado do Piauí e termos uma visão panorâmica, baseada em dados estatísticos nele publicados. É possível conhecer, particularmente, uma parte da história econômica da cidade de Parnaíba, perceber os períodos nos quais a economia ascendeu ou entrou em crise, além dos setores econômicos que, devido ao contexto internacional do momento, entraram em decadência. Os dados estatísticos presentes ao longo de toda a produção do periódico nos permitem ter uma ideia do quantitativo e qualitativo das mercadorias importadas e exportadas e as condições de negociação desses produtos. Inclusive, é possível recuperar boa parte da história de várias empresas e os principais personagens envolvidos na agitada cidade, durante os anos de funcionamento do Almanaque.

Esses dados estatísticos eram de domínio público, mas devemos ter em mente que nem sempre refletiam a realidade econômica da cidade. Isso porque é possível que as estatísticas apresentadas pela iniciativa privada apresentassem dados inferiores aos reais – em consequência de uma possível sonegação de impostos – enquanto que os dados oficiais apresentarem resultados superiores – numa tentativa de exaltar não só a importância econômica da cidade, mas também a do governante do período. Vejamos os exemplos a seguir:

Relação das Firmas Commerciaes de Parnahyba — Piauhy

FIRMIAS	Estado ou Região	Bras. de Negócio
A. G. Neves & Cia.	NOVOS	Comérc. e Exportação.
Almeida & Neves	ALNEVES	Exportadores
A. Guilherme & Cia.	LUCIFERIADE	Export. e Represent.
Antônio Teixeira da Costa	THOMAS	Exped. e Estôivas
A. J. Melo	SINGU	Agente de Sanger
A. Estrela & Cia.	ESTRILLA	Padaria de Salão
A. Monteiro & Filho	MISCELLANEA	Estôivas e Mármore
Assis Araújo & Irmão	ASSIS	Escadas e Armarinhos
Abílio Araújo & Irmão	ABISARA	Escadas e Mármore
Acácio Neves	AVANTE	Representações
Banco do Brasil	SEGURO	Operações Bancárias
Booth & Cia. (London, Ltd.)	BOOTH	No. negócios
Bossa & Cia.	BOSSA	Representações
B. S. Lima & Cia.	BONHOM	Conсерvas, Laticínios, etc.
Bentura Baliza & Irmão	BALIZA	Farinheiros e Mármore
Bernardo Silva	ALFAIADE	Alfaiataria
Beringer & Cia.	BERINGER	Exportadores
Bernardino João Bouque	BAGATAS	Padarias e Mármore
Copelia & Cia.	LALICOL	Pharmacia
Chaves & Cia.	CHOCOL	Sortido de Mercadorias
C. N. & Vapores do Pará e Am.	DESENTO	Navegações
Camilo Assumpção & Cia.	TEIMENT	Comérc. e Geologia
Carvalho & Beiraão	VALVICA	Pharmacia
Deodato Rodrigues & Cia.	DEODAR	Navegações
Domingos de Freitas Júnior	DAFIM	Financeira
Drogaria Pernambucana	DRAMA	Drurgaria
E. Vieira & Filho	EVILAS	Recados e Indústria
Enseio F. Inacio	TIPISTAS	Typographia, etc.
Perreira & Cia.	PISSIBRIL	Representações
Fraternal Vendas & Cia.	FRANKVERIA	Padarias e Estôivas
Beretta & Irmão	NOTREBAND	Impress. e Cinema
Francisco Góis Cortez & Cia.	PATHELIO	Fábr. de doces e salão,
Gonçalo Rego	PATENTE	Farinheiros e Armarinhos
Gonçalo Pires Belchior	PARNAMBA	Pharmacia
Gonçalo Carvalho	GENZIO	Farinheiros e Armarinhos
J. B. Filho	INHIBRA	Estôivas e Fábricas
João Isso & Cia.	JONISSA	Lata de Moças
Joséme Coelho de Resende	RESUNO	Padarias e Armarinhos

Imagen 18: Relação de firmas comerciais.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1926, p.60.
p.161.

Almaneço do Parnahyba

Imagen 19: Quadro de produtos importados
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1929,

O anuário ainda listava e organizava as empresas, em ordem alfabética e de acordo com as suas especialidades. Além disso, enumerava todos os impostos recolhidos ao longo do ano anterior, na esfera estadual e municipal, e algumas vezes fazia uma comparação entre as cidades do estado, sempre tentando mostrar como a cidade de Parnaíba possuía uma arrecadação tributária maior, inclusive em relação à da capital Teresina.

Havia também o registro de informações generalizadas sobre os volumes e valores transacionados; números da circulação postal e marítima, bem como demonstrativos do desempenho do comércio ao longo dos anos de circulação do Almanaque. Os dados dimensionavam a capacidade de importar e exportar que o Porto Salgado, como principal via de escoamento da produção, possuía. Além disso, dentro desses quadros de produção, compra e venda de produtos é possível mensurar minimamente a população de trabalhadores que sobreviviam, direta e indiretamente,

das atividades descritas a partir dos dados estatísticos, quando cruzamos com as informações do quantitativo de empresas listadas com suas atividades.

1.6.2 O Almanaque e os anunciantes

Com a produção do Almanaque e posteriormente a proposta de Benedicto dos Santos Lima de não cobrar pelos exemplares, a propaganda se tornou a única fonte de financiamento para a continuidade do projeto. Assim, a quantidade de anunciantes aumentava a cada novo número publicado. Uma média entre 40 e 50% do conteúdo do Almanaque era composta por anunciantes das mais variadas empresas do setor público e privado de Parnaíba, além de empresas do estado do Piauí e de outras unidades da federação, o que implicou, em tese, uma mudança na logística de produção, exigindo, ao longo do ano, um trabalho hercúleo para conquistar novos anunciantes.

A propaganda era empregada pelas empresas para divulgar seus produtos e consequentemente aumentar consideravelmente a venda, mas também servia como de suporte de memória não só para sua marca, mas para os produtos anunciados. O periódico servia como “cartão de visitas de longa duração” e, dependendo da preservação do anuário, poderia ser maior ou menor. Além disso, era no campo que a mensagem desses anunciantes tinha maior impacto, seja pela novidade apresentada, seja pelo conhecimento ou desconhecimento do produto por parte deste público. Sua principal função era fazer com que o produto anunciado se tornasse cada vez mais desejado e necessário para os consumidores. Todas essas propagandas tendiam à comercialização de produtos, que ocorria num clima de clara disputa de mercado e de consumidores. Na maioria das propagandas observadas no Almanaque isso é bastante perceptível através de simples relações entre anunciente/consumidor, com os primeiros induzindo o leitor a comprar a partir das propagandas exibidas.

Ao longo das décadas de 1920 e 1930, o Almanaque contou com centenas de anunciantes, muitos dos quais eram empresários estrangeiros ávidos por uma parcela do mercado local. A grande maioria, porém, era constituída por firmas proeminentemente parnaibanas, com produtos de apelo local e gerenciadas por cidadãos conhecidos do grande público que, inclusive, gozavam de certo prestígio em determinadas classes sociais e possuíam um público cativo de consumidores. Pelos

anúncios, apreciavam-se os produtos em oferta, as particularidades do mercado e a competição entre os empresários. Era possível, ainda, perceber a mentalidade dos fregueses e dos vendedores e acompanhar os modismos de cada época.



Imagen 20: Propaganda da MERCEARIA BEMBEM.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1926, p.3.

A figura acima mostra uma ideia das propagandas presentes em todos os Almanaque do período delimitado para esta pesquisa. Também traz algo comum encontrado em todas as páginas do periódico, a saber, o uso de ornamentos como linhas, molduras e arabescos de diversos modelos e aspectos que, aparentemente, remetem a muito além da visão estética que alegra as páginas propagandistas, assumindo também a função q, segundo acreditamos, seja a de organizar e delimitar os espaços ocupados pelos textos no Almanaque.

Saltam aos olhos também os vários personagens públicos ou as firmas bem-sucedidas. Benedicto dos Santos Lima criou a tradição de publicar em todas as edições, biografias e retratos dos empresários de destaque na cidade. Usando de vários argumentos para produzir esses textos, como um novo empreendimento comercial, uma comemoração ou uma solenidade, temos um enorme acervo de imagens que ficaram preservadas para a posteridade. É perceptível a presença de personagens urbanos e rurais, mas o tratamento que Benedicto dedicava para esses “ilustres cidadãos” se diferenciava apenas pelas patentes que, nas cidades, referiam-se aos “doutores” e, no campo, aos “coronéis”. Por vezes, os termos se confundiam, pois havia coronéis que moravam na cidade ou doutores que moravam no campo. A grande quantidade de anunciantes do Almanaque evidencia a capacidade de Benedicto dos Santos Lima em se articular não só em Parnaíba, mas também em outros espaços da federação e demonstra também o poder de penetração e o sucesso que o Almanaque foi alcançando.

1.6.3 O Almanaque e a Literatura

O Almanaque aglomerou em suas páginas uma extensa lista com nomes representativos da literatura piauiense, como nenhum outro anuário periódico do Piauí. Ao longo de suas sucessivas edições entre 1924 e 1942, é abundante a quantidade de poetas, contistas, cronistas e ensaístas que incluíram suas produções no Almanaque e tiveram suas obras amplamente divulgadas. Benedicto dos Santos Lima continuamente abonou mais espaço dentro das páginas para a publicação da literatura local do que para publicações estrangeiras ou mesmo para autores convencionais da literatura nacional.

Cidades como Recife, Rio de Janeiro, São Luiz, Manaus e Belém contavam com os mais frequentes colaboradores e, em sua maioria piauiense, radicada nesses estados da federação. Por conta dessa iniciativa particular, muitos poetas, cronistas e escritores de várias correntes literárias se tornaram conhecidos pelos leitores, a partir de suas colaborações para o anuário. Além disso, Bembém se preocupava em resgatar escritos de autores piauienses já desaparecidos ou esquecidos, divulgando

suas obras no Almanaque. Um exemplo é o caso da poesia abaixo, de Benedito Benú da Cunha, farmacêutico e jornalista parnaibano falecido no ano de 1933.

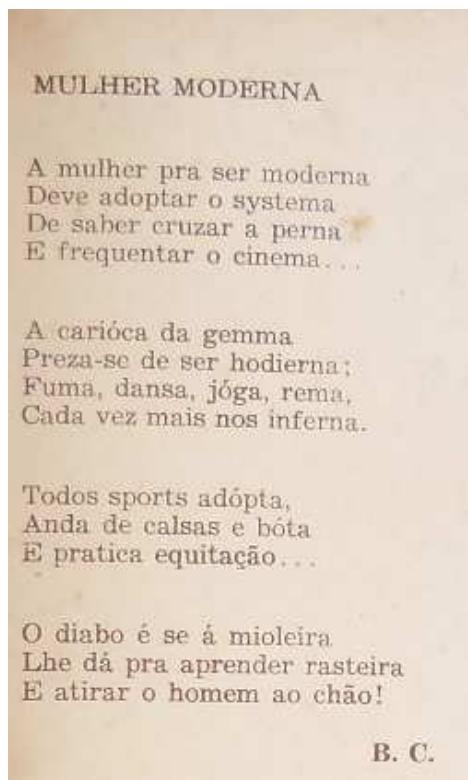


Imagen 21: Poesia de Benedito Benú da Cunha.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1930, p.104.

Benú da Cunha apresenta uma mulher da “nova época”, uma mulher mais sociável, mais educada, que frequenta o cinema e é capaz de cruzar sempre as pernas, que se adapta aos prazeres mundanos modernos como fumar, dançar, jogar e remar, que pratica qualquer esporte, é culta e consumidora, aspectos determinantes para o poeta e para a época. Esses predicados representativos de uma mulher como moderna eram valores apropriados para uma elite econômica ou intelectual que, a despeito do anseio inflamado pelo progresso e por desfrutar as benesses da modernidade, originava mais sequências do que rupturas com o passado.

Poderíamos aqui até ponderar que a identidade feminina moderna é inadequada nesse contexto, pela falta de condição para mudanças de grande impacto. No caso específico, cabe ao trabalho apontar apenas as limitações e os significados de tal conceito, que serve apenas para identificar particularmente as mulheres de alguns grupos sociais, principalmente aqueles que dizem respeito às classes

abastadas. Com significações específicas, esse conceito se enquadrou como abertura de identificação, ou seja, como distinção das “mulheres modernas” das outras mulheres parnaibanas. Nesse contexto, o termo não caracterizava somente o sexo feminino, mas, especialmente, um estrato social.

Cada vez mais frequente, apontamos a presença das mulheres em locais não pertinentes ao espaço familiar ou mesmo à igreja. Elas estavam agora nos mais variados espaços, sejam filantrópicos, sejam de lazer ou mesmo em discussões intelectuais. Por fim, compartilhavam mais ativamente a vida pública, socialmente, culturalmente e, em menor grau, politicamente. No caso particular das esposas da elite parnaibana, apresentaram-se em eventos como chás benéficos, bailes à fantasia, por exemplo, ou as festas promovidas no Cassino 24 de Janeiro, experiências que se configuravam como meios de usufruir certa liberdade. Essa participação intensificada na coordenação dos eventos benéficos ou mesmo no comando de instituições filantrópicas lhes promoviam, mesmo que temporariamente no domínio de maridos ou pais e afastadas das obrigações do lar.

O poeta Benedito Benú da Cunha aparece na edição de número 3 (julho de 1933) do jornal “A Gleba”, na seção intitulada “Página de Saudade”, que informa “Na poesia, sobretudo, ele mais se impôs à admiração dos seus conterrâneos, pela espontaneidade do estro e primor da arte”. Benú, apesar de pouco respaldado no meio piauiense, mesmo tendo deixado esparsas crônicas em periódicos do Piauí e do Maranhão, acabou reconhecido somente em Parnaíba, onde teria mantido uma vida literária ativa, colaborando sempre em versos para os mais diferentes veículos de comunicação, pelo menos desde 1910, quando estreou nas páginas do jornal “A Semana”. A propósito, fora ainda nessa edição de Gleba que Benú receberia duas homenagens em verso dos poetas Félix Ayres e R. Petit.



Imagen 22: Poesia de Onesy Couto de Mello.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1930, p.104.

No rastro dos poetas, temos Onesy Couto, a primeira poetisa a ter uma publicação no Almanaque. Sua poesia exposta em 1930 inaugura a presença feminina. A escritora ocupou lugar de destaque no meio de diversos nomes masculinos, de frente para o mundo da realidade das coisas modernas. Onesy Couto, em seu poema, narra um amor distante e manifesta um lamento, cuja súplica primeira é subjetiva do amor. Sente a ausência do amado. Devido à sua partida ou ao próprio tempo, esse amor também é sofrimento, padecimento, porque é carência e desejo de posse, daquilo que desejamos e não temos. Em um segundo momento, evidencia

esse amor como passagem para a felicidade infinita. E, ao mesmo tempo, há um sofrimento provocado pela distância que é transparente e imaterial, capaz de destruir tudo aquilo que dele se impregna. É nessa dicotomia de sentimentos que ocorre um desejo de felicidade e não felicidade instantânea, mas eterna e duradoura.

A mulher de seu cenário interno é representada em múltiplas facetas. É, por um lado, a figura lasciva que desperta seu desejo ardente, a musa eleita de sua veneração poética, o sol que lhe transmite força e ensina a amar, a paixão que o atormenta e o leva a padecer de um intenso sofrimento, a esperança que o faz suportar seus pesares e dias de solidão e, por fim, aquela que o devolve à vida e faz com que esta tenha sentido e valha à pena o feminino se constituir ao longo da modernidade.

Vale aqui registrar e ressaltar nomes que apresentaram poesias, contos e artigos publicadas nos dezoito anos em que Benedicto esteve à frente do Almanaque: R. Fonseca Mendes, Luiza Amélia, Abdias Neves, Nogueira Tapety, A. Tito Filho, H. Dobal, Humberto de Campos, Edison Cunha, Berilo Neves, Lívio Castelo Branco, R. Petit²², Armando Madeira, Da Costa e Silva, Rodrigues Pinagé, Alarico da Cunha, Clodoaldo Freitas, Lívio Pacheco (Lily Pery) e muitos outros colaboraram com certa frequência, como um mosaico cultural tanto do ponto de vista do estilístico quanto das temáticas envolvidas e mesmo das ideologias que motivaram esses autores.

²² R. PETIT, pseudônimo de Raimundo Araújo Chagas, nasceu em Belém do Pará, em 1891, e faleceu em Sorocaba (São Paulo), em 1969. Ainda criança, veio residir em Parnaíba, onde permaneceu por cerca de quarenta anos. Publicou as seguintes obras poéticas: ANTE OS ABISMOS DA VIDA (1924), LIVRO DE MISS PIAUÍ (1929) e NORTADAS (1937), edição ilustrada com desenhos de Nestabio Ramos. É patrono da Cadeira Nº 09 da Academia Parnaibana de Letras – APAL, cujo primeiro ocupante foi Alberto Tavares Silva.

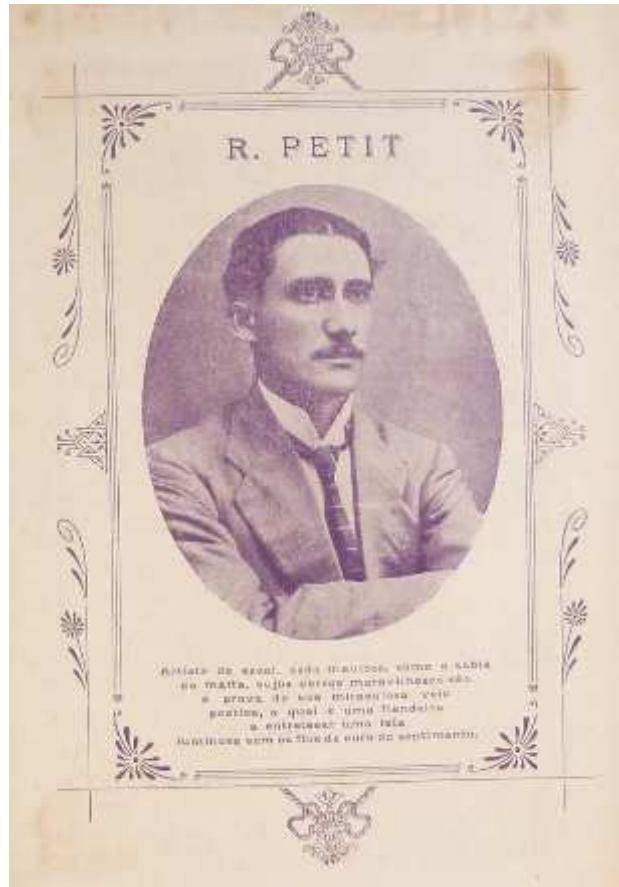


Imagen 23: Poeta R. Petit.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1928, p.14.

R. Petit ficou mais conhecido em Parnaíba por ter escrito, em 1919, o Hino do Parnahyba Sport Clube, com música de Ademar Neves (futuro prefeito de Parnaíba). A partir de 1924 e o início das publicações Almanaque da Parnaíba, passou a escrever e publicar, em todas as edições, uma série de Cromos, referentes ao calendário de cada mês; poemas de amor pela cidade, poemas de costumes e uma série de sonetos de humor em versos curtos com temas sertanejos. Por fim, tornou-se o poeta mais cantado na Parnaíba, desde que substituiu alguns versos do antigo Hino do Parnahyba, transformando-o em hino oficial da cidade no início da década de 1960.

O seu poema mais famoso é o soneto “papagaios de papel”, inserido em portadas (Rio de Janeiro, Pongetti, 1937, p. 15/16):

PAPAGAIOS DE PAPEL
Aos vaidosos.
Quando eu era pequeno, venturoso,
Meus lindos papagaios empinando,

Dizia: - Não há nada mais pomposo
Que um papagaio de papel voando.

Cresci...

Hoje, tristonho, pesaroso,
Esses brinquedos de papel, olhando,
Logo descubro o vulto carunchoso
Dos que sobem a tudo se apegando.
Tipos que sobem de alma feita em trapos,
Mostrando ao mundo, despreocupados,
Uma cauda nojenta de farrapos...
Tipos de nulidade tão cruel
Que só sabem subir encabrestados
Como esses papagaios de papel.

Essa poesia representa uma fase de resistência e tradição dentro daquela que é considerada como “Segunda Geração Acadêmica”, caracterizada pela radiação entre modelos já consagrados e o espírito da temática regionalista, no qual as lições da poesia universal se misturariam ao sentimento cívico de amor à terra. Os autores dessa geração seguem a veia regionalista no epigonismo romântico-parnasiano simbolista.

1.7 Capas do Almanaque da Parnaíba

Como um atrativo à parte, aparecem nos Almaniques as suas capas, compostas primordialmente por desenhos, molduras, charges feitas à mão – na maioria das vezes por artistas locais – além de fotos de empresas e personalidades homenageadas, que produziam um efeito chamativo aos leitores ávidos por conhecer seu conteúdo.

Um bom exemplo das capas seria o da primeira edição. Segundo Júnia Mota Rego, que escreve sobre os comerciantes parnaibanos do final do século XIX e início do século XX,

A capa tem estampado um desenho em bico de pena, à mão livre, em preto e branco, assinado no canto inferior direito por B. Freire, datado de 1923. O leitor é convidado a observar um casal sentado à mesa, numa sala de jantar, como se olhasse por uma janela. A sala é

ornamentada com cortina de tecido e lustre. À mesa, o cavalheiro está sentado de frente, e a dama sentada na cabeceira, a sua esquerda. Ela levanta um copo, parecendo brindar o cavalheiro. Usa vestido longo, decotado, estilo tomara que caia, com ombros à mostra. Os cabelos estão presos por um pente, estilo espanhola. O cavalheiro usa terno, gravata borboleta e sapato bico fino. Na mesa, coberta por uma toalha, além de uma garrafa de vinho, copo, prato e travessa com alimento. A cena remete a um ambiente íntimo e sofisticado, a um ritual civilizado. Acompanha o desenho a frase: “Lembrança da Mercearia do Bembém, de Benedicto dos Santos Lima, Parnaíba (Estado do Piauí)”.

As capas são apontadas por Casa Nova (1996) como um apelo para os leitores, principalmente para aqueles para os quais o Almanaque é direcionado. A autora menciona, ainda, que “são os principais elementos de apelo e funcionam também como persuasão e sedução”.

[...] Impõem-se modelos que o senso comum aceita dentro de suas limitações econômicas. Sub-repticiamente trabalha-se o desejo. A moda mostra no Almanaque o momento cultural, assim como gestos, atitudes que a publicidade fixa para os leitores. (CASA NOVA, 1996, p. 75).

Nessa perspectiva, os leitores analfabetos e mesmo os letrados se utilizavam das imagens como um instrumento decodificador do contexto inserido no anúncio, construindo sentidos, criando uma circularidade do movimento publicitário, que aproxima o leitor do anúncio e provoca uma intimidade entre imagem e representação. Essa aproximação foi extremamente importante, dado o contexto histórico da época, no que concerne à grande massa das populações analfabetas ou minimamente letradas.



Imagen 24: Capa do Almanaque de Parnaíba 1924.
Fonte: Almanaque de Parnaíba, 1924.

Na capa do Primeiro Almanaque, pintada em bico de pena, à mão livre, em preto e branco, percebemos um casal sentado à mesa. Vemos uma senhora, elegantemente vestida numa sala de jantar, com um copo na mão esquerda, parecendo brindar com o distinto senhor sentado à sua frente. O local é ricamente ornamentado com lustre e cortina. O cavalheiro sentado à cabeceira da mesa, em frente à dama, usa um elegante terno preto e sapato de bico fino. Os dois parecem brindar com uma garrafa de vinho. O ambiente aparenta ser requintado e sofisticado e demonstra certo grau de civilidade e modernidade. Embaixo da cena vemos a frase: “Lembrança da Mercearia do Bembém, de Benedicto dos Santos Lima, Parnaíba”. No canto inferior direito, o desenho é assinado por B. Freire e datado de 1923.

As capas do Almanaque da Parnaíba, refletem muito bem os diversos momentos históricos vivenciados pela economia parnaibana. Na primeira metade do século XX, as ilustrações mostravam a euforia das exportações e o encantamento com as novidades como o avião e a ferrovia. Nos agitados anos 1940, demonstraram

as preocupações com o destino do país. O surto de modernização da economia brasileira pouco ou nada repercute no Piauí, pois a economia de Parnaíba estava atrelada ao comércio Europeu principalmente. Assim, os reflexos da economia brasileira não impactavam tanto na economia piauiense do início do século XX. Ou melhor, repercutia negativamente: o transporte rodoviário desestimula a hidrovia e Parnaíba vai perdendo sua posição estratégica no fluxo de trocas comerciais.

Com as alterações provocadas nos processos publicitários no início do século XX, a partir dos Estados Unidos, com a introdução de desenhos e ilustrações que trafegavam ora pela art nouveau ora pela art deco, que foi acompanhada principalmente por países da América Latina, a publicidade atiça a imaginação de seus leitores com produções na maioria das vezes bastante agressivas que, por meio destes discursos, direcionava de maneira persuasiva os gostos e a própria moda em si, de um público cada vez mais insaciável por novidades. A publicidade provocou mudanças tão significativas nessas sociedades a ponto de provocar mutações comportamentais profundas.

O novo modelo publicitário tentava impor, por meio de formatos pré-estabelecidos, novos modos de pensar e agir, introduzindo uma visão de mundo de maneira bastante persuasiva e, na maioria das vezes, pedagógica. Utilizando-se de imagens minuciosamente planejadas, a publicidade demonstra sua eficiência, ao criar certos estereótipos ricamente preenchidos de significados, tornando-se um influente educador, principalmente na mentalidade das classes mais populares. Essas, desejosas em imitar as classes mais abastadas da cidade de Parnaíba, tendiam a copiar o estilo de vida e, pelos componentes comportamentais encontrados no interior das propagandas veiculadas no Almanaque, ascendiam socialmente.

1.8 A campanha pelo porto de Amarração

Os Almanaques da Parnaíba, de 1930 e 1931, em campanha pelo Porto de Amarração²³, com capas desenhadas por J. Adonias, são um bom exemplo do novo

²³ Nesse sentido, o texto de João Viera Pinto intitulado “O esforço parnaibano na campanha Pró-Porto de Luiz Correia – antiga Amarração” traz informações basílicas acerca disso. [...] O anseio de possuir um porto nosso, exclusivamente nosso, levou os piauienses, detentores dos poderes políticos naquele tempo, a entabular negociações com os homens que governavam o Ceará, no

modelo publicitário, que atrai a atenção e afeição do público leitor em prol de uma determinada causa. A concretização do porto de Amarração gastaria o máximo empenho dos empresários da cidade de Parnaíba, de crucial importância na visão desses comerciantes e o melhor meio capaz de modernizar e capacitar o norte do estado, para o rápido e competitivo escoamento da produção do estado para os mercados consumidores do país e do exterior.

O frenesi de mercadorias exportadas e importadas que adentravam o Porto Salgado em Parnaíba tinham como porta principal de entrada e saída o Porto de Tutóia, localizado no vizinho estado do Maranhão, distante poucas milhas náuticas. Os comerciantes parnaibanos iniciaram, então, uma campanha junto ao governo federal para a construção do Porto de Amarração, na praia do mesmo nome que pertencia ao Piauí. Esse desejo de construir um porto piauiense era um engajamento da maioria da sociedade parnaibana e o Almanaque da Parnaíba, desde a sua criação, incentivou com bastante afinco a empreitada, conforme registros retirados das páginas do Almanaque.

AMARRAÇÃO

A pitoresca villa, cujo nome serve de epígrafe a estas linhas, distante desta cidade apenas 16 quilometros, está destinada a um grande futuro. Durante longos annos, pesou sobre ella, esmagadoramente, a mão rude da mais feroz perseguição da própria naturesa. A semelhança dum pequeno sahara, as areias movediças impelidas pelo

sentido de uma troca, do rico território de Príncipe Imperial pertencente ao Piauí, no sul do Estado, pelo de Amarração, então pertencente ao Ceará, na faixa do litoral.

Fizeram-se as respectivas de mancheasse a negociação foi efetivada e concretizada como decreto n.3.012, de 22 de outubro de 1880, do qual extraímos os tópicos seguintes:

"Art.1. - É anexado à província do Ceará o território do Príncipe Imperial da Província do Piauí, servindo de linha divisória das duas províncias, a serra Grande, ou Ibiapaba, sem outra interrupção além do rio Poti, no porto do Boqueirão, pertencente à Província do Piauí, todas as vertentes ocidentais da mesma serra, nesta parte, e a do Ceará, as orientais.

Artigo 2. — Fica pertencendo á Província do Piauí a freguesia de Amarração com os limites que estabeleceu a lei provincial do Ceará, numero 1560, de 5 de novembro de 1879, a saber:

— "Da barra do rio Timonha, rio de S. João da Praia acima até a barra do riacho que segue para Santa Rosa e daí em rumo a serra de Santa Rita, até o pico da serra Cocal, termo do Piauí".

A Comissão de Melhoramentos do Porto, criada em 1912, por influência do então deputado, Dr. Joaquim de Lima Pires Ferreira, conseguiu a paralisação das dunas que tantos prejuízos causavam á vila. Em 1922, o Presidente Epitácio Pessoa decretou a construção do porto de Amarração, tendo efetuado a compra dos materiais precisos, dos quais grande parte esteve depositada em Amarração. Infelizmente, esse grande melhoramento, que imensas vantagens traria ao Piauí, ainda não foi sequer iniciado.

vento impetuoso e forte soterravam os prédios erguendo sobre eles imensas Pyramides de areia ou de ouro, que emprestava naquela pobre terra, uma bellesa sinistra e aterradora.

Em 1911, porém, o eminentíssimo Piauhyense, o então deputado federal, dr. Joaquim de Lima Pires Ferreira, volveu ás vistas para a infeliz Amarração e obteve do Governo Federal uma comissão de melhoramento para seu porto que valiosíssimos serviços emprestados áquellea villa, distinguindo-se e salientando-se a paralisação das dunas, levado a efeito durante um trabalho tenaz e perseverante de doze annos.

Com a construção do Porto, que está sendo providenciada, Amarração, como a Phenix da fabula, ressurgirá de suas próprias Cinzas. Um futuro grandioso aguarda a sympathica villa, já possuidora de um clima adorável e sua veemente bafeijada pela amena brisa do mar. (ALMANACK DA PARNAHYBA, 1924, p.9)

O texto mostra a tentativa do deputado federal Joaquim de Lima Pires Ferreira em iniciar os trabalhos para a construção do porto, que se estendeu por longos doze anos, mas que apenas preparou o local da construção com a paralisação das dunas. Informa, ainda, que “Amarração, como a Phenix da fábula, ressurgirá de suas próprias Cinzas”, mostrando que a vila era muito pobre, sendo a construção do porto um divisor de águas na história econômica da vila.

Nesse cenário de modificações na economia e na sociedade, a elite político econômica parnaibana iniciou um processo de reivindicações junto ao poder público, por melhorias no setor dos transportes marítimos, objetivando aumentar sua produção e como forma de melhorar o escoamento dos produtos, oferecendo maior rapidez e segurança no transporte de mercadorias. A instalação do Porto de Amarração se converteria no ápice dos interesses dessa elite, na defesa de seus interesses e para encaminhar soluções para os problemas por ela diagnosticados, como obstáculos ao desenvolvimento.

No processo de estruturação da cidade, quando o governo passou a procurar caminhos para o progresso do Brasil, foram constantes as discussões entre os setores da elite parnaibana em torno de quais caminhos eram mais viáveis para o seu desenvolvimento econômico. Seguindo um processo de transformação das cidades, essa elite passou a impor ao campo seus interesses econômicos, juntamente com os seus ritmos histórico-sociais e o seu estilo de vida. Assim, a camada urbana e comercial de Parnaíba provocou um processo de fortalecimento de interesses

comerciais conjuntos, que se desdobraria em um projeto político fragmentado, com dois grupos fortes e antagônicos que se alternavam no poder e definiriam, ao longo das décadas de 1920 e 1930, os rumos da cidade, com discursos e ideias de modernização urbana.



Imagen 25: Planta da Barra e projeto de melhoramento do Porto de Amarração.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1927, p.34.

A imagem acima mostra a planta da barra e o projeto de melhoramento do porto de Amarração. A comissão de Melhoramentos do Porto, criada em 1912, por influência do então deputado Dr. Joaquim de Lima Pires Ferreira, conseguiu a paralisação das dunas que tantos prejuízos causaram à vila. Em 1922, o presidente Epitácio Pessoa decretou a construção do Porto de Amarração, ordenando a compra dos materiais necessários que, em grande parte, já estavam depositados no local. Ao longo do século XX, a conclusão da obra sofreu várias viradas, de acordo com os interesses

dos governadores e interventores, eleitos ou indicados, mas sem nem ao menos iniciá-lo.

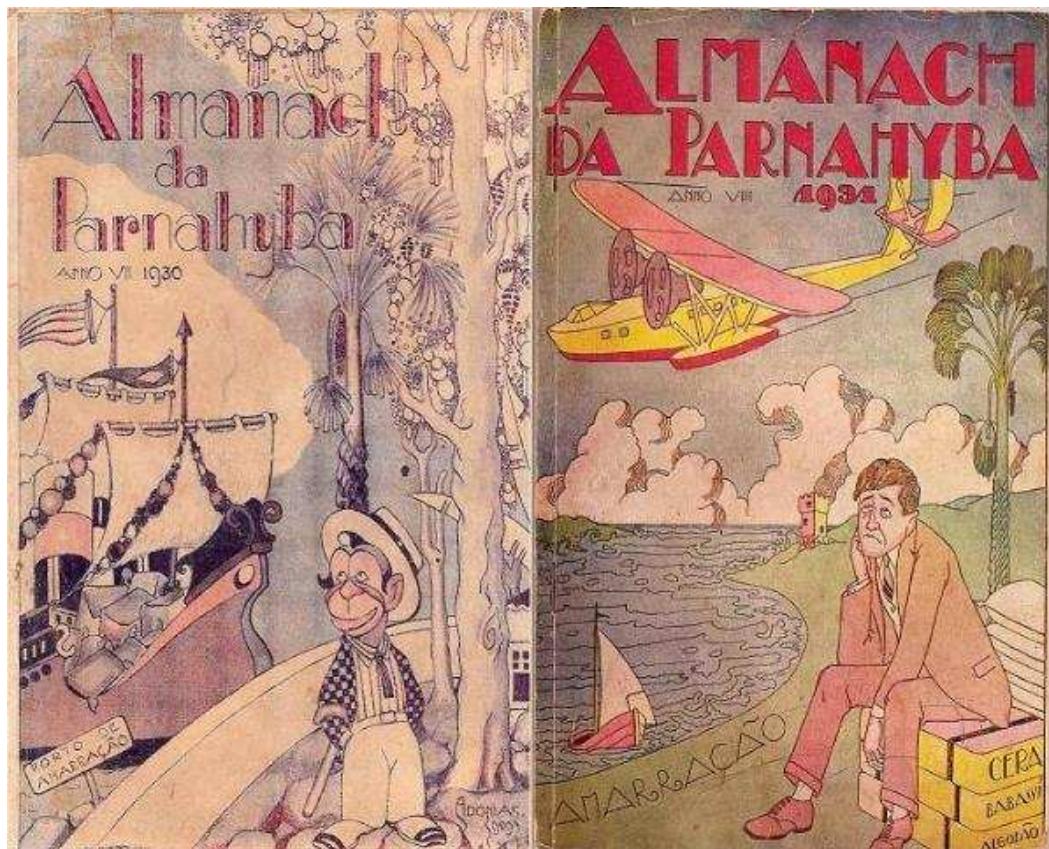


Imagen 26: Capa dos Almanaque da Parnaíba de 1930 e 1931.

Fonte: Almanaque da Parnaíba de 1930 e 1931.

Na capa acima, de 1930, vemos um barco amontoado de mercadorias à espera de um porto. Em destaque, uma carnaubeira como símbolo da riqueza das exportações do Piauí. Na segunda capa do ano de 1931, a tristeza bucólica no olhar do comerciante sentado sobre os principais produtos de exportação (cera de carnaúba, babaçu e algodão) sem nada poder fazer a respeito da parada construção do porto de Amarração, cuja consequência era o entrave do progresso.

As capas representavam cada momento distinto que a cidade vivia, dos desejos de construção do Porto de Amarração aos lucros obtidos com a importação de mercadorias. A capa de 1930 representou um desses períodos, estampando o tom das inovações. Na prática, tinha-se uma política da elite, comprometida com o discurso da modernização e, por conseguinte, da infraestrutura urbana regional, o que refletia o desejo de sintonizar seu território regional de ação com as tendências

externas, processadas em outras partes do país e, assim, superar o seu passado de atraso.

A capa de 1931, por sua vez, representou as frustrações da elite político-econômica parnaibana com a falta de iniciativa governamental para a conclusão do porto de Amarração. Era a sensação de uma urbe “desolada” e “estacionada” nas areias do tempo. Em vista disso, os esforços da elite se somariam com a intenção de fazer com que os empreendimentos modernizantes no setor dos transportes marítimos fossem implementados nessa direção.

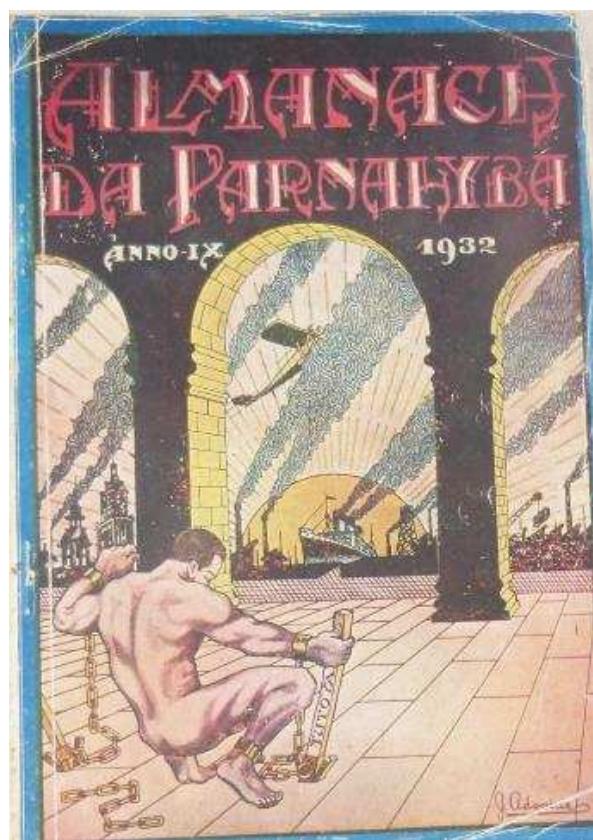


Imagen 27: Capa do Almanaque da Parnaíba de 1932.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1932.

Na imagem anterior, em outro desenho de J. Adonias, temos no Almanaque da Parnaíba de 1932 a figura de um homem nu, acorrentado e lutando para se libertar sob os arcos do Porto das Barcas. A imagem representa o passado escravocrata que marcou os primeiros séculos da economia. É possível perceber que as correntes estão se quebrando aos poucos, com alguns elos já partidos, numa clara alusão ao presente libertador. Ao fundo, vemos a imagem de um avião que corta os céus de Parnaíba,

em seu voo para o progresso – as viagens aéreas já eram uma realidade na década de 1930, com os hidroaviões pegando passageiros e partindo para São Luís no Maranhão ou Fortaleza no Ceará - tão propagado pela elite urbana.

Temos, ainda, a imagem de um navio, que se direciona perigosamente para o Porto das Barcas como se quisesse destruir a cidade, numa clara referência ao monopólio do Porto de Tutóia - MA, sobre as exportações dos produtos piauienses. Merece destaque o apoio da Associação Comercial de Parnaíba²⁴ na luta para a quebra desse monopólio pela construção do Porto de Amarração. Vislumbrava-se, ademais, o alívio do excesso de impostos sobre os produtos piauienses.

A elite comercial de Parnaíba se constituía de comerciantes de estabelecimentos importadores e exportadores que faziam da cidade um entreposto comercial de grande importância econômica para a região norte do estado e, além disso, lutavam pela independência no campo econômico. Essa luta foi deflagrada contra a praça comercial do Maranhão, que concorria ferreamente com o comércio piauiense, pois grande parte da produção do Piauí era comercializada diretamente no porto de Tutóia (MA), provocando vários empecilhos à economia piauiense, por serem contabilizados nas cifras maranhenses, além dos altos preços dos fretes denunciados pelos comerciantes piauienses.

²⁴ A Associação Comercial de Parnaíba, instalada a 23 de Janeiro de 1917, tem por finalidade a união da classe, amparar os direitos dos sócios e promover, perante os poderes competentes, medidas que interessem ao comércio, à indústria e à agricultura.

A 27 de Dezembro de 1917 foi a Associação reconhecida de utilidade pública, pelo Decreto Federal nº. 4.329. À Federação das Associações Comerciais do Brasil foi filiada a 26 de Janeiro de 1944.

Os Estatutos da Associação vigoraram até 6 de Novembro de 1943, quando, em Assembleia Geral, foram reformados, dando maior amplitude a vida da sociedade. Mantém o "Boletim da Associação Comercial de Parnaíba", devidamente registrado no Departamento de Imprensa e Propaganda.

A Associação Comercial de Parnaíba tem dedicado todas as suas atividades na solução dos problemas que interessam ao comércio e à economia do Estado. Vanguardeira de grandes iniciativas, a Associação dirigiu as campanhas Pró-Porto de Amarração (hoje Luís Correia), Navegação Fluvial, de que resultou o canal São José, Ramal férreo para o Igarassu, Campo de Aviação, o qual lhe pertence, e tantos outros problemas de real interesse para a classe.

Em razão das dificuldades de navegação marítima em Tutóia, oriundas do estado de guerra, a Associação tem empregado esforços consideráveis para que não faltem vapores no porto citado.

A Associação vem prestando grandes serviços à cidade, principalmente à população pobre; e, de um modo geral, contribui para a fundação de escolas técnico-profissionais, auxilia a instrução de crianças pobres, ajuda, financeiramente, a todas as instituições benfeitoras locais.

Numa recente campanha que dirigi, angariou do Governo do Estado e do comércio a importância de Cr\$ 767.500,00, a qual foi aplicada no seguinte: instalação completa de Raios X O Livro do Centenário de Parnaíba 197 para a Santa Casa de Misericórdia, Hospital Infantil, Casa da Criança (creche), auxílios financeiros ao Círculo Proletário S. José, Sociedade de Assistência aos Lázaros e Defesa Contra a Lepra, Sociedade de Proteção à Maternidade e à Infância, etc. A Associação está constituindo um fundo de Cr\$ 3.000.000,00, para construção do "Edifício do Comércio" — sede social e hotel modelo.

Apesar do início do século XX ter sido marcado por um grande descompasso, com a Europa em guerra e as crises econômicas nacionais marcadas por greves operárias agitavam as classes operárias e paravam as grandes cidades, Parnaíba parecia estar de costas para toda essa crise. Sua luta era pelo progresso. Motivados por esse ideal, os comerciantes parnaibanos buscaram se organizar enquanto classe, entendendo que somente assim seria possível introduzir a cidade de Parnaíba no processo de industrialização brasileiro. Embalados pelo espírito cooperativista e progressista, foi que empreendedores de visão reuniram-se em número de setenta e oito e no dia 28 de janeiro de 1917 realizaram a Assembleia de fundação da Associação Comercial de Parnaíba (ACP) (MENDES, 1994, p. 11).

A Associação Comercial de Parnaíba esteve bastante presente no cotidiano da cidade de Parnaíba e participou em diversos momentos decisivos para o desenvolvimento econômico e social. Além disso, colaborou para o progresso da cidade e atuou, desde a sua fundação (1917), em questões relacionadas às exportações e importações e às transações ligadas ao comércio marítimo,

representação sobre a Lei Municipal que tratava do fechamento obrigatório do Comércio, cobranças de taxas sobre gêneros de exportação procedentes de outros municípios, passagens públicas, imposto de consumo, imposto de indústria e profissão; solicitação a Companhia Booth Line, no sentido de mandar um de seus vapores ao porto do Cajueiro, receber carga do nosso comércio, destinada ao Porto de Liverpool na Inglaterra; a implantação de um ramal da Estrada de Ferro de Parnaíba à boca do Igaraçu, dentre muitas outras interferências no âmbito socioeconômico (MENDES, 1994, p. 11).

No entanto, apesar de todos os esforços, de todas as forças políticas, da presença maciça de intelectuais parnaibanos, do esforço da imprensa parnaibana, dos artigos produzidos nos principais jornais de Parnaíba e do estado do Piauí, das capas apresentadas nos Almanaque da Parnaíba, o porto de Amarração jamais foi concretizado.

CAPÍTULO 2

BENEDICTO DOS SANTOS LIMA: uma vida entre o balcão, jornais, charadas e o Almanaque.

Na contemporaneidade, os estudos biográficos vêm adquirindo certa centralidade, tornando-se objeto de discussões, inquietações e interferências. Assim, especialistas de diferentes campos disciplinares estabeleceram sistemas de concepção e interpretação sobre a biografia, instituindo novos padrões que paulatinamente foram sendo definidos, enquanto outros, também como resultado da ação de historiadores, foram excluídos. Nos últimos 40 anos, novas inquietações tornaram a biografia um fértil campo de atuação, com múltiplas temáticas e a adoção de novos problemas nas mais variadas disciplinas e áreas do conhecimento.

Especificamente no campo historiográfico, tais inquietações e interferências emergiram com a abertura da história para "outras histórias", enfocando novos objetos e abordagens. Os sujeitos históricos biografados adquiriram maior musculatura e a biografia, ao ser dessacralizada, tornou-se novamente tributária da História, trilhando novos caminhos em busca da reconstrução de sua historicidade. A sacralidade da biografia entrou em desuso e a vida do biografado passou a ser contemplada como uma experiência histórica circunscrita em um contexto.

Nessa perspectiva, recorremos, em nosso estudo, à vida de Benedicto dos Santos Lima, por acreditarmos que pode ser tomada como um fio condutor de eventos expressivos, para se apreciar o conteúdo histórico da cidade de Parnaíba e, em especial, o Almanaque da Parnaíba. Trata-se de personalidade sobremaneira marcante, como se lê a seguir:

Não foi um homem de grandes escritos, sequer um orador de importantes fatos, talvez pela sua modéstia e simplicidade. Porém, foi, sobretudo, um homem de ação, um intelectual de visão, um amante da cultura. Sabia organizar um pensamento, até chegar à imprensa, ajudando a impulsionar o saber parnaibano de sua época. Pressentia o talento nas pessoas e convidava-as a participarem de seu grupo intelectual (Jornal o BEMBÉM, 2008).

A citação acima foi narrada por Benjamim dos Santos Lima, um dos filhos de Benedicto, que foi produtor e diretor teatral durante toda a vida. Hoje produz um jornal em Parnaíba e, em uma de suas páginas, falou um pouco de seu pai. Benjamim o vê como um homem de “grandes escritos” e “amante da cultura”. Em suas memórias, sempre vê o pai às voltas com livros, sempre escrevendo sobre a cidade ou sobre aquilo que o inquietava. Aponta também o fato de ser “homem de ação” e “intelectual de visão”, características que moldaram sua trajetória na literatura e provocaram tantos materiais e escritos. Benjamim, ao recordar o passado em sua casa na rua Duque de Caxias, tem viva a lembrança da casa nos finais de tarde, quase sempre cheia de pessoas que conversavam sobre os mais variados temas dos quais a maioria ligados à imprensa.

A mercearia O BEMBÉM, de sua propriedade, era bastante visitada na época. Os homens cultos de Parnaíba lá se reuniam, desenvolvendo debates sobre múltiplas matérias, constituindo apropriadas “tertúlias intelectuais”. Esse tipo de embate acontecia regularmente e prosseguiu durante toda a vida de Benedicto. Na mercearia, encontravam-se Lívio Pacheco (o LilyPery)²⁵, Francisco Aires, Edson Cunha²⁶ (nas palavras do próprio Bembém em uma entrevista, “foi um dos grandes professores que tive”), Abdias Neves, Berilo Neves²⁷, Cazuza Porto, Joel Oliveira, Rodrigues Pinagé, Benu da Cunha.

²⁵ Lívio Lopes Castelo Branco (20.02.1876- 05.02.1929), natural da cidade de Barras (PI), passou a maior parte de sua vida em Parnaíba. Poeta e contista. Foi auxiliar e chefe de contabilidade da Casa Inglesa. Assinava crônica com o pseudônimo de João de Mato ou Sabino Ferreira. De sua autoria o soneto intitulado “Progresso” e “Retalhos”, colaborador do Almanaque da Parnaíba.

²⁶ Edison da Paz Cunha nasceu no dia 15 de dezembro de 1891, na cidade de Teresina, Capital do Estado do Piauí, filho de Corina da Paz Cunha e do intelectual Higino Cícero da Cunha. Iniciou as primeiras letras em sua terra natal, cursando os estudos regulares no Liceu Piauiense. Em 1908, mudou-se para Recife, matriculando-se na Faculdade de Direito, onde se formou no ano de 1912, aos 21 anos de idade. Nessa época, deixou-se impregnar pelas ideias filosóficas agitadas, sobretudo por Tobias Barreto e Silvio Romero. Durante os anos de estudos no Recife, morou em repúblicas de estudantes com outros piauienses, entre esses: Cristina Castelo Branco, Antônio Francisco da Costa e Silva, Simplício Mendes, Odorico Rosa, Esmaragdo de Freitas, Jaime Rios, Nogueira Tapety, Corinto Andrade, Lucídio Freitas, Hugo Napoleão e Giovanni Costa, todos, figuras de realce na carreira jurídica e na vida literária, política e social do País. Atuou com (1916) e O Piauí (1916); também, na revista de letras e humorismo, Chapada do Corisco (1918) e na Revista da Academia Piauiense de Letras (1918). Professor de português em diversas escolas. Na carreira jurídica, exerceu a advocacia, assumindo também os cargos de Subchefe de Gabinete do governador Eurípides de Aguiar (1917 – 1920) e diretor da Imprensa Oficial do Estado. Participou ao lado do pai, da fundação da Academia Piauiense de Letras, tomando assento na Cadeira n.º 05. Foi o primeiro bibliotecário da nova instituição. Mais tarde, ingressou no Ministério Público, assumindo o cargo de Promotor Público da comarca de Parnaíba.

²⁷ Natural de Parnaíba, escritor, jornalista, cronista, poeta, conferencista, crítico, literário, militar e professor. Dedicou-se à área de saúde, formando-se em farmácia pela faculdade da Bahia. Algumas obras: Costela de Adão, A mulher e o diabo, Diabo em férias, entre outros, colaborador do Almanaque da Parnaíba.

Nas palavras do escritor piauiense José Tobias Duarte,

Realmente, como se verá, a vocação de Bembém ao conhecimento, ao saber, com tendência para as letras, era inata, tanto que, em 1924, quando o seu negócio ia bem, mas era ainda uma mercearia, ele lançou o Almanaque da Parnaíba. A cidade de então não dispunha absolutamente de estrutura material para tal empreitada, não possuía um jornal estável. Algumas pequenas tipografias existentes procuravam atender a demanda de impressos para o comércio e para a propaganda. Uma ou duas livrarias disponíveis supriam as escolas primárias ou grupos escolares, bem como vendiam alguns livros propedêuticos, romances do tipo popular, algumas obras de escritores nacionais e pequena gama de artigos de papelaria. Enfim, a cidade não contava nem com um curso ginásial (hoje 2º grau), mas apenas com cursos elementares. Em consequência, para os jovens parnaibanos que não dispunham de meios para estudar alhures os cursos oficiais secundário, técnico ou superior, as poucas chances de melhor se situarem, social e economicamente, era o emprego numa das quatro ou cinco firmas de importação, exportação ou de vendas por atacado que comandavam o próspero comércio local.

Bembém possuía uma boa coleção de dicionários, que o ajudou muito na montagem de seus textos jornalísticos. De acordo com o autor da citação acima, “com tendência para as letras”, Benedicto da ideia passou à ação. Em 1923, iniciou uma enorme coleta de dados baseados principalmente na cidade, estendendo-se aos assuntos e fatos e fontes gerais. Assim, publicou no ano de 1924, o Almanack da Parnayba, o primeiro de uma longa série que perdurou por mais de seis décadas. Na página de apresentação do primeiro deles, Bembém mostrava esperança, comprometendo-se a melhorar ainda mais as futuras edições. Durante os primeiros dezoito anos, Benedito dos Santos Lima editou o anuário como diretor-proprietário. E em 1941, passou os direitos autorais a Ranulfo Torres Raposo²⁸, que continuou sua publicação até 1980.

No Almanach Piauhyense de 1937, o anuário que teve vida breve em três fases distintas – 1^a entre 1879 a 1883; 2^a 1903 a 1905 e última entre 1937 (4º ano) e 1938 (5ºano) -, o jornalista Joao Bastos escreveu um artigo intitulado “A

²⁸ Ranulfo Torres Raposo (Miguel Alves-PI, 1900 – Parnaíba, 1980). Comerciante e jornalista. Figura de destaque no comércio parnaibano, com projeções em todo o Estado do Piauí e do Maranhão. Jornalista. Proprietário do Almanaque da Parnaíba, publicação que legou uma preciosa fonte de nossa história. Dirigiu o SESC, por mais de 20 anos, com muita proficiência e dinamismo. Conselheiro fiscal do Banco do Nordeste do Brasil. Patrono da Cadeira n.º 29 da Academia Parnaibana de Letras.

PUBLICIDADE", no qual discorreu sobre a sua história desde a antiguidade até, segundo suas palavras, os "tempos modernos atuais". Ao longo do texto, fala sobre a importância da publicidade para o comércio e indústria. Vejamos:

Entre nós, no opulento e magistoso São Paulo, vemos esse assombro de publicidade, não sendo de menospreso as actividades das outras unidades da federação. Até mesmo neste longínquo Piauhy o arrojo da publicidade vae ganhando proporções dignas de registro. Em Parnahyba, temos a inquebrantável tenacidade do Bembém destemido e vitorioso proprietário do Almanak da Parnahyba, e, agora, na Capital, reaparece o ALMANACH PIAUHYENSE, amparado pela hercúlea e inteligente força de vontade do Semana, conhecido jornalista conterrâneo.

No trecho selecionado acima, vemos que o autor compara as iniciativas publicitárias de São Paulo, apontado como **opulento e majestoso**, às de Bembém do Almanak da Parnahyba. Bembém, é mostrado no texto como destemido e vitorioso. É possível, ainda, reter o quanto difícil era produzir um Almanaque, quando o autor usa a expressão "hercúlea e inteligente força de vontade".

No Almanaque de Parnaíba de 1924, trinta e cinco empresas divulgaram seus produtos e serviços, desde jornais (Diário de São Luís), retalhistas (Walter Queiroz), mercearias (Mercearia Bembém, Mercearia Magalhães, Mercearia Violeta, escritórios de representações (Amador Santos & Carvalho, Lloyd sul americano, Rabello Basto & Companhia, Silva Castro & Companhia, Antônio Guilherme de Mello Filho, Bessa & Cia, alfaiatarias (Alfaiataria Republicana, Alfaiataria New York Tailor), farmácias (Pharmacia Parnahybana), relojoarias (Relojoaria Parnahybana), exportadores e importadores (Casa Ingleza, Samuel Bompé, Cândido Assumpção & Cia), firmas de seguro (A Equitativa Sociedade de Seguros), livrarias (Livraria Soares), padarias (Padaria e Biscoitaria Palmeira, hotéis (Hotel dos Viajantes, papelaria.

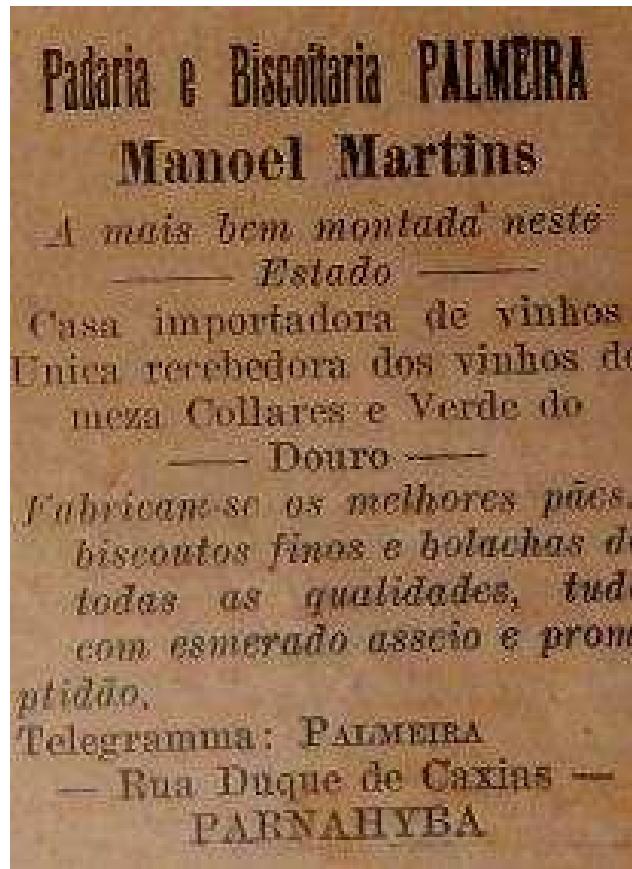


Imagen 28: Propaganda da Padaria e Biscoitaria PALMEIRA.
 Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1924, p.19.

A maioria das empresas que anunciaram no Almanaque da Parnaíba estavam estrategicamente localizadas na Rua Grande e na rua Duque de Caxias, que ficavam ao lado do Porto Salgado, principal artéria econômica da cidade. Em sua maioria, os anúncios ocupavam pouco destaque, ficavam meio acanhados entre as páginas, ocupando inclusive as mesmas páginas. Alguns poucos, como A Casa Ingleza, O Diário de São Luís, Agencia Gomes, Credito Mutuo Predial e a própria Mercearia Bembém ocupavam lugar de destaque em uma página inteira.

É assim que Benjamim Santos fala do Almanaque publicado por seu pai (BEMBÉM, 2008):

A Parnaíba era cidade de pequena população, mas marcada por grande número de homens bem formados e que, como ele, há pouco tempo haviam chegado de suas terras de origem, e outros que estavam por chegar e que se ajuntavam todos aos já aqui nascidos, para formar uma especial intelligentsia que tornava ímpar a conversação local: Francisco Correia, Alarico da Cunha, Ranulpho

Torres Raposo, Edison da Paz Cunha (filho de Higino Cunha), pai e filho fundadores da Academia Piauiense de Letras. Era, sobretudo, essa gente que criava os tantos jornais em circulação dedicados à literatura, à política, à religião... Audacioso, em 1923, Benedito dos Santos Lima, com necessidade vital de incluir-se naquele meio, mas dono de seu próprio veículo, preferiu ir além daqueles jornais que, por seu formato e periodicidade, tendiam rapidamente ao desaparecimento. Preferiu a criação de um Almanaque, tal qual tantos outros que existiam e que eram sucesso por todo o Brasil.

A base de todos eles, era simples e comum: leitura leve, assuntos variados, informações úteis mescladas a passatempos e pensamentos filosóficos, abrangendo conhecimentos gerais. Foram tais elementos que geraram a expressão "cultura de Almanaque". Até aí, tudo bem, pensava Benedito dos Santos Lima, acreditando que na cidade havia as duas condições para uma obra de tal envergadura: leitores e comerciantes que, com propaganda paga, sustentassem as edições anuais. E levou a ideia à frente. O seu seria um Almanaque igual a muitos outros e que, por isso, teria que concorrer com todos eles, concorrência em que, certamente, sairia perdendo. Foi dessa constatação que Bembém teve o grande insight que gerou a identidade única do seu Almanaque, aquela que o distinguiria de todos os outros: seria um Almanaque com todos aqueles ingredientes, mas um Almanaque de sua cidade e para a sua cidade, um Almanaque da Parnaíba, carregado de cores locais, características locais, voltado para o comércio local, elementos que o tornariam único em relação a quaisquer outros Almaniques. E foi à luta.

Benjamim retrata uma cidade de imigrantes que, como seu pai, vieram em busca de sucesso e prosperidade. Em sua fala, esses homens são, em sua maioria, "bem formados", o que nos faz pensar que eram abastados e trouxeram suas riquezas para investir em Parnaíba. Alguns eram intelectuais e ajudaram, inclusive, a fundar a Academia de Letras do estado. Além disso, criaram vários jornais na cidade "dedicados à literatura, à política, à religião". A principal diferença entre esses intelectuais e Benedito foi sua "audácia" em produzir um veículo de comunicação que tivesse vida longa. Para que isso fosse possível, produziu um anuário diferente dos outros, um periódico com personalidade, com a "cara de Parnaíba", um Almanaque de "sua cidade e para a sua cidade". Sua empreitada foi, vale reiterar, bem-sucedida.

O empreendedorismo verificado em Parnaíba na década de 1920 pôde ser acompanhado pelos imigrantes que aqui chegaram e abriram os mais distintos tipos de negócios. As atividades comerciais muitas vezes alcançavam sucesso, mas percebemos também pelos anunciantes do anuário que alguns empreendimentos

quebravam, faliam e desapareciam na mesma velocidade com que a cidade crescia. Pensar em um empreendimento literário que, dentro deste ambiente de concorrência capitalista, tenha sobrevivido e sobressaído dentre tantos outros que fracassaram, faz concluir a capacidade empreendedora de Benedicto.

Para exemplificar com mais detalhes essa capacidade de Benedicto para empreender e seus conhecimentos para produzir o anuário, vejamos o relato do professor Joaquim Custódio, reportando-se a um encontro prolongado com Bembém:

Fiquei sobremodo estarrecido com a tua capacidade de conhecimento de História, Geografia, Ictiologia, Ciências Naturais, Psicologia, Biologia e Literatura em geral. Sem nunca teres alisado bancos de escola, a tua prodigiosa memória te proporcionava tão admirável cabedal de conhecimentos que te fazias credor da amizade de poetas e cientistas que tivessem, como tu, a alma vestida de simplicidade.

O professor Joaquim Custódio discorre sobre o amplo conhecimento de Bembém, em várias áreas do conhecimento sem que nunca tenha frequentado escolas. Mais que isso: enaltece sua facilidade em fazer amizade com poetas e cientistas. Tudo isso aliado a sua “prodigiosa memória” e sua capacidade de vender ideias o tornaram um próspero comerciante na cidade.

Benedicto dos Santos Lima nasceu em 27 de maio de 1893, natural do povoado de São Raimundo, no município de São Bernardo, no vizinho estado do Maranhão, filho de José Estevão dos Santos e de Genuína Correia Lima que, além de Benedicto, tiveram mais três filhos: Godofredo, Temístocles e Lúcia. Seu pai, um pequeno agricultor, era natural do povoado Melancias, também pertencente à cidade de São Bernardo. Benedicto viveu até os 17 anos no Maranhão, quando se mudou para cidade de Parnaíba.

Na infância, por iniciativa de Alípio Correia Lima, um tio que era também seu padrinho - um militar que possuía uma pequena escola particular na cidade de São Raimundo no Maranhão -, Benedicto foi alfabetizado e iniciado no mundo das letras. De acordo com suas memórias, esse momento de sua vida deve ter sido bastante feliz, pois, por indicação de um professor, chegou às suas mãos o livro intitulado “Segundo Livro de Leitura”, de Felisberto de Carvalho, Livraria Francisco Alves (Rio de Janeiro) que marcou sua formação, o que o fez mantê-lo conservado por toda a vida, escrevendo na primeira página “O livro que me ensinou a ler de 1903 a 1906 -

Professor único, meu padrinho Major Alípio Correia Lima".

A cidade de Parnaíba, no começo do século XX, já se mostrava uma cidade alternativa, progressista e de grande movimentação comercial. Nascida às margens do rio Igaraçu, um dos braços do delta do rio Parnaíba, a cidade crescia com a atividade intensa de seu comércio, polo que era das vizinhas cidades piauienses, maranhenses e cearenses. Por iniciativa de sua mãe Genuína, Benedicto viajou em 1910 para a cidade de Parnaíba – vista como uma espécie de “El dourado” pelo rápido crescimento que apresentava no início do século XX – fixando residência na casa de José Coelho Lima, seu tio, que possuía um próspero comércio de “secos e molhados” em Olaria, localizada às margens do rio Igaraçu, atualmente Rua Sete de Janeiro. Nesse período de sua vida, Benedicto dividia seu tempo entre o trabalho atrás do balcão durante o dia e os estudos à luz de vela à noite. Com a ajuda de professores particulares, estudava por conta própria. Essa dedicação lhe rendeu certo conhecimento sobre as mais diversas ciências, possibilitando sua entrada na área jornalística alguns anos depois.

Em 1917, o jovem Benedicto decidiu abrir seu próprio comércio e encontrou um ponto para alugar na Rua Duque de Caxias nº 18 (hoje nº 652), que antes funcionava como comércio e a casa de propriedade da família Fenelon, se estendendo por todo o quarteirão da Rua do Rosário até a Rua Conde D'Eu. Assim, surgia a “**Mercearia o Bembém**”, que também comercializava “secos e molhados”. A loja servia também como a moradia de Bembém. Às vésperas do Natal de 1919, Benedicto dos Santos Lima e Neusa Fenelon se casaram e iniciaram uma nova fase em suas vidas.

No início do século XX, o jornalismo começou a despontar na cidade de Parnaíba, com o aparecimento de múltiplos jornais, dentre os quais podem ser mencionados: “**O Trabalho**”, produzido por João Bezerra Leite, “**Mocidade Jornal**”, periódico criado pela Mocidade Parnaibana; “**A Pátria**”, uma iniciativa do Colégio 19 de Outubro, “**O Dia**”, periódico de Nestor Véras, “**A Tela**”, jornal de propriedade de Ferreira e Filhos; “**O Perdão**”, periódico que versava sobre espiritismo, “**A Praça**”, jornal da Associação Comercial de Varejistas de Parnaíba, “**A Tribuna**”, pertencente a Epaminondas Castelo Branco e “**Palace Jornal**”, de Nestabio Ramos.

A maioria desses jornais revelava uma faceta do cotidiano da cidade e apresentava um discurso quase uníssono sobre como a cidade se expandia sobre os ares da modernidade, principalmente nas administrações dos intendentes Nestor

Véras e José Narciso da Rocha Filho. Quase sempre, os responsáveis pelos textos publicados eram jornalistas como J. P. Lima Rebelo, João Bezerra Leite, Thomas Catunda, Nadir Sobral, João Ramos, João Campos, Américo Ribeiro, Leopoldo Cunha, José Euclides de Miranda, Oscar Vaz Miguel Oliveira, Edison da Paz Cunha, Alarico da Cunha e, claro, Benedicto dos Santos Lima.

Mesmo criando o Almanaque da Parnaíba em 1924, Benedicto dos Santos Lima ainda encontrava tempo para participar na criação de outros jornais em Parnaíba. É o caso do jornal "A Praça", fundado em 1927 e proposto pela "Associação Comercial dos Varejistas", entidade da qual era membro efetivo na qualidade de comerciante. O jornal, cujo principal objetivo divulgar os produtos ofertados por seus associados, era composto por Edison da Paz Cunha, Diretor, e Benedicto dos Santos Lima, Gerente. Tinha como Secretário Ranulpho Torres Raposo. A participação de Benedicto no Almanaque da Parnaíba e no jornal "A Praça" demonstra seu intenso engajamento no mundo jornalístico na cidade de Parnaíba.

Com o passar dos anos, Bembém adquiriu um abundante acervo de livros dos mais variados temas e ciências e montou sua biblioteca no escritório que funciona anexo à mercearia. Nesse local, costumava receber diariamente uma quantidade considerável de intelectuais de Parnaíba e regiões próximas, estreitando laços e promovendo discussões acaloradas sobre temas como literatura, arte, política, cultura e sociedade. Constituindo-se em verdadeiras "tertúlias intelectuais", esses encontros ocorreram regularmente durante os anos subsequentes.

De acordo com Lima (2008, p. 12), um dos filhos de Bembém,

Mesmo não sendo político, nem rico, nem professor, ninguém da Parnaíba foi mais conhecido e mais amado que ele. Seu escritório, na Rua Duque de Caxias, 652, esquina com a Rua do Rosário, era visitado por todo tipo de gente: rica ou pobre, política ou não, culta ou analfabeta, católica, da maçonaria ou do protestantismo. Lugar entulhado de livros, papéis, quadros, fotografias, escrivaninhas, máquina de escrever, estantes... Lugar onde era possível de acontecer e possível de se achar.

Essas reuniões diárias provavelmente despertaram em Benedicto a necessidade de criar um periódico que reunisse em seu bojo as temáticas tão díspares e, ao mesmo tempo, tão contemporâneas. Tratava-se de um missão apropriada para um intelectual com suas características, já que, por seus escritos, notamos seu

conhecimento tanto do mundo da literatura quanto da filosofia ou mesmo das ciências humanas em geral.

Benedicto foi bastante fiel à cidade Parnaíba e região, escrevendo bastante sobre ela: textos e ensaios sobre o Piauí, sua história, sua gente, sua geografia e as belezas naturais do estado. Escreveu ainda sobre outros intelectuais piauienses e nordestinos principalmente. Seus escritos sobre essas temáticas representaram e representam uma contribuição muito significativa para a historiografia piauiense de uma maneira geral. No entanto, percebemos ainda certo distanciamento crítico e uma falta de abertura para temas de caráter internacional. Benedicto publicava, no início do século XX, textos discutidos em outros periódicos que estavam sendo produzidos nos grandes centros do Brasil.

Como já esclarecido no capítulo anterior, muito em voga naquela época, circulavam por Parnaíba os Almanaques, espécie de pequenas enciclopédias, patrocinadas por determinadas empresas que, anualmente, promoviam ali os seus produtos. Em Parnaíba, os Almanaques mais lidos e conhecidos eram o "Almanaque Bristol", o "Almanaque do Pensamento" e o "Almanaque Berrand", este publicado em Lisboa (Portugal). Benedicto dos Santos Lima era leitor dessas publicações e acabou iniciando a publicação do Almanaque da Parnaíba, a princípio patrocinado por sua Mercearia. Além disso, o seu gosto por adivinhas, charadas, enigmas colaborou, sobremaneira, para iniciar o projeto. A partir de 1923, Benedicto começou a coletar dados atualizados especialmente na cidade de Parnaíba e no estado do Piauí, desdobrando-os em contextos mais generalizados, fatos locais e assuntos mais gerais.

Assim, publicou, no ano de 1924, o "Almanack da Parnahyba", proporcionando à cidade de Parnaíba uma "lembrança da Mercearia Bembém". Percebemos, na página que consagrou "Ao Público", toda a expectativa e ansiedade comuns em lançamentos empresariais que podem, de acordo com a recepção do público, ir do fracasso ao sucesso. Benedicto prometia melhorar cada vez mais as futuras edições do anuário, conforme discutido no capítulo um.

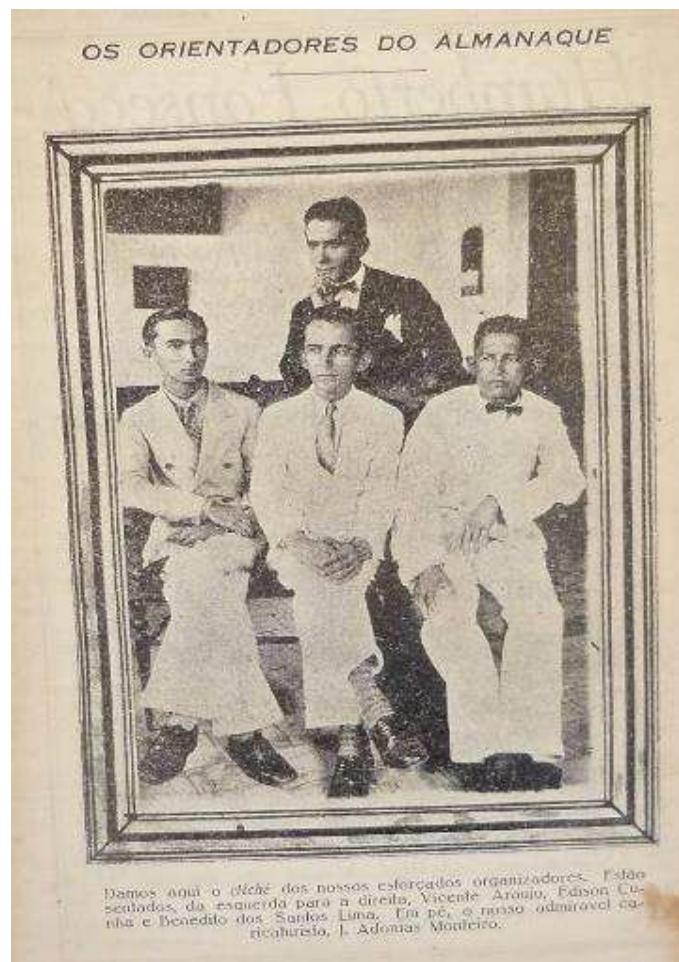


Imagen 29: organizadores do Almanaque da Parnaíba.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1926.

Já na primeira edição ficava caracterizado o ambiente de grande dinamismo que a cidade vivia. Um artigo destacava que era impossível ao visitante que desconhecesse a cidade "fazer uma apreciação exata do rápido ascendente" desenvolvimento. Tratava-se de uma "verdadeira transformação", de ano para ano, garantindo à cidade "o principal lugar entre as demais cidades do Estado".

Esse surto de transformação se manifestava na rápida aglomeração de pessoas, na febre de construções de grandes prédios e belas residências, na abertura de avenidas, no calçamento das ruas, na construção de praças. Notava-se também o aparecimento das maravilhas do mundo industrial, que rapidamente passaram a integrar o cotidiano dos parnaibanos, como a luz elétrica, os carros, o cinema, o rádio, o sorvete, novidades que o piauiense do interior demoraria um pouco mais a conhecer.

A onda de progresso vivida em Parnaíba na década de 1920 também aparece explicitada no artigo da primeira edição do Almanack. Na perspectiva dos parnaibanos

que escreviam sobre a cidade da época, o progresso se dava "pelo esforço exclusivo de seus habitantes e da Comuna" e que "a iniciativa particular se deve a melhor soma dos melhoramentos". Percebemos, então, que boa parte dos parnaibanos ligados principalmente ao comércio creditavam exclusivamente às "iniciativas particulares", as melhorias estruturais que a cidade apresentava. Essas crenças revelam também o substrato ideológico dos redatores do Almanack, quando confundiam o enaltecimento do espírito empreendedor parnaibano com o elogio das virtudes da atividade comercial.

Nas palavras de Benedicto dos Santos Lima (1924, p. 3), essas transformações sobre a ideia de progresso e de desenvolvimento rápido pelo qual Parnaíba passava entre as duas primeiras décadas do século XX, podem ser expressas através do texto abaixo:

Aquelle que pela vez primeira visita hoje Parnahyba, quase impossível se lhe torna fazer uma apreciação exacta do rapido ascendente que vem tendo nossa urbe, na, senda do progresso, conquistando, pelo esforço exclusivo de seus habitantes e da Comuna, o principal logar entre as demais cidades do Estado. O mesmo já não succede a quem a visitou um decemo antes e hoje a rever ser-lhe-badif fieis occultar a surpresa provocada pelo desenvolvimento, pela verdadeira transformação porque vem ella passando de anno para anno.

Essas transformações podem ser atreladas, em certa medida, à vinda das primeiras companhias de navegação para Parnaíba, proporcionada pelos incentivos fiscais concedidos pelo governo do estado, interessado em transformar o rio Parnaíba em principal rota de transporte de mercadorias pelo interior do Piauí, ao criar leis para subvencionar empresas que possibilitassem a navegabilidade do rio, como por exemplo, a Lei no. 41, de 17 de julho de 1894.

Em Parnaíba havia uma conexão dos vapores que subiam e desciam o Parnaíba com companhias de navegação marítimas. O movimento nos portos de Tutóia e Amarração era intenso. Importava diretamente da Inglaterra e da Alemanha, armas, munições, tecidos e roupas feitas, calçados, chapéus, louças, talheres, azeite, manteiga, queijo, presuntos, massas alimentícias, farinha de trigo, medicamentos, sabão, ferragens, tintas, artigos de armariinhos, moda, escritório, dentre outros. Da Guiana Francesa recebia o Piauí também louças,

espelhos, conservas alimentícias, manteiga, farinha de trigo. Diretamente da França, medicamentos, vinho, charuto, peixe em conserva, cigarros e muitos outros artigos. Havia naquele local, portanto, uma sociedade bastante distinta daquelas que viviam em núcleos urbanos interioranos, diferença essa que se expressava em sinais externos de riqueza no casario, mobiliário, adornos e utensílios domésticos, trazidos da Europa [...] (NUNES, 1995, p 100).

O rio Parnaíba, com extensão de quase 1500 quilômetros e perene durante todo o ano, com uma navegabilidade de aproximadamente setenta e cinco por cento de seu curso foi, durante meados do século XIX e XX foi a mais importante via usada para escoamento da produção estadual. Esse rio é estimado como o maior do Nordeste Ocidental e registrado como a quarta bacia brasileira isolada, ficando atrás apenas das bacias do Amazonas, do Paraná e do São Francisco.

Tendo como ponta de lança a cera de carnaúba²⁹ e o babaçu³⁰, beneficiados e distribuídos a partir de Parnaíba, que durante as três primeiras décadas do século XX despertou enorme interesse dos mercados internacionais, a cidade adentrou em novo ciclo econômico, ligado ao extrativismo vegetal.

²⁹ Cera de carnaúba é uma cera das folhas da palmeira *Coperniciaprunifera*, uma planta nativa do Brasil, que cresce somente nos estados do Ceará, Piauí, e Rio Grande do Norte^[4]. Geralmente a cera é extraída na forma de flocos duros amarronzados. É obtida das folhas da carnaúba em um processo que envolve batê-las para liberar a cera, seguido do seu refinamento. A cera de carnaúba é largamente utilizada pela indústria, apesar de pouco conhecida dos consumidores. Utiliza-se cera de carnaúba na fabricação de ceras para pisos, ceras automotivas, tintas, vernizes, produtos para marcenaria, além de ser usada no processo de fabricação de medicamentos e alimentos.

³⁰ O lenho do babaçu é usado na construção de casas, enquanto que as folhas são utilizadas na cobertura, nas paredes, nas portas e nas janelas. O leite do babaçu e o óleo extraído de suas amêndoas são usados na alimentação; da casca do coco é produzido carvão. A palha, por sua vez, é utilizada para a produção de artesanato. A partir do óleo também se produz sabonete.

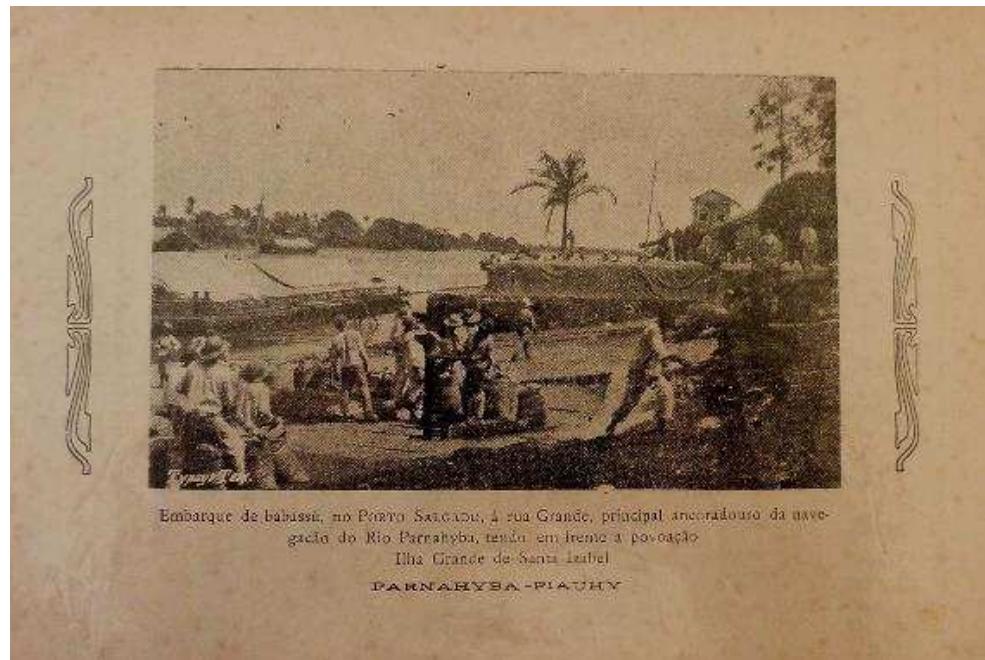


Imagen 30: Embarque de babaçu no Porto Salgado.

Fonte: Almanaque da Parnaíba 1924, p.37.

O novo cenário provocou a formação de uma elite comercial urbana, diferenciada em relação ao resto do estado, uma vez que a alta classe parnaibana era composta principalmente por europeus, como ingleses e franceses, e de parnaibanos que, imigrantes em sua maioria, mantinham uma cultura diferenciada e mentalidade progressista. Era comum, por exemplo, enviar os filhos para estudar não apenas nos grandes centros do país, mas também na Europa e Estados Unidos. Essa elite era composta por comerciantes, grandes latifundiários e donos de indústrias de beneficiamento. Medeiros (1995, p. 167) destaca esse período como a “geração de ouro” da cultura piauiense. Nas palavras do autor,

(...) Anos depois chegaram os ingleses em seguida os franceses para, por último, se instalarem também os alemães, formando todos assim um bloco muito denso, cujo controle comercial passou a abranger não só toda extensão do Piauí como também aéreas comerciáveis dos Estados vizinhos. A prosperidade repentina despontou por todos os lados, mas nem assim acompanhou, tanto como necessariamente, o impulso que o novo conceito de mercado veio marcar os anos subsequentes. (LIMA, 1987, p. 24)

A circularidade cultural que se formou em Parnaíba foi responsável pelo consumo de uma gama de impressos oriundos de outros estados, criando um elevado

nível intelectual de sua elite. Era considerável a quantidade de jornais e revistas que circulavam na cidade entre o final do século XIX e as duas primeiras décadas do século XX, somando-se mais de trinta, em 1912 cinco periódicos locais em circulação. Além destes, criados no início do século XX, temos o Almanaque da Parnaíba que se destaca por sua longevidade e seu sucesso editorial. Seus lançamentos sempre se transformavam em festas de gala acompanhados de bandas, bebidas e marcavam presença as principais autoridades oficiais, colaboradores, leitores e personalidades locais. De acordo com Mendes (1994, p. 78),

Durante a República Velha, constituía-se em Parnaíba uma sociedade elitista, consumidora de produtos importados, com filhos estudando na Europa, América do Norte e nos principais centros educacionais do país, de finos tratos e de mentalidade progressista e afeito às letras. Bom exemplo é a presença de uma dinâmica imprensa escrita, que somente no ano de 1912, chegou a circular em Parnaíba cinco jornais e periódicos, dentre esses, pode-se citar: “Cidade de Parnahyba”, editado por Nestor Veras; “O Rebate”, que tinha como redator chefe Francisco de Moraes Correia; “O Cambirimba”, de José Coriolando e “O Popular”, de responsabilidade de Américo Ribeiro. Em toda a primeira República, foram trinta e oito o número de jornais, periódicos e revistas editadas em Parnaíba. A classe média era constituída de empregados da Alfândega, do Banco do Brasil, escriturários das empresas de exportação e a classe menos favorecida era formada de estivadores, pescadores, carpinteiros, operários e agricultores.

O Almanaque assumia, para os seus leitores uma função essencial no seu dia-a-dia, pois proporcionava um vínculo entre o indivíduo e a sociedade. Como o modelo de diagramação do Almanaque da Parnaíba harmonizava certa multiplicidade de temas para atender a leitores eruditos ou mesmo semianalfabetos, dava-lhe um caráter universalizante.

Na segunda década do século XX, a cidade Parnaíba já contava com uma Associação Comercial³¹ atuante, fundada por iniciativa particular com o principal objetivo de fomentar o desenvolvimento de Parnaíba e do Piauí. A partir de ações dos sócios membros fundadores, realçava sua condição social e seu papel de agente modernizador junto aos órgãos públicos, buscando desenvolver a economia, com

³¹ De acordo com o Almanaque da Parnaíba de 1944, a Associação Comercial de Parnaíba foi fundada no dia 28 de janeiro de 1917, com a intenção de organizar os mais diversos produtores,

investimentos principalmente em estradas e na educação da cidade.

A abertura do canal do Guerindo no rio Igaraçu, para dar passagem para os navios da companhia Lloyd Brasileiro atracarem no porto em Tutóia, Maranhão, promovida pela Associação Comercial de Parnaíba, é um bom exemplo da capacidade da Associação para ativar o comércio parnaibano por meio do pensamento empresarial progressista e modernizador. Na área da educação, a Associação Comercial de Parnaíba iniciou, em 1918, a construção de uma escola denominada União Caixeiral³², de caráter profissionalizante.

O intenso comércio no início século XX possibilitou, ainda, o aparecimento de empresas ligadas as transações financeiras. A partir de 1912, o sistema de cobrança de títulos em promissórias ou duplicatas com prazo de 30, 60 ou 90 dias já era uma realidade, sendo a casa Marc Jacob um bom exemplo desse tipo de empreendimento. Parnaíba contava ainda com uma agência do Banco do Brasil, instituição financeira que traduz um sentido de modernidade vivenciado naquela época. Baudelaire declara que "A modernidade é o transitório, o fugitivo, o contingente".

A agência do Banco do Brasil³³ foi instalada em 1917 na Praça da Graça localizada no centro de Parnaíba, para dar suporte ao crescente e contínuo fluxo de transações bancárias internacionais, gestado a partir do aparecimento de numerosas empresas exportadoras e importadoras dos mais variados produtos de procedência principalmente vegetal como a maniçoba, além de origem animal. Essas transações comerciais entre Parnaíba e a Europa e os Estados Unidos atestam o seu potencial de crescimento e desejo de progresso. Parnaíba foi, na verdade, a primeira cidade piauiense a receber uma agência do Banco do Brasil. Mesmo a capital Teresina só em 1921 teve uma agência do mesmo porte.

A partir do início do século XX, outros produtos ganham destaque nos negócios de exportação e importação. Merece destaque a borracha de Maniçoba. Segundo Queiroz (1994, p. 29),

³² A União Caixeiral foi a primeira escola de comércio do Estado do Piauí. Foi fundada em 28 de abril de 1918. Preparava profissionais para atuarem na área de comércio, com formação para trabalhar como auxiliar de escritório. Os alunos da Escola União Caixeiral eram advindos de todas as classes sociais, faziam parte ou tinham propósito profissional na área de atividades comerciais, em virtude da necessidade das empresas de mão-de-obra especializada, que formasse e oferecesse condições de desempenhar funções antes não tão operacionalizadas.

³³ Em 4 de junho de 1917, foi inaugurada a primeira agência do Banco do Brasil em Parnaíba. A primeira agência do Banco no Piauí e a 23^a no Brasil, apenas quatro anos depois foi criada a agência em Teresina.

A exploração dos maniçobais, para a produção de borracha, inscreveu-se em limites históricos bastante precisos. Como atividade econômica generalizada nessa região, principalmente nas aéreas semiáridas, alcançou relativa importância entre 1897 e 1913. A partir de 1911 a tendência dos preços foi persistentemente decrescente, o que não desativou por completo a produção, mas, contribuiu para que diminuisse de forma progressiva. Na década de vinte a exportação era insignificante no conjunto da economia regional.

Na intermediação desses produtos importados e exportados, a Casa Inglesa³⁴ figurou como a detentora da maior fatia do mercado, dona de uma vasta rede de contatos no Brasil e no Exterior. Além da maniçoba e da cera de carnaúba, que eram o carro chefe dos negócios, a empresa negociava outros produtos como algodão, couro, gergelim, farinha de mandioca, cera de abelha, crina de animais, angico, peles de animais como cabras, ovelhas e outros animais silvestres, oiticica, jaborandi, resina de jatobá e cereais.

³⁴ Em Parnaíba, a Casa Inglesa se instalou em 15 de março de 1849, com razão social Andrew Miller & Cia. Foi comprada por James Frederick Clark, em 1900, quando se tornou único proprietário também dos imóveis que a sediavam: o sobrado da Rua Grande, compreendendo o estabelecimento comercial e mais os grandes armazéns e dique seco, além dos produtos como madapolão, chita larga, morim, algodãozinho, musseline, marroquim, cambraia, riscado xadrez e brim liso, entre outros. Havia, ainda, linhas em novelo, chapéu do Chile, camisas e meias de homem, facas e garfos, vergalhões, barras, panelas e bacias, ferros de engomar, tesouras, canivetes, facas de charquear, barris de pregos, tintas e brochas. Introduziu no Piauí, em 1915, os produtos do petróleo, carbureto, querosene Jacaré e da gasolina, a máquina de costura, o primeiro automóvel e o primeiro motor a diesel.



Imagen 31: Casa Inglesa.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1927, p. 43.

Além da Casa Inglesa, existiam também empresas de pequeno porte que negociavam produtos extraídos do Piauí e de cidades de estados vizinhos. A esse respeito, atesta Mendes (2007, p.28):

O crescimento das atividades da navegação fluvial transformará Parnaíba no empório comercial da Província. Em consequência desse desenvolvimento, que já se anuncia com a implantação de um sistema regular de navegação, a vila é elevada à categoria de cidade pela Lei Provincial no. 166, de 14 de agosto de 1844, e começa a atrair comerciantes que fixam casas comerciais, além do surgimento de outras instituições, que servirão de base de sustentação da navegação e da economia da Província como um todo: a "Casa Inglesa (1849); o Vice Consulado Português (1850); a Capitania dos Portos e Companhia de Aprendizes Marinheiros (1855); a construção do Farol da Pedra do Sal (1865); a Casa Marc Jacob (1873); Franklin Veras (1875) entre outros.

Grande parte dos comerciantes era de origem estrangeira, sobretudo portugueses, ingleses, franceses e alemães. Essa presença estrangeira na cidade Parnaíba construiu uma imagem de progresso que atraiu de estados vizinhos uma quantidade expressiva de pessoas em busca de melhores condições de vida e

emprego, dentre as quais se destaca Benedicto dos Santos Lima.

Parnaíba foi, aos poucos, assumindo uma relativa importância econômica no estado do Piauí, tornando-se o principal centro comercial do estado no contexto do capitalismo internacional. A importância econômica da cidade transcendeu o estado, principalmente por ser atravessada de norte a sul pelo rio Parnaíba e seus afluentes, deslocando a navegação de cabotagem de longo curso, ligando o Porto das Barcas³⁵ em Parnaíba ao Porto de Amarração em Luís Correia e de lá aos principais portos do Brasil e do mundo, principalmente da Europa, em destaque para Liverpool na Inglaterra, Porto e Lisboa em Portugal.

Sobre esse cenário próspero, Mendes (1994, p. 74) afirma que:

Paulatinamente, escritórios de empresas de navegação firmam-se em Parnaíba: em 1913 a Lloyd Brasileiro, as companhias inglesas "Red Cross Line e a "Booth&Co", a Companhia Pernambucana, a Companhia Maranhense e a Companhia Nacional de Navegação Costeira já operavam regularmente em Amarração com escritórios em Parnaíba. "Enquanto Parnaíba nascera sob o mercantilismo e já ingressava no capitalismo, o restante do Piauí permanecia sob o regime feudal e patrimonialista, submetido ao patriarca dos latifundiários ou aos seus representantes, a burocracia estatal".

Ao longo do século XIX e o início do século XX, com formatos diferenciados e em variados momentos históricos, o advento da modernidade passou a influenciar e mudar comportamentos, como, por exemplo, a urbanização que passou a ressignificar os espaços de socialização. Esse fenômeno também foi materializado na cidade de Parnaíba, conforme registro do Almanaque da Parnaíba (1933, p.93) sobre o embelezamento urbano:

O prefeito Ademar Neves iniciou o serviço de calçamento da cidade, a pedra tosca, já estando construída uma área de cerca de 20 mil metros quadrados, abrangendo a Praça da Matriz e as ruas Duque de Caxias, Câmara, 28 de Julho, Miranda, Glória, Braga, Souza Martins, Passeio, Sol, Visconde de Itaboraí, Riachuelo, Pires Ferreira, Marquês de Herval, praças Jonas Correia e 24 de Janeiro. Os serviços

³⁵ O Porto Salgado, também conhecido como Porto das Barcas, está ligado à história de Parnaíba. A cidade, quando passou à categoria de vila (era chamada de *Vila de São João da Parnaíba*), tinha como sede o povoado Testa Branca. Em seguida, a região que compreendia o Porto das Barcas se tornou sede da pequena vila de São João do Parnaíba, por ser mais desenvolvida e porque era de lá que se exportavam as carnes de charque para outros estados e países.

prosseguem, já tem sido gastos 130 contos de réis.

Ademar Neves³⁶ foi prefeito municipal (1931/1934) e sua maior preocupação está ligada com a limpeza pública e higienização não apenas do centro da cidade, mas dos bairros e subúrbios, designando, assim, a Delegacia de Higiene Municipal, que incessantemente fiscalizava os bares, lanchonetes, casas de shows, cinemas, hotéis e o matadouro público.

Diante desse cenário, entre os anos de 1900 e 1920, rapidamente surgiu um desenvolvimento urbano marcado principalmente pelo aparecimento de uma elite formada por comerciantes ligados à exportação e importação e ainda de profissionais liberais. Aos poucos, o ar provinciano e colonial característico da época foi trocado por um alargamento urbano e social, assinalado por medidas promovidas pelo estado de viés progressista que moldaram a nova fase da cidade de Parnaíba. A arquitetura pública e particular sofreu mudanças significativas e a cidade passou por uma espécie de embelezamento ganhando ares de cidade moderna e atraindo um povoamento mais célere. Até 1940, Parnaíba já tinha duplicado sua população, passando de pouco mais de 19.000 habitantes para mais de 42.000 habitantes.

Na primeira edição, como nas que lhe seguiriam, multiplicaram-se no Almanaque da Parnaíba as odes à operosidade dos parnaibanos comerciantes, responsável pela transformação da cidade. Nenhuma especulação sobre uma possível mudança na direção dos ventos progressistas. Nenhuma suspeita quanto às eventuais obstruções na senda do desenvolvimento parnaibano. Ao contrário, sempre refletindo uma confiança no futuro progressista da comunidade parnaibana. Sempre acreditando que, pelo espírito empreendedor e progressista revelado, os parnaibanos "eram diferentes" dos outros piauienses.

Vale ressaltar que esse progresso não atingia a sociedade como um todo. Os trabalhadores assalariados, por exemplo, não participavam dos lucros advindos desse processo. Suas atividades laborais aumentavam em tempo e, de modo inversamente

³⁶ Ademar Gonçalves Neves (19.11.1883 – 07.02.1964). Natural de Parnaíba, comerciante, professor, poeta bissexto, musicista, compositor. Prefeito de Parnaíba entre 1931/34. Pela sua administração, foi chamado “O Remodelador da Cidade” e recebeu como homenagem o “Monumento da Águia”. Compositor da música do Hino da Parnaíba.

proporcional, estavam os salários recebidos. A grande massa de trabalhadores braçais que moviam as transformações estava excluída e confinada a viver em bairros afastados do centro. Seu maior contato com o progresso se restringia às inovações tecnológicas que a modernidade lhes apresentava constantemente. Para minimizar as diferenças sociais, a elite comercial urbana aos poucos foi organizando e ora construindo, ora fundando instituições que, se não resolviam boa parte dos problemas sociais, amenizavam. Como exemplo dessas ações, temos a criação do Lactário Suzane Jacob, do leprosário Carpina, entre outros.

O futuro de Parnaíba esteve ligado às possibilidades concretas da cidade continuar sendo o entreposto comercial do Piauí. O progresso da cidade dependia de sua capacidade de continuar exercendo o papel de centro comercial. Para que isso acontecesse, dois fatores eram fundamentais: a continuidade do interesse externo pelos produtos piauienses e a situação estratégica da cidade em relação ao fluxo comercial. Só assim a elite comercial teria fôlego empresarial para manter seus negócios e a classe de trabalhadores que dependiam desse fluxo comercial para sobreviver.

Duas famílias estrangeiras, os Clark e os Jacob, construíram notáveis patrimônios, integraram-se à comunidade, tornaram-se "parnaibanos". Havia, ainda, muitas dezenas de empresas estrangeiras mantendo agentes ou sucursais na cidade. Os nomes estrangeiros se agregavam facilmente à vida cotidiana em Parnaíba. Rossbarh Brazil: Lyou, Cowdrey & Wilson; Berringer & Co; Booth & Co. Ltd.; Werner Schluemann, são alguns dos exportadores de grande presença na cidade. Como não podia deixar de ser, eram anunciantes do Almanack.

A família parnaibana recebia muito bem os estrangeiros. Estes movimentavam a cidade, davam-lhe *status* de grande centro regional. Influenciavam fortemente a vida local, alterando a linguagem, os costumes, a mentalidade. O Almanack, refletindo bem o sentimento coletivo frente aos estrangeiros, tratava-os de forma enaltecedora, considerando que traziam algo de requinte, de refinado, de cosmopolita a Parnaíba.

A atividade de Parnaíba também dependia de sua posição geográfica estrategicamente situada para servir de entreposto comercial. Isso explica a mais importante e duradoura reivindicação dos parnaibanos: a construção do porto de Amarração. O porto seria uma garantia para a continuidade do movimento comercial. Nenhuma outra bandeira seria tão ardorosamente difundida pelos comerciantes

locais. O Almanack, desde sua primeira edição, fez a defesa entusiasmada da reivindicação, como discutido no capítulo um.

O porto foi diversas vezes motivo de capas bem trabalhadas pelos artistas da terra. Inspirou fortemente a Adonias Monteiro, excepcional caricaturista. A publicação saudaria também a ligação ferroviária de Parnaíba e os esforços para a manutenção do transporte fluvial. O estabelecimento de linhas aéreas regulares, no início dos anos 1930, pelos hidroaviões da Panair foi motivo de incontida satisfação. Na época, a cada dois dias, uma aeronave pousava na cidade.

A história dos dezoito volumes do Almanaque da Parnaíba é, em boa parte, a história da defesa das bandeiras que encarnavam o desenvolvimento local. Na edição de 1934, Benedicto dos Santos Lima sublinharia: "não foram os móveis mercantis que decidiram, há onze anos, da publicação deste anuário, e sim o propósito que pensamos ter mantido até o presente de pugnar pelo Piauí... ". Em 1936, registrando o fato de o anuário ter logrado circular regular durante tantos anos, Bembém afirmaria que a "causa vitoriosa (do Almanack) é causa do Piauí". Ranulpho Torres Raposo, ao tomar a frente da publicação, em 1942, ao tempo em que faz o elogio da obra do seu antecessor, garante persistir no mesmo espírito. "Os comerciantes parnaibanos queriam garantir o futuro, queriam manter a fonte de vida de sua cidade. Se não lograram êxito duradouro, não foi por falta de esforço". Para Ranulpho, a continuação da periodicidade do Almanack era fator preponderante na tessitura comercial e social da cidade.

Com a leitura da coleção do Almanaque da Parnaíba, podemos conhecer muito da história do comércio e da indústria piauienses. Em particular, da história da economia parnaibana. Seus dados estatísticos, sua pauta de mercadorias, suas condições de negócio. Podemos reconstruir muito da história de empresas e personagens, bem como conhecer as lendas que povoaram a efervescente cidade durante décadas seguidas. Esta leitura é importante, na medida em que se pode aprofundar questões relacionadas ao século XX para os estudos da contemporaneidade e da história do tempo presente.

O rico acervo de dados estatísticos oficiais, divulgado pelo Almanaque da Parnaíba, representa a fonte de primeira mão para o estudo do desempenho do comércio ao longo de décadas. Listas de empresas organizadas conforme suas especialidades, dados sobre a arrecadação tributária, informações gerais sobre os volumes e valores transacionados, cifras do movimento postal e marítimo, tudo

preservado nas páginas do Almanaque da Parnaíba. Portanto, para conhecermos um pouco mais do passado da cidade, devemos nos preocupar em preservar esse documento.

Fiel à tradição política dos comerciantes locais, o Almanaque da Parnaíba tentou se manter equilibrado na balança político-partidária. Do ponto de vista ideológico, mostrou-se bastante conservador, mas nunca tendeu à defesa incondicional ou à propaganda sectária de grupos que disputavam o poder. Revelando o espírito "pragmático" dos negociantes, chegou mesmo a registrar matérias elogiosas sobre figuras de alas que disputavam o poder, mas sem demonstrar claramente em suas narrativas uma aproximação ou distanciamento político partidário.

Mesmo se preservando de certos partidarismos, o anuário não se esquivou do enaltecimento do poder. Nunca faltou espaço para a saudação as autoridades constituídas e nisso os editores confirmaram seu pragmatismo. Essa neutralidade pode ter causado algum transtorno econômico para Benedicto, mas aparentemente ele soube dosar as questões, sem sofrer, aparentemente com a decisão. Por exemplo: o governador João de Deus Pires Leal, pouco antes de sua deposição sob a força das armas insurretas, em 1930, teve seu retrato estampado nas páginas do Almanaque.

O respeito às autoridades constituídas foi manifestado em várias edições. Nas páginas do anuário, nada havia que pudesse ser considerado como questionamento da legitimidade ou legalidade governamental. Na edição de 1940, em pleno Estado Novo, a fotografia do ditador Getúlio Vargas surgiu ilustrando as frases que resumiam seu pensamento autoritário. Mais de uma vez, Vargas foi capa do Almanaque. Vale notar que esse comportamento nunca foi ditado pela necessidade de obtenção de ajudas para a circulação do anuário. Este sobreviveu regularmente durante dezoito anos sem quase nenhum apoio financeiro dos governantes. A economia parnaibana sempre fora seu principal sustentáculo. Não lhe faltavam anunciantes. A garantia da circulação regular do periódico, por sua vez, sempre se deveu a perseverança de seu dirigente, Benedicto dos Santos Lima.

Nenhuma outra publicação periódica do Piauí reuniu, em suas páginas, listas tão extensas com nomes representativos da literatura piauiense como o Almanaque. É considerável a lista de poetas, contistas, cronistas e ensaístas que tiveram suas produções divulgadas ao longo de sucessivas edições. O anuário sempre optou por oferecer mais espaço para a produção literária local que para transcrições estrangeiras ou para os textos de autores consagrados da literatura nacional.

Alguns dos mais assíduos colaboradores eram piauienses radicados em outros Estados, particularmente em São Luís, Belém, Manaus, Recife e Rio de Janeiro. Muitas figuras representativas de diversas gerações literárias se tornaram conhecidas a partir de suas colaborações para o Almanaque. São também inúmeros os escritores bissextos que encontraram sua vez. Os editores se preocupavam, ainda, em resgatar escritos preciosos de autores piauienses desaparecidos, divulgando e perpetuando suas obras.

Entre os que tiveram matérias publicadas pelo Almanaque na primeira década de existência, constam os nomes de Berilo Neves, Lívio Castelo Branco, R. Petit, Armando Madeira, Benú da Cunha, Humberto de Campos, Edison Cunha, Da Costa e Silva, Rodrigues Pinagé, Alarico da Cunha, Luís Torres Raposo, Clodoaldo Freitas, Luís Mendes Ribeiro Gonçalves, Ozires Neves de Melo, Renato Castelo Branco, Lívio Pacheco (LilyPery), João Pinheiro, Hygino Cunha, Joel de Oliveira, Carlos Borromeu, Moura Rego e Abdias Neve. Alguns desses nomes foram colaboradores assíduos do anuário durante quase duas décadas.

A partir de 1934, com o periódico já conhecido pelo país, a lista de autores publicados foi ampliada. Anotamos, entre outros, os nomes de Martins Napoleão, Jonas da Silva, Taumaturgo Vaz, Celso Pinheiro, Felix Aires, R. Fonseca Mendes, Cândido Athayde, Possidônio Queiroz, Paulo Aragão - durante muitos anos editor assistente do anuário -, Joaquim Aragão Véras de Holanda, Nogueira Tapety, Arimathéa Tito, J. Coriolano de Carvalho, Roberto Lopes, Cláudio Pacheco, Oscar Clark, A. Tito Filho, H. Dobal, Aloísio de Lins, Artur Passos, Fontes Ibiapina, Hermes Vieira, Ademar Gonçalves Neves, Aluísio Napoleão e Crowell de Carvalho. Após dezoito anos de circulação regular, sob o comando de Benedicto dos Santos Lima, este verdadeiro patrimônio da cultura piauiense, guardou grande parte da história, do cotidiano e das sociabilidades de Parnaíba das primeiras quatro décadas do século XX.

Assinalamos que a publicação, inicialmente com apenas 44 páginas, paulatinamente ganhou musculatura e, a cada ano, foi adensado não apenas em volume de páginas - já em 1938 com 400 páginas - mas também em qualidade gráfica e estética de cultura universal. Comportava literatura e entretenimento, transformando-se no livro mais lido da cidade de Parnaíba e nas cidades circunvizinhas.

Com características que ensejavam do histórico ao literário, o Almanaque da Parnaíba demonstrava o alto capital intelectual cultural a que chegou Benedicto dos Santos Lima. A cada edição publicada, a variedade de assuntos em níveis cada vez mais densos mostrava o amadurecimento literário de que os editores foram se apropriando com a experiência de produzir o anuário. Assim, uma gama de artistas locais e nacionais exibiram suas ideias e a cidade aos poucos passou a reconhecê-los. As publicações do Almanaque se tornaram um aliado na construção de uma memória histórica, uma vez que, sem presença desse anuário, muitos acontecimentos da cidade permaneceriam submersos nas incertezas do esquecimento, provocando as lacunas para a história cultural, política, comercial e social de Parnaíba. A experiência do tempo compromete cada indivíduo, ao mergulhá-lo no fato palpável da história acumulada em sua sociedade e em sua cultura. A reflexão sobre o tempo capacita esse mesmo indivíduo do intervalo analítico que lhe possibilita atravessar.

Pesquisando sobre o surgimento do Almanaque de Parnaíba em livros, jornais e periódicos da época, nos deparamos com uma das pistas, no Livro do Centenário de Parnaíba, que poderia explicar o pensamento de seu editor:

Benedicto dos Santos Lima sentiu que Parnaíba deveria ter uma publicação que lhe fosse útil, assim do ponto de vista intelectual como do ponto de vista comercial. E surgiu a ideia do "Almanaque da Parnaíba". Benedicto dos Santos Lima sorriu das dificuldades, não deu atenção aos conselhos da gente prática, que julgava esta cidade ainda pequena para uma publicação desta ordem, mas, sim, acreditou no valor próprio e no valor de intelectuais amigos, convidados por ele para a organização do corpo redacional. E o Almanaque da Parnaíba, no Natal de 1923, foi o melhor presente de festas que o povo parnaibano recebeu. (1944, p. 247)

Neste fragmento de texto escrito em 1944, o autor destaca a utilidade do anuário "do ponto de vista intelectual como do ponto de vista comercial", fazendo clara referência elitizada do Almanaque e descartando o caráter social e educativo que alcançaria ao longo de sua trajetória e afetaria a vida de muitos sujeitos que tinham no Almanaque sua única referência de leitura. Quando o autor destaca as dificuldades enfrentadas para a produção e aponta para quantidade diminuta de habitantes da cidade para consumir uma publicação tão complexa quanto um Almanaque, mais uma vez percebemos que traz à tona a dimensão elitista para compensar o ponto de vista

comercial da obra.

Ainda de acordo com o autor, Benedicto publicou e lançou o Almanaque no natal de 1923, data bastante festejada e comemorada com a primeira edição do Almanaque da Parnaíba, resultado do esforço exigido para a obtenção das colaborações, das diversas matérias e dos anúncios, bem como para a paginação e a revisão. Como um novo empreendimento na área do entretenimento para o povo parnaibano, para o ano de 1924, surgiu o "Almanack da Parnahyba" proporcionando à cidade de Parnaíba uma "lembrança da Mercearia Bembém".

Segundo Benedicto dos Santos Lima, a constituição do Almanaque era um trabalho hercúleo, afinal, apresentar um periódico que circulasse anualmente necessitava de muito estudo e demoradas pesquisas com vistas a ofertar aos leitores as mais diversificadas opções de entretenimento, lazer e informação, que prendesse sua atenção e influenciasse nos hábitos de leitura dos parnaibanos e leitores de outros lugares do Brasil.

De acordo com Chartier (2002), é necessária uma maior compreensão sobre a produção dos livros e a relação com a leitura de seus leitores para percebermos as representações sociais que se estabelecem por um determinado grupo social e o desfecho processual dessas práticas de produção nas representações sociais destes, como por exemplo: grande parte dos consumidores publicavam cartas, outros eram donos de estabelecimentos comerciais, algumas senhoras de família, além dos escritores que aproveitavam para publicar seus escritos no periódico.



Escritório de Benedicto dos Santos Lima. Dia festivo de lançamento de nova edição do Almanaque da Parnaíba

Imagen 32: Escritório de Benedicto dos Santos Lima.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1928, p.112.

Entre 1924 e 1933, as edições do Almanaque da Parnaíba foram impressas em outras cidades. A partir do número 11, que foi publicado em 1934, toda a impressão do Almanaque ocorreu na cidade de Parnaíba, o que demonstrou capacidade gráfica produtiva da cidade. Todo o empenho era celebrado ao final de cada ano, no Escritório de Benedicto dos Santos Lima, para a obtenção das colaborações, das diversas matérias e dos anúncios, bem como para paginação e revisão. Com o lançamento das novas edições, o escritório, localizado à rua Duque de Caxias número 18, festivamente entregava o anuário à cidade.



Benedicto dos Santos Lima em sua mesa de trabalho

Imagen 33: Benedicto dos Santos Lima em seu escritório na mercearia Bembém.
Fonte: Arquivo particular do pesquisador.

Com o sucesso comercial da Mercearia “Bembém”, Benedicto dos Santos Lima conquistou certa liberdade econômica, podendo se dedicar às suas principais paixões, ligadas principalmente ao jornalismo. Após prosperar nos negócios, Bembém convidou seus irmãos Godofredo Correia Lima e Themístocles para trabalharem na mercearia juntos. Godofredo seria o guarda livros da mercearia e parceiro na confecção do primeiro Almanaque. Em seguida, os irmãos se separam, com Themístocles indo morar na capital Teresina, enquanto Godofredo passou trabalhar como guarda livros na empresa de Antônio Machado Torres. Após essa separação, Benedicto contratou novos auxiliares e continuou com a produção e edição do periódico.

2.1 Mercearia Bembém: onde tudo começou

A Mercearia era um empório bem variado. Entre muitos produtos, era bastante apreciada a aguardente "Benedictina" e o vinho de mesa "Alvaralhão" que, transportados em galões do estado de Pernambuco, precisavam ser engarrafados na própria mercearia. O sucesso desse vinho português era tanto, que recebeu da Mercearia Bembém uma música com partitura própria, à moda maxixe, ritmo alegre e descontraído.

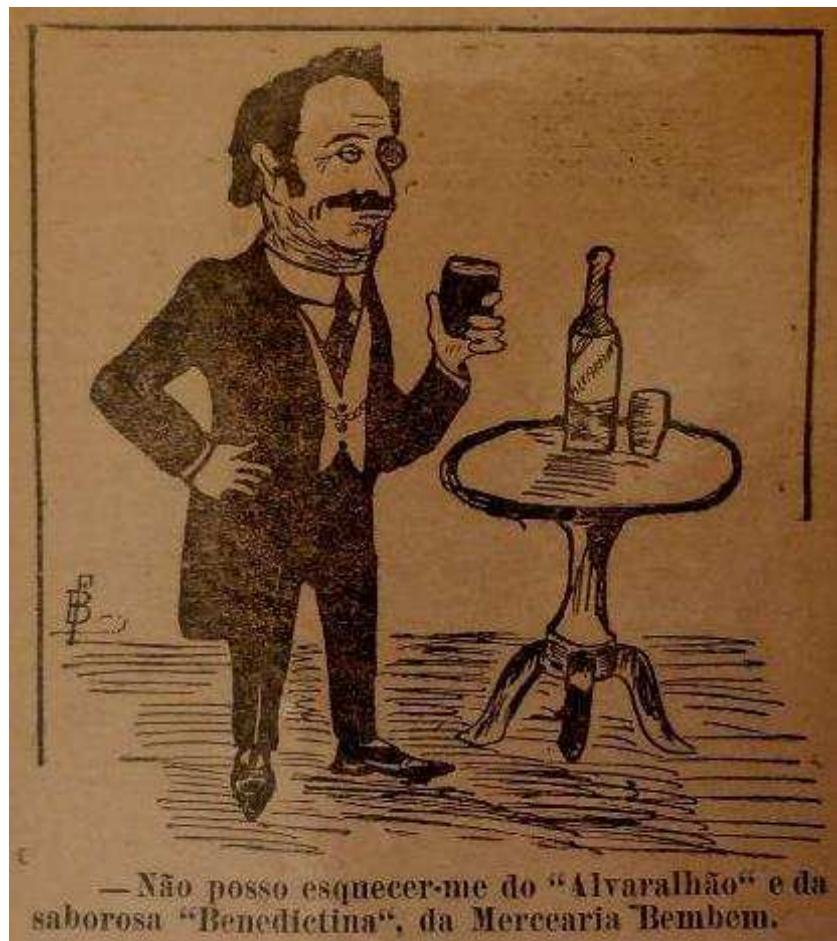


Imagen 34: Propaganda do Alvaralhão.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1924, p.16.

A imagem acima apresenta um homem com trajes finos e elegantes, desde os sapatos de bico fino, o terno aparentemente forjado por um alfaiate experiente ou famoso, em pose de gala e uma mesa apropriada para um bom vinho. Tudo nos leva

a pensar que o público consumidor do “Alvaralhão e da Benedictina” era seletivo e abastado. Também podemos inferir que a propaganda induzia seus fregueses a crer que consumir tais produtos era sinônimo de classe e requinte.

Com o passar dos anos, a conhecida Mercearia - importante porque ofereceu ao Públco os primeiros números do "Almanack da Parnahyba" - transformou-se na "Pequena Livraria", editora e depósito de livros e artefatos de papéis, conforme registro na Junta Comercial. Este ramo de atividade teve pequena duração. Na década de 1930, Bembém trabalhou em outros ramos, inclusive representações.

A vocação de Bembém não era o negócio de secos & molhados, no qual ingressou por ter aproveitado a oportunidade que surgiu no início da sua vida adulta, primeiro como caixeiro e depois como proprietário que prosperou até a recessão já mencionada. Realmente, como se verá, a vocação de Bembém ao conhecimento, ao saber, com tendência para as letras, era inata, tanto que, em 1924, quando o seu negócio ia bem, mas era ainda uma mercearia, ele lançou o Almanaque da Parnaíba.

No entanto, a cidade de então não dispunha de estrutura material para tal empreitada, não possuía um jornal estável. Algumas pequenas tipografias existentes procuravam atender a demanda de impressos para o comércio e para a propaganda. Uma ou duas livrarias disponíveis supriam as necessidades das escolas primárias ou dos grupos escolares e vendiam alguns livros propedêuticos, romances do tipo popular, algumas obras de escritores nacionais e pequena gama de artigos de papelaria.

No campo educacional, a cidade não contava nem com um curso ginásial, mas apenas com cursos elementares. Em consequência, para os jovens parnaibanos que não dispunham de meios para ingressar nos cursos oficiais secundário, técnico ou superior, as poucas chances de melhor se situarem, social e economicamente, era o emprego numa das quatro ou cinco firmas de importação, exportação ou de vendas por atacado que comandavam o próspero comércio local. Outra opção eram os concursos para bancos, repartições públicas ou autarquias, que eram realizados na capital federal ou, às vezes, nas capitais dos estados. Além disso, naquela época, os meios de transporte eram insuficientes. Viagem a Teresina apenas por via fluvial, cuja linha era irregular e com muitos dias de percurso. Para outro estado, a única via era a marítima, também irregular e morosa. Tudo isso e a falta de cursos preparatórios próprios tornavam esses concursos praticamente inviáveis para os jovens parnaibanos.

Esse quadro, no entanto, não desencorajava Bembém, que viera muito jovem do interior do Maranhão (próximo município de São Bernardo), apenas com as incipientes lições do mestre-escola interiorano. Em Parnaíba, trabalhando no comércio, frequentou cursos noturnos particulares, tomando-se um estudioso e leitor assíduo de diversos assuntos. Dessa maneira autodidata, foi formando o seu cabedal de conhecimentos gerais e, juntamente com seus amigos intelectuais da cidade e com a ajuda da propaganda comercial, organizou o primeiro número do Almanaque da Parnaíba que, impresso em São Luís do Maranhão, circulou naquele ano. Foi, já de início, um órgão que, além dos informes próprios de Almanaque, continha literatura em prosa e em verso, biografias e dados locais, informações úteis, charadas e outros entretenimentos.

Com o desenvolvimento comercial, social e cultural da cidade, foi instalado, em 1928, o primeiro curso ginásial equiparado e, em seguida, foram instalados outros cursos congêneres, assim como vários cursos técnicos. Acompanhando esse desenvolvimento, o anuário foi melhorando na forma e no conteúdo e circulou ininterruptamente nas mãos Benedicto dos Santos Lima até que, em 1941, cedeu seus direitos autorais ao empresário e amigo Ranulpho Torres Raposo, também autodidata 'e dedicado às letras, certo de que entregava sua "criatura" em boas mãos.

Como cidadão integrado à sociedade, Benedicto participou moderadamente da política partidária, mas suas convicções não apareciam de maneira clara ou objetiva nas páginas do Almanaque. Foi maçom praticante, na única loja local. Enquanto isso, era muito amigo do pároco da cidade, o Padre e depois Monsenhor Roberto Lopes³⁷ que, por sinal, também publicou vários artigos e poesias no Almanaque da Parnaíba.

Em 1933, já era Agente da Sul América - Companhia de Seguros - trabalho que desempenhou até 1958. Em 1934, recebeu o Certificado de sócio da "Associação Salic" órgão da Sul América. Em 1955, foi-lhe conferido o Diploma da "Legião de Perseverança da Sul América", em reconhecimento à colaboração que, conforme o próprio Diploma esclarece, "vem prestando ininterruptamente, na corretagem de seguros".

³⁷ Roberto Lopes Ribeiro nasceu em Piracuruca em 1891. Ordenou-se padre em 1915, trabalhando como vigário da Paróquia de Nossa Senhora das Graças, em Parnaíba (PI). Foi o principal responsável pela construção das igrejas de São Sebastião e de São José, em Parnaíba. Foi co-fundador do Círculo São José e do Ginásio Clóvis Salgado. Colaborou com crônicas e poemas para o "Almanaque da Parnaíba", sob o pseudônimo de Aloísio de Lins.

Como agente da Sul América, Bembém fez várias viagens ao sul do país, participando de reuniões do "Clube do Ases". Em urna dessas viagens ao Rio de Janeiro, em 1936, visitou o escritor e membro da Academia Brasileira de Letras, Humberto de Campos, a quem dedicou uma quadra:

Assim conheci Humberto
No Edifício das Rosas.
Com ele falei, de perto,
Duas horas primorosas

Ainda na década de 1930, Bembém passou a negociar com bilhetes da Loteria Federal do Brasil, do Rio de Janeiro. Havia sorteios às quartas-feiras e aos sábados, com prêmios os mais variados. Às vezes, juntavam-se vários bilhetes a uma lista com assinaturas de diversas pessoas; se um dos bilhetes fosse sorteado, o prêmio era rateado proporcionalmente ao valor apostado por cada participante. Essa forma de sorteio se caracterizava como uma "sociedade vaca", que Benedicto dos Santos Lima, em sua mesa de trabalho, distribuía a muitas pessoas. Por duas ocasiões, bilhetes dessas "vacas" foram sorteados com o prêmio grande, rateado entre os ganhadores.

Quando a Loteria Federal lançava o chamado "Prêmio Grande", geralmente em festas comemorativas de destaque, como Sete de Setembro ou Natal, o dia do sorteio era festejado no escritório da Rua Duque de Caxias. A Banda de Música passava a tocar animadamente em uma verdadeira promoção lotérica. A marchinha "Loteria Federal". Letra e música de Nelson Chaves - especialmente dedicada ao Bembém era a mais solicitada:

O seu dia há de chegar, Iaiá.
O seu dia há de chegar, ioiô.
A sorte é cega e não atende pistolões,
Ora, faça uma "fezinha".
Que até pode espocar:
"O ioiô e a Iaiá, ganharam dois milhões".
O ioiô não sabe,
A Iaiá também,
Onde é que fica a Agência do Bembém.
Bonito. Até parece carnaval.
É na Duque de Caxias
Lá está a Federal.

Breque (Loteria Federal).

Havia também o "sweepstake³⁸", com distribuição, extração e pagamento de prêmios pela Loteria Federal, tendo como base a corrida de cavalos do Jockey Club, sediado no Rio de Janeiro. Em seus negócios, Bembém sempre primava pela honradez, conforme atestado pelo documento do Cartório Ruben do Monte Furtado, tirado no ano de 1949, no qual consta não haver contra sua pessoa "nenhuma ação executiva, falênciа ou concordata, nem protesto de Letras, notas promissórias ou cambial ou de outra qualquer espécie".

Em 1953, Bembém foi nomeado, pelo Governador do Estado, para o cargo de 1º Suplente de Juiz de Direito da Comarca de Parnaíba, conforme ofício nº 97/53, cargo que já havia ocupado anteriormente. Em 1945, representou a Indústria Brasileira de Automóveis S/A, do Rio de Janeiro, para colocação de ações. Deve-se à Associação Comercial de Parnaíba a indicação de Benedicto dos Santos Lima para Secretário da Comissão Municipal da Legião Brasileira de Assistência (LBA), em Parnaíba, cargo para o qual foi designado por suas "notórias qualidades morais", pelo Presidente da Comissão Estadual da LBA no Piauí, em 1946.

Em 1935, Benedicto dos Santos Lima foi admitido como sócio da "Associação Brasileira de Imprensa" (ABI), permanecendo assim até seus últimos dias. Além disso, foi aceito como correspondente do Jornal do Comércio do Rio de Janeiro, recebendo por essa época a Carteira nº 1.196. Como jornalista de prestígio em Parnaíba, em 1938, tornou-se representante do "O Jornal", publicado no Rio de Janeiro, em Parnaíba.

2.2 Prefácios do Almanaque da Parnaíba

Por meio de comunicações dirigidas aos leitores por Benedicto dos Santos Lima, e a título de prefácios das edições, os editores-proprietários do Almanaque da Parnaíba apresentavam em cada edição uma introdução, situando objetivos, bem

³⁸ Sorteios.

como condições e dificuldades surgidas. A fim de caracterizar a trajetória do anuário, na sequência, transcrevemos algumas destas introduções.

EDIÇÃO DE 1924 – PRIMEIRA EDIÇÃO

AO PÚBLICO

O almanack constitui um repositório precioso de informações úteis, passatempos curiosidades e distrações, sendo, portanto, um livro de necessidade em toda casa. Para o sertanejo, é às vezes, o livro único que guarda, cuidadosamente, para orientação da sua despreocupada vida, durante todo um anno. Notava-se a ausência, nesta cidade, de uma dessas publicações annuas de tanto interesse e de incontestável utilidade. Sanando semelhante lacuna, a "MERCEARIA DO BEMBÉM" se propôz dirigir e iniciar a publicação do presente ALMANACK DA PARNAHYBA, mas o fez de modo a apresentar uma publicação atraente, caprichando na multiplicidade das leituras, ao mesmo tempo que contendo o mais completo serviço de informações de toda espécie, sobretudo commerciaes.

Este almanack é, portanto, uma promissora esperança. Nas edições seguintes procurarão os seus dirigentes dar-lhes maior desenvolvimento, mais completo serviço de informações. Agradecendo ao honrado corpo commercial desta praça a solicitude com que foi attendido o nosso appello para a aquisição dos annuncios, entregamo-lo ao público, certos de que prestamos, assim, com elle, um excellente serviço.

Mercearia Bembém.

Na apresentação, ao dizer que o Almanaque "Para o sertanejo, é às vezes, o livro único que guarda, cuidadosamente, para orientação da sua despreocupada vida, durante todo um anno", Bembém coloca o Almanaque como uma obra que marca e seduz, por meio da sua condição de novidade, que se apresenta no campo como uma ferramenta útil ao dia a dia do sertanejo, ao mesmo tempo em que permite aos seus leitores urbanos se posicionarem a frente de seu tempo com notícias e artigos sobre as novidades tecnológicas que se consolidavam ao longo do ano. Permite, ainda, a todos os leitores que o consumirem uma ampla e bem detalhada visão sobre a cidade de Parnaíba e região.

EDIÇÃO DE 1928 - QUINTA EDIÇÃO

AOS NOSSOS AMIGOS

Quando em 1924, lançámos à publicidade a primeira edição deste annuario, fizemo-lo a mèdo, longe de suppor que lhe estava reservado o mais absoluto exito, que se vem accentuando de armo a anno em edições cada vez mais amplas e variadas, de modo a permitir que, ao completar o seu primeiro lustro, se apresente o ALMANACK DA PARNAHYBA não apenas como uma mera publicação de caracter mercantil, mas com um aspecto refundido e, já hoje, um annuario Imprescindível e necessário, no lar, como no escriptório, assim na cidade como no povoado, em razão da multiplicidade das suas informações e da variedade da sua leitura, que distráe e instrue e ensina e orienta.

E que, em suas páginas, vem se espelhando e se reflectindo o critério de honradez e solicitude com que sabemos caprichar a sympathia da nossa numerosa e distincta freguezia, pois, parodiando a nossa velha norma - saber agradar para fazer freguezes, armamos em escudo, na confecçao deste ALMANACK est' outra - saber seleccionar para deleitar, querendo exprimir que, na confecção do nosso annuario, predomina sempre, e de melhor a melhor, a mais rigorosa escolha da materia que o compõe. Correspondendo a essa distincção toda especial dos amigos do ALMANACK DA PARNAHYBA, puzemos o nosso mais interessado cuidado em lhes oferecer a sua quinta edição completamente melhorada em suas secções, além de muitas ilustrações. Entregámo-lo aos nossos amigos e leitores, com os votos que a todos fazemos de constantes felicidades no decurso do novo anno.

B. S. Lima & Cia

A edição de 1928, sinaliza os cinco primeiros anos, o anuário melhora na qualidade das páginas e na grande quantidade de ilustrações que vão surgindo a cada novo artigo, como a imagem da Ponte da vizinha cidade de Burity dos Lopes, das Praias Piauhyenses (Praia de Atalaia em Luís correia), cenas do cotidiano intitulado – Parnayba Pitoresca -, imagem do estádio de futebol denominado Internacional (pertencente à casa Ingresa), visita do Príncipe D. Pedro (filho do conde D'eu e da Princesa Isabel) dentre outras. Benedicto insiste no mesmo argumento da publicação inicial, ao afirmar que o Almanaque é “um annuario Imprescindível e necessário no lar, como no escriptório, assim na cidade como no povoado” e acrescenta “que distráe e instrue e ensina e orienta”. Estas afirmações estão apoiadas nas cartas que Benedicto recebia de leitores - e algumas publicadas no periódico - que informavam seu uso por alguns professores particulares para dar aulas ou alfabetizar.

EDIÇÃO DE 1933 - DÉCIMA EDIÇÃO

Já é longa a nossa trajetória.

Iniciamos, timidamente, a jornada em 1924. Estamos no décimo ano. Quizemos assinalar o acontecimento com esta edição especial, que refletisse toda a energia intelectual piauiense, nas multiplas modalidades de sua projeção. Fizemos apelo aos nossos homens de letras, e vimo-lo a receber a melhor acolhida. De outros espíritos de eleição, de Estados outros, a quem, igualmente, nos dirigimos, vieram-nos prestigioso concurso.

O êxito obtido demonstra o crescente conceito que nos vem sendo dispensado, animando-nos a prosseguir a jornada empreendida.

Não desejamos demorar a atenção do leitor sobre estas linhas de apresentação.

Entregamos-lhe a presente edição do Almanaque da Parnaíba, deixando aqui consignada, como dever de reconhecimento, a nossa gratidão aos dignos e solícitos colaboradores, a quem, bem como a todos os nossos amigos e leitores, desejamos profunda messe de venturas e prosperidades, na nova etapa da vida.

B. S. Lima & Cia

Ao completar o decênio, Bembém se sente empolgado com a abrangência que o Almanaque alcança, “De outros espíritos de eleição, **de Estados outros**, a quem, igualmente, nos dirigimos, vieram-nos prestigioso concurso.”, contando com um número maior de colaboradores, suas páginas se avolumam, sempre alcançando duas centenas, no mínimo, e chegando a quase quatrocentas durante a segunda metade da década de 1930. A maioria desses colaboradores agora é de outras regiões do Brasil, sendo o Rio de Janeiro, Belém, Recife, Maranhão, Ceará e São Paulo as principais cidades com mais artigos publicados. A profusão de colaboradores e leitores aumenta significativamente a circularidade do Almanaque e amplia a rede de contatos de Bembém.

EDIÇÃO DE 1938 - DÉCIMO QUINTO ANO

Com a presente edição comemorativa da passagem do DÉCIMO QUINTO ANO de publicação, certos de havermos atingido a finalidade a que se propôz o nosso querido anuário, transcrevemos abaixo o prefácio do nosso Primeiro Número, editado para o ano de 1924, com 44 páginas e uma tiragem apenas de mil exemplares. (Já transcrito). Ao povo piauiense e principalmente aos parnaibanos que sempre

tiveram para conosco palavras de estímulo e encorajamento, apresentamos neste momento em que se comemora o Terceiro Lustro de ininterrupta publicação do Almanaque da Parnaíba, os nossos melhores agradecimentos e os votos que fazemos pelo bem estar de cada um e o progresso sempre crescente do Piauí e do Brasil.

Benedicto dos Santos Lima - Editor-Proprietário

Benedicto dos Santos Lima, editor e organizador, na edição comemorativa se regozija com sua obra e a dedica ao povo piauiense e aos parnaibanos. Situa o Almanaque como obra legitimamente parnaibana, tal o estímulo e encorajamento que recebia para dar continuidade. O resultado foi proporcionado graças ao máximo esforço de produzir a publicação. Nesta edição, é republicado o primeiro prefácio do Almanaque. Supomos, por isso, que Bembém pretendesse reforçar a ideia de longevidade e permanência do anuário.

2.3 Jornal Aljava: sua segunda paixão

Benedicto dos Santos Lima passou a editar, a partir de 1936, e ocupar o cargo de Diretor-Gerente do jornal "**Aljava**", de sua propriedade, que apresentava os fatos políticos de Parnaíba e do estado, dedicando-se aos acontecimentos sociais, religiosos, desportivos. Entre os diferentes registros do jornal "Aljava", destacamos a criação, no ano de 1956, da "Sociedade Dramática de Parnaíba", uma iniciativa de artistas amadores parnaibanos que encenavam suas peças teatrais no Cine Theatro Eden. Nessa companhia, segundo o jornal, passaram vários artistas amadores como: Edméa Ferraz, Newton Lopes, Paulo Veras, Malva Catunda e Lenice Nunes. O jornal "**Aljava**", apesar de não possuir uma continuidade periódica, foi dirigido por Benedicto dos Santos Lima até a sua morte em 1958. A partir de 1959, o jornal ficou sob os cuidados da "Associação Profissional dos Jornalistas de Parnaíba", órgão dirigido por Raimundo Fonseca Mendes.



Imagen 35: Jornal Aljava, primeira edição.

Fonte: Arquivo particular do pesquisador.

O Aljava, de acordo com Bembém, era uma revista ou periódico, com tiragens que chegavam a oito páginas, no mínimo, e a dezesseis páginas, no máximo, com o formato 23x32cm. Primeiramente distribuído como um "Sumário dos Eventos Locais", era um tabloide dedicado exclusivamente a notícias da cidade de Parnaíba, acompanhando os dias do mês, mesmo que sem acontecimentos importantes ou mesmo quando nada houvesse acontecido. Entre janeiro e maio de 1936, foram cinco números lançados, datados do último dia de cada mês. Um traço peculiar era a ausência dos nomes de redatores. O jornal era idealizado exclusivamente por Benedito dos Santos Lima, que assinava como proprietário e editor.

A partir de junho 1936 até o fim da Segunda Guerra Mundial, não circulou nenhum número. Em 1945, o ALJAVA retorna suas atividades e é impresso na

Tipografia Comercial, agora com Benedito Jonas Correia como redator. Com esse novo parceiro, Bembém imprime sete edições. Com a saída de Jonas Correia, Benedito dos Santos Lima passa a produzir o ALJAVA com a colaboração de vários amigos como Alarico da Cunha, Joaquim Custódio, João Vieira Pinto. Ao publicar o número dezoito, Bembém entrega ao amigo Alarico da Cunha o cargo de redator-chefe.

No ano seguinte, o ALJAVA se auto intitula como “Órgão de Propaganda Comercial” e, em 1949, como uma “Sinopse dos Principais Acontecimentos do Piauí”. Durante toda a existência do ALJAVA, a redação e a edição aconteciam no escritório do Bembém, na Rua Duque de Caxias, 652. Nos anos 1950, o ALJAVA revela, no seu expediente, que os textos publicados serão “escolhidos e objetivos, tratarão sempre, com independência e realismo, de assuntos referentes ao comércio, à indústria e à agricultura”. Nessa época, conta com um corpo de redatores formado por Benedito Jonas Correia, Tomaz Catunda, Edison Cunha, Raul Bacelar, Joaquim Custódio, R. Fonseca Mendes, Jesus Martins, Ascendino Pinto, José Euclides de Miranda, João Vieira Pinto e, como correspondente no Rio de Janeiro, José Tobias Duarte. Dessa forma, O Aljava se torna a menina dos olhos de Benedicto. Sua dedicação aumenta a cada ano e, quando decide entregar finalmente a edição e os direitos autorais do Almanaque da Parnaíba para Ranulpho Torres em 1941, praticamente sua única atividade jornalística é o Aljava.

O jornal "Tribuna da Imprensa", do Rio de Janeiro, na edição especial do "SUPLEMENTO DO PIAUÍ", de 28 de março de 1958, prestou significativa homenagem ao jornalista e intelectual Bembém:

Ninguém o conhece pelo nome: É Bembém. O Bembém da Loteria, o Bembém do Seguro, o Bembém dos jornalistas. Bembém é o HERBERT MOSES³⁹ de Parnaíba. É Presidente do Sindicato dos

³⁹ Herbert Moses nasceu no Rio de Janeiro, então capital do Império, no dia 27 de julho de 1884, filho do austríaco Inácio Moses e da norte-americana Ida Moses. Depois de formado dedicou-se à advocacia, abrindo um escritório em 1906. No ano seguinte foi secretário da delegação brasileira à III Conferência Pan-Americana de Assuntos Jurídicos. Em 1911 participou, junto com Irineu Marinho e outros jornalistas, da fundação do jornal A Noite, mantendo-se ligado a esse periódico até 1925, quando sua propriedade foi transferida para Geraldo Rocha. Nesse mesmo ano, ainda ao lado de Irineu Marinho, participou da fundação do jornal O Globo. Em maio de 1931 foi eleito presidente da Associação Brasileira de Imprensa (ABI). Sucessivamente reeleito, permaneceria à frente da entidade por um período de 33 anos. Em 1957 Herbert Moses recebeu o prêmio Maria Moors Cabot, concedido pela Universidade de Colúmbia, dos EUA, a jornalistas latino-americanos que se destacaram na luta em defesa da liberdade. Em 1962 o presidente João Goulart convidou Moses

Jornalistas Profissionais de Parnaíba. Recebe os jornalistas e os guia e os ajuda".

"Mas Bembém não é só isso. É um grande pai. Com uma ninhada enorme esparramada pelo Brasil inteiro, todos formados, e bem formados, um até, alta figura na Petrobrás.

Mas Bembém é ainda mais que pai; um dia inventou uma Biblioteca da Criança, e hoje dá pão que é livro, para todas as crianças de Parnaíba. A Biblioteca da Criança está em Parnaíba, se você quiser ajudar as crianças de lá, mande livros para a Caixa Postal, 8. E Bembém os dará às centenas de crianças pobres que gostam de ler e querem aprender mais.

Ao comparar Bembém a Herbert Moses, o jornal quis mostrar a história profissional agitada que marcou as vidas dos dois intelectuais que, múltiplos em várias áreas do conhecimento, mostraram-se empreendedores, inovadores e literatos. A matéria também fala da família e cita um dos filhos de Bembém, que teria alcançado um alto cargo na Petrobrás. A referência é a **Orfila Lima dos Santos**, nascido na cidade de Parnaíba em 15 de novembro de 1924, ano do lançamento do Almanaque.

Orfila, em um depoimento ao Museu da Pessoa Publicado em 05/01/2015, se refere assim a sua infância em Parnaíba e as marcas de seu pai em sua vida:

A cidade de Parnaíba, no final dos anos 20 e nos anos 30, era uma cidade que, em termos econômicos, era o centro das atividades macro-econômicas piauienses. Os produtos que eram produzidos no rio, quer, por agricultura cultivada, quer extraída de árvores nativas, desciam o rio Parnaíba, que tem uma extensão de 1.500 quilômetros e é o segundo maior rio do Piauí, do Nordeste. Os produtos desciam o rio Parnaíba e iam à cidade Parnaíba. Eram devidamente tratados, industrializados e exportados. Era, portanto, uma cidade que, em termos econômicos, é muito importante no Piauí nos anos 20 e 30. Meus avós tinham atividades comerciais. Meu avô materno tinha uma padaria. E meu avô paterno era de onde nasceu o meu pai, no estado

para participar da sua comitiva na viagem que realizou aos EUA. Herbert Moses foi também chefe de redação da Revista Moderna, membro do Conselho Técnico de Economia e Finanças do Ministério da Fazenda e do conselho consultivo da Prefeitura do antigo Distrito Federal, presidente da Sociedade Brasileira das Nações Unidas, do Instituto Cultural Brasil-Israel e do conselho diretor da Cruz Vermelha Brasileira, diretor do Instituto dos Advogados Brasileiros e da Associação Comercial do Rio de Janeiro, consultor jurídico da Sousa Cruz e fundador do Abrigo Cristo Redentor e da Casa do Pequeno Jornaleiro. Faleceu no Rio de Janeiro no dia 11 de maio de 1972. FONTES: ARQ. GETÚLIO VARGAS; Boletim da ABI (3 e 4/76); CORTÉS, C. Homens; COUTINHO, A. Brasil; Fluminense (11/5/78); Grande encic. Delta; HENRIQUES, A. Ascensão; Herbert; HIRSCHOWICZ, E. Contemporâneos; Jornal do Brasil (12/5/72); MIN. FAZ. Personalidades; REIS, A. Bibliografia bras.; SOC. BRAS. EXPANSÃO COMERCIAL. Quem; Who's who in Brazil.

no Maranhão, proximidade do Piauí, numa cidade chamada São Bernardo. E era um agricultor. O nome do avô materno era Fenelon Fonseca. E o avô paterno é Genuíno. Não, Genuíno é a avó. João Santos. Meu pai chamava-se Benedito dos Santos Lima, e minha mãe, Neuza da Fonseca Lima. Meu pai tinha atividade comercial. Tinha uma loja comercial. E depois foi - teve atividade de seguros de vida. Era representante da Sul América Seguros lá no Parnaíba. E editava anualmente um livro chamado "Almanaque da Parnaíba". Esse livro tratava dos assuntos históricos, geográficos e intelectuais, não só da cidade de Parnaíba, mas de todo o Estado do Piauí. Meu pai editou esse Almanaque até 1942, quando passou para outro editor, senhor Ranulfo Torres Raposo, que também levou alguns anos até o seu falecimento. E ultimamente o Almanaque vem sendo editado pela Academia Parnaibana de Letras. Bem, meu pai, eu diria que tinha muita atividade intelectual. De forma que diretamente exerceu influência em todos nós. Nós fomos 11 irmãos. A mais velha morreu, hoje somos dez. E evidentemente influiu no curso primário e no curso ginásial. Em termos bons. E minha mãe, indiscutivelmente uma senhora com uma dedicação aos filhos muito grande. :-.

No depoimento de Orfila, podemos perceber certa homogeneidade de narrativas sobre Bembém, que se aproximam e se afunilam na figura de um homem que dedicou sua vida à literatura. Benedito dos Santos Lima também foi responsável pela criação e idealização da "**Associação Profissional dos Jornalistas de Parnaíba**", criada em 24 de novembro de 1957. Seu principal objetivo era organizar a profissão, que apresentava em Parnaíba uma quantidade considerável de profissionais. Na ata de fundação constam os seguintes dirigentes: Presidente: Benedito dos Santos Lima, Secretária: Maria do Carmo Oliveira, Tesoureiro: Raimundo Ferraz Filho, Suplentes: Benedito de Moraes Freire, Joaquim Custódio e Bernardo Batista Leão, Conselho Fiscal: Padre Antônio Monteiro Sampaio, Ranulpho Torres Raposo e Ascendino Pinto de Aragão, Suplentes: João Maria Madeira Basto, Antero Cardoso Filho e José Fernando Ponte. Coube a Benedito dos Santos Lima a honra da Carteira de matrícula nº 1, como sócio fundador da Associação.

2.4 O charadismo: principal passatempo

A dedicação de Benedito dos Santos Lima a charadas enigmáticas colaborou extraordinariamente para o seu desenvolvimento intelectual. Bembém domava praticamente todas as multiplicidades de enigmas existentes em sua época, desde as

charadas metamórficas, sincopadas, casais ou apocopadas, até as cartas enigmáticas, logografos, enigmas pitorescos ou as palavras cruzadas.



Grupo de charadistas do Almanaque da Parnaíba. Sentados, da direita para a esquerda: Dr. Edison Cunha, Dr. Lincoln Guimarães, Sr. Joaquim Araújo, Dr. Benú da Cunha, Sr. Benedicto M. Freire. De pé, na mesma ordem: Srs. Francisco Ayres, Joaquim Meirelles, Antonio Badaró, Jovelino Fontenelle e Benedicto dos Santos Lima.

Imagen 36: Grupo de Charadistas do Almanaque da Parnaíba.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1928, p. 112.

Era tal o conhecimento e a afinidade por esse tipo de diversão educativa, que Bembém implantou e dirigiu até a sua morte as seções charadísticas e enigmáticas do Almanaque da Parnaíba, que ocupavam várias páginas. Nos jornais que dirigiu mantinha também matéria idêntica. O Aljava possuía uma coluna intitulada "Brincando com Édipo". A variedade de enigmas apresentada se estendia, igualmente, a outros grandes charadistas tanto no Almanaque como nos jornais, estabelecendo-se entre eles um verdadeiro intercâmbio cultural, com dedicações de enigmas ou correspondências enigmáticas.

Visando a um maior aprofundamento, Bembém possuía assinaturas de revistas especializadas, tais como "Norte Charadista", editada pelo Grêmio Charadístico do

Norte (Pernambuco); a "Edipismo", do Grêmio Enigmático Cearense, e a "Enigmistica", do Rio de Janeiro. Tomou-se membro da Academia Charadística Luso Brasileira, Rio de Janeiro.

Nas palavras de seu filho Benjamin Santos, Benedicto dos Santos Lima era

Apixonado desde cedo por dicionários, enciclopédias e calepinos, estava meu pai com trinta anos de idade quando preparou o primeiro número do Almanaque da Parnaíba. Os anos da década de 1930 podem ser considerados como aqueles em que seu Bembém teve a sua mais marcante atuação como charadista, sobretudo porque essa atuação não se resumiu a criar e decifrar charadas. Sua influência sobre o movimento cultural da cidade foi mais intensa que em todo o resto de sua vida. Para o Almanaque da Parnaíba chegavam colaborações de vários pontos do País e o charadismo movimentava um núcleo cada vez maior de participantes. Seu Bembém assumia uma posição eixo para dezenas de intelectuais da cidade, do Piauí e do Maranhão que criavam e decifravam novíssimas, casais, sincopadas, aferéticas e antigas; logografos, enigmas figurados e em verso. Uma pléiade que correspondia à convocação de seu Bembém criando e decifrando problemas de raciocínio e memória. Criou os concursos anuais com direitos e prêmios (dicionários) para quem conseguisse o maior número de decifrações. Com isso o desenvolvimento cultural de Parnaíba se intensificava. O ponto de atração era o escritório à rua Duque de Caxias, onde meu pai trabalhou quase a vida inteira, mudando o ramo de negócios, de tempos em tempos. As vezes dava-me a impressão de que todos os homens da cidade passavam por aquele escritório todos os dias, fosse para que fosse. Acompanhando suas atividades percebi que entregar-se ao charadismo é uma atitude que exige pelo menos três pressupostos: um alto grau de criatividade, sedução pelo enigma e amor pela palavra. Seu Bembém amava as palavras e elas eram, para ele, como que peças de um jogo que, como em outros jogos, obedecem a uma série de regras, exigem concentrações, apuro técnico, determinação e, sobretudo, desejo de vitória.

Como tópico de seus trabalhos, Bembém afirmava que "A Charada ensina, ilustra e distrai". Dizia por experiência própria, pois ele fez dessa arte uma grande mestra para seu crescimento intelectual. Encontrou na ilustração charadística uma forma de diversificar os conhecimentos, buscando nessa forma de lazer o passatempo e o divertimento, em que seu cérebro tanto se comprazia.

O acúmulo de livros que ao longo dos anos se formou ao redor de Bembém fez com que pensasse em criar uma biblioteca. Como já existia na cidade a Biblioteca Municipal, sediada na Praça da Graça, no quarteirão da Igreja Catedral, Bembém

reforçou a sua ideia na criação de uma biblioteca voltada para os interesses das crianças, em vista da carência de leitura infanto-juvenil na cidade. Como primeiro passo, doou 243 volumes de livros.

Mas, como administrar e tornar viável a existência de uma biblioteca? Era indispensável uma organização na qual as editoras e instituições, que poderiam doar livros, confiassem. Com base nessa realidade, Bembém convidou pessoas ligadas ao seu círculo de amizades e fundou, no dia 27 de maio de 1955, quando completava 62 anos, a “Sociedade de Manutenção da Biblioteca da Criança – SOMBIC”, instalando-a em seu próprio escritório. A administração ficou a cargo da Sociedade de Manutenção da Biblioteca da Criança foi assim constituída: Presidente - Joaquim Custódio; Vice-Presidente - Mário dos Santos Carvalho; Secretário - Benedito de Moraes Freire; Tesoureiro - Benedicto dos Santos Lima; Bibliotecário - Benjamin Lima dos Santos. O Conselho Consultivo formou-se com: Epaminondas Castelo Branco, José Alexandre Caldas Rodrigues e Edison da Paz Cunha.

Nos Estatutos, a SOMBIC esclareceu os seus fins: manter a Biblioteca da Criança, despertando em seus sócios “o gosto pela leitura sadia” e ainda, “colaborar com as instituições públicas e religiosas no sentido de proporcionar à mocidade uma formação cívico-religiosa; aproveitar as vocações e tendências artísticas e literárias que forem despertando nos sócios; e pleitear junto aos poderes públicos, sempre que for necessária, a concessão de favores de ordem material e moral”.

O número de associados podia ser ilimitado. Foram atendidas as exigências legais para o normal funcionamento da Biblioteca, bem como para seu registro no Instituto Nacional do Livro - Rio de Janeiro. A Ata de instalação da SOMBIC foi registrada no Cartório Almendra, livro B, nº 19 - folhas 48 versos a 49 versos - número de ordem 7.152, com data de 15/09/1955.

Com o fim de atrair a garotada, eram promovidos sorteios de prêmios, como foi o caso de uma boneca de uns 50 centímetros, vestida de cor de rosa, que ficou exposta algum tempo na Biblioteca, chamando a atenção do público feminino.

Para a formação da Biblioteca, algumas pessoas se juntaram ao ideal de Bembém. Muitos livros foram doados por Alarico José da Cunha, Raimundo Barros, Benedito de Moraes Freire, Nicolau Neto, Epaminondas Castelo Branco, Yêdo Moreira, Racine e Benjamin Lima dos Santos, Anacleto Tavares Silva (de São Luís), José Osvaldo de Araújo (Fortaleza), além de editoras de São Paulo e do Rio de Janeiro.

Após a morte de Bembém, sua viúva - Neusa da Fonseca Lima - passou a Biblioteca, em 1958, para a Associação Profissional dos Jornalistas de Parnaíba, pretendendo com esse ato dar continuidade ao trabalho de seu fundador. A Biblioteca ainda funcionou por algum tempo, vindo a fechar, por razões desconhecidas, na década de 1960.

Assim é descrita a morte de Benedicto dos Santos Lima por Edison Cunha, em agosto de 1958:

O falecimento de Benedicto dos Santos Lima abriu uma impreenchível lacuna no seio dos lutadores da classe média de nossa sociedade. Isto porque era ele, acima de tudo, um forte, que sabia encarar e solucionar todas as dificuldades que se lhe antolhavam, com estoicismo e decisão, plantado, por mais de 40 anos, naquela esquina da rua Duque de Caxias, que ele transformou em uma espécie de Templo em que se congregavam, a todas as horas do dia, os amigos, que os tinha em todas as manifestações das atividades parnaibanas.

Conheci-o ao tempo em que distribuía no Piauí, com exclusividade, a "Beneditina", nascida nos canaviais pernambucanos, e o "Alvaralhão", procedente da boa cepa portuguesa.

Sabia congregar os valores humanos da terra, pua empreendimentos de finalidade intelectual, já editando o "Almanaque da Parnaíba", já fazendo circular "Aljava", em cujas páginas de ambos, colaboraram os intelectuais da terra, e aí estão, prosseguindo, numa trajetória de saber, para mantê-lo vivo na nossa saudade e na nossa imperecível admiração do seu grande exemplo.

Sua luta maior foi a travada com a pobreza, para levar a bom termo educação e o destino dos filhos, não permitindo que se transviasssem, mas conquistassem uma situação de realce na vida pública e na sociedade. Sob este aspecto, foi um herói. Alegre, comunicativo e bom, viveu feliz pelo dever cumprido para com a numerosa descendência.

Deve-lhe à cidade a iniciativa e realização de duas organizações beneméritas, que constituíam sua constante preocupação nos últimos tempos da existência, às quais servia com a maior dedicação e carinho:

A Biblioteca da Criança e a Associação dos Jornalistas Profissionais de Parnaíba, de que era presidente. A esquina da rua Duque de Caxias adquiriu, desde então, maior vivacidade, com as constantes tertúlias literárias, constantes e diárias, tomando-se o ponto de convergência de jornalistas, intelectuais, políticos e comerciantes. Os mais variados assuntos literários e problemas econômicos, comerciais e políticos partidários ali se debatiam, num ambiente de ordem e confiança, juntamente com a venda de bilhetes de loteria.

Por toda esta preciosa messe de bondade e de serviços a esta terra, foi que a cidade se encheu de profunda e justificada consternação às primeiras horas do dia 21 do corrente, ao divulgar-se a notícia de seu

falecimento. E rendeu-lhe sua homenagem levando-lhe o corpo inerme ao seio da terra, no Cemitério Igualdade. Com estas linhas, expresso minha solidariedade de amigo à sua memória, que lhe presta "Aljava", nesta edição especial. (Transcrito do jornal ALJAVA, edição de 27 de agosto de 1958, Parnaíba-Piauí).

Por iniciativa de José Pinheiro de Carvalho, foi oficialmente criada, em 28 de julho de 1983, a **"Academia Parnaibana de Letras"**, na presença de alguns intelectuais: João Nonon Fontes Ibiapina, Alcenor Candeira Filho, José de Anchieta Mendes de Oliveira, Raimundo Fonseca Mendes e Maria da Penha Fonte e Silva. A Carteira de Patrono nº 3 foi oferecida a Benedicto dos Santos Lima. Além disso, por força da Lei Municipal nº 876, de 11 de março de 1975, a rua "16 de novembro" passou a se chamar Rua Benedicto dos Santos Lima.

CAPÍTULO 3

DESEJO DE MODERNIDADE SOB O VÉU DA BARBÁRIE

Não se deve esquecer que a palavra **moderno** muda perpetuamente de sentido, o que a torna, sem dúvida, de difícil manejo, dando sempre a seus adversários a sensação de perseguir a sua sombra. Mas é, também, o que faz a sua grandeza.

Louis Aragon

Para Giddens (2002), em qualquer sociedade é o parentesco e a tradição que promovem uma clivagem na identidade social dos indivíduos. Ainda segundo o autor, nas sociedades modernas, quando em algum momento as tradições estabelecidas sofrem algum desequilíbrio, seja pela inclusão ou exclusão de novidades tecnológicas ou por mudanças sociais, as mesmas possibilitam apontar a uma cultura voltada a força das individualidades, permitindo assim uma identidade móvel, variável a qualquer indivíduo.

Nessa definição, de acordo com Dias (2005, p.87),

Na modernidade, o “eu” torna-se, cada vez mais, um projeto reflexivo, pois aonde não existe mais a referência da tradição, descontina-se, para o indivíduo, um mundo de diversidade, de possibilidades abertas, de escolhas. O indivíduo passa a ser responsável por si mesmo e o planejamento estratégico da vida assume especial importância.

Para a existência desse projeto reflexivo, o mundo deve cada vez mais estar fundado em informações e levar o indivíduo a buscar se adaptar a comportamentos novos, atingir suas opções continuamente e produzir seu processo identitário sempre aberto a novas leituras.

Ainda de acordo com Giddens (1991, p.39), “a reflexividade da vida social moderna consiste no fato de que as práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas à luz de informação renovada sobre estas próprias práticas”. O autor pondera que essa reflexividade da modernidade é uma das progenitoras do movimento da maioria das instituições consideradas modernas. E é essa reflexividade

que admite apreender os contornos aos quais essa modernidade decompõe o caráter da vida social cotidiana.

Os versos do poema “A uma passante”, de Charles Baudelaire (1821-1867), “A rua ensurdecadora ao redor de mim agoniza. Longa, delgada, em grande luto, dor majestosa”, lembram um cenário urbano até bastante trivial entre o terceiro quarto do século XIX e os primeiros trinta anos do século XX, para a maioria das grandes cidades ao redor do planeta que apresentavam alguma modernização.

No Brasil, esse processo se iniciou no século XX. O Rio de Janeiro, antes das reformas promovidas pelo prefeito Pereira Passos, era conhecido como “Porto Sujo” ou “Cidade da Morte”. A desordem na ocupação urbana beneficiava a disseminação de doenças como sarampo, tuberculose, febre amarela, disenteria, varíola, difteria, que, associados à imigração europeia e a migração de escravos recém-libertos e a falta de planejamento urbano e de infraestrutura sanitária, tornaram a cidade insalubre. Destaca-se, quanto a isso, que esse cenário se refletia na economia do país.

A iniciativa do prefeito Pereira Passos, conhecida como “bota abaixo”, objetivava o saneamento do Rio de Janeiro, tentando diminuir a proliferação de doenças, além de melhorar o tráfego entre os bairros da cidade. A Reforma Pereira Passos, como ficou conhecido o processo de modernização da cidade, incidiu, sobretudo, na demolição dos vários cortiços que existiam principalmente na região central do Rio de Janeiro, criados para abrigar os imigrantes que se avolumavam.

Diante da série de modificações nos campos econômico, político e social pelas quais o Rio de Janeiro passou com a introdução da república no Brasil, o processo de modernização da cidade, no início do século XX, promoveu mudanças efetivas na estrutura física, em uma proposta de reurbanização e remodelação dos espaços. Não podemos, entretanto, descuidar do caráter elitista e excludente de todas essas mudanças. Para seguir o momento progressista, o Rio de Janeiro precisaria ostentar uma aparência de sociedade moderna e civilizada, pensada para e por uma burguesia desejosa de assegurar seu papel central e que, para tanto, tratou de excluir as minorias e todos aqueles que não se encaixavam nesse novo modelo de sociedade.

Um fenômeno observado no Brasil nas primeiras décadas do século XX foi a modernização conservadora. Ocorreu um florescimento em torno de uma modernização tecnológica, em sua estrutura econômica, mas esse processo alcançou apenas as classes mais ricas da sociedade, pois eram estas que tinham condições de

seguir o desenvolvimento em andamento. Esse fenômeno também foi identificado em Parnaíba dentro do recorte desta tese.

O primeiro Almanaque da Parnaíba apresenta pistas desse conservadorismo, quando o editor, na citação abaixo, informa que “Para o sertanejo, é às vezes, o livro único que guarda, cuidadosamente, para orientação da sua despreocupada vida, durante todo um ano”. Podemos inferir da afirmação que a modernização tecnológica se concentrava na cidade, era um processo urbano e, portanto, excludente.

AO PUBLICO

O almanack constitue um repositório precioso de informações úteis, passatempos curiosidades e distrações, sendo, portanto um livro da necessidade em toda casa. Para o sertanejo, é as vezes, o livro único que guarda, cuidadosamente, para orientação da sua despreocupada vida, durante todo um ano. Notava-se a ausencia, nesta cidade, de uma dessas publicações annuaes e de tanto interesse e de incontestavel utilidade. Sanando semelhante lacuna, a “MERCEARIA BEMBÉM” si propoz dirigir, e iniciar a publicação do presente AIMANACK DA PÂRNAHYBA, mas o fez de modo a apresentar uma publicação attrahente, caprichando na multiplicidade das leituras, ao mesmo tempo que contendo o mais completo serviço de informações de toda especie, sobretudo commerciaes. Este almanack é, portanto uma promissora esperança. Nas edicoes seguintes procurarão os Seus dirigentes dar-lhes maior desenvolvimento, mais completo serviço de informações.

Agradecendo ao honrado corpo commercial desta praça a solicitude com que foi attendido o nosso appello, para a acquisitione dos annuncios, entregamo-lo ao público, certos de que prestamos, assim, com elle, um excellente serviço.

MERCEARIA BEMBÉM.

A partir da fala introdutória de Benedicto, entendemos que sua proposta inicial era criar um livro de múltiplas utilidades “(...), portanto um livro da necessidade em toda casa”. Acreditamos que, implicitamente, sua fala sugere que o Almanaque seria imprescindível na vida de qualquer indivíduo que quisesse se sentir informado dentro do recorte temporal citado.

Na mesma direção, Aragão (2006, p. 13) descreve a história do Almanaque e destaca a importância centrada na relação texto-imagem. O autor afirma:

Esse veículo de comunicação vai ser responsável pela popularização do saber, em épocas que o conhecimento era restrito a pequenos grupos de privilegiados, tornando-se um livro acessível às classes populares e levando informações sobre os mais variados temas, como uma espécie de enciclopédia popular. Mesmo havendo um grande índice de analfabetismo, devido a sua riqueza de imagens o Almanaque dirige-se também à aqueles que apenas não podem ler, mas podem ouvir histórias, ou seja, o de comunicação oral. No nordeste brasileiro, é conhecido como livro dos iletrados.

Como uma espécie de simulacro do saber científico, assumindo um estilo que congrega o literário e o editorial, comportando em seu interior um material muito diversificado e que, por estas características, atraia popularidade entre as mais diversas camadas sociais, esse perfil enciclopédico representado pelo Almanaque e mais especificamente com o uso de imagens, alcançou as classes mais pobres em certas regiões do país, assumindo um papel pedagógico importante na História da Educação.

Mais adiante, informa Benedicto que “(...) Para o sertanejo, é às vezes, o livro único que guarda, cuidadosamente, para orientação da sua despreocupada vida, durante todo um ano”. Isso implica uma possibilidade de presença mínima do estado no campo e considera que as condições sociais e econômicas nas quais esse sertanejo estava inserido não diferiam em nada daquela apontada em outros locais do Brasil do início do século XX. Chama atenção também o excesso de zelo que o caboclo teria com o periódico, levando o leitor a acreditar na ideia que, como não havia outras leituras, esse “cuidar” sugeria uma necessidade desmedida. Considerando-se que, durante o ano, seria sua única orientação, o Almanaque assumia um *status* máximo de compreensão de sua realidade.

Outra proposta que se percebe nesse editorial assinado por Benedicto dos Santos Lima é a tentativa de criar um conteúdo o mais generalista possível, aplicando, para isso, uma abordagem que aproximava temas que variavam entre religião, sociedade, poemas, caricaturas, charadas, enigmas, palavras cruzadas. Além, é claro, daqueles temas universais e de utilidade prática normalmente tratados nesse tipo de publicação, direcionados ao homem do campo e aos comerciantes.

Superando o conteúdo direcionado às necessidades do seu leitor, o Almanaque da Parnaíba possuía outros atrativos responsáveis pelo sucesso de suas tiragens. Podemos citar, por exemplo, o valor da publicação, que seguia os rastros característicos ao gênero, para conseguir penetrar nas mais variadas camadas

sociais. O periódico utilizava papeis de baixa qualidade atrelada a um enorme conjunto de anunciantes, o que diminuía enormemente os custos da produção e facilitava sua distribuição impressa.

Nos primeiros anos, a produção do Almanaque recebia composição tipográfica “**tipo por tipo**”, ainda hoje usada em alguns jornais da cidade de Parnaíba como no caso do jornal o Norte⁴⁰. A partir de 1933, o periódico passou por uma verdadeira revolução tipográfica, ao inserir o sistema linotipo, o que conferiu-lhe agilidade no processo de fabricação e uma aparência mais profissional no acabamento.

Este zelo e obstinação de Benedicto dos Santos Lima em produzir um periódico com melhor qualidade e atrativo a um público maior pode ser percebido ainda no editorial assinado em 1924, quando afirma que a

[...] “MERCEARIA BEMBÉM” si propoz dirigir, e iniciar a publicação do presente AIMANACK DA PÃRNAHYBA, mas o fez de modo a apresentar uma publicação attrahente, caprichando na multiplicidade das leituras (...).

O melhoramento da qualidade de impressão só foi possível porque o Almanaque era produzido em outros estados, já que em 1923 a cidade de Parnaíba ainda não contava com equipamentos e insumos para a produção do anuário. Por essa razão, a produção era feita na tipografia Gadelha e Renascença, do vizinho estado do Ceará, onde se produzira alguns exemplares dos Almanaque da década de 1920 e 1930. Instalada no estado do Pará, a tipografia J.B dos Santos & Ca também imprimiu vários outros Almanaque.

Com a introdução, em Parnaíba, do sistema linotipo⁴¹ nas gráficas Americana e Renascença, o Almanaque passou a ter uma produção local a partir de 1934. A

⁴⁰ O jornal O Norte, matutino fundado em 25 de janeiro de 1930 em Parnaíba, em funcionamento até hoje.

⁴¹ A Linotipia é um processo de impressão feito através de um tipo de máquina de composição de tipos de chumbo, chamada Linótipo (ou Linotype), inventada em 1884 em Baltimore, nos Estados Unidos, pelo alemão Ottmar Mergenthaler. O invento fora de suma importância por significar um novo e imprescindível progresso na história das artes gráficas, vencendo a lentidão da composição dos textos executada na tipografia tradicional. O processo comprehende quatro partes fundamentais: os magazines, ou depósitos de matrizes; o teclado, o mecanismo de fundição e o mecanismo de distribuição das matrizes. Basicamente, a sua operação consiste em reunir as matrizes em uma linha de texto; espaçá-la automaticamente, a fim de alcançar a medida predefinida; posicionar a linha composta no mecanismo de fundição; transferir a imagem dos caracteres das matrizes para uma barra de metal; e, por fim, devolver as matrizes às suas posições originais nos magazines, para nova utilização.

gráfica Renascença passou a produzir o periódico inovando com a inserção dos monocromáticos em cores, como marrom, laranja, azul e roxo, que se tornam comuns ao longo de certas páginas selecionadas dentro do anuário, destacando alguns anunciantes ou prestadores de serviços que pagam valores mais elevados. As páginas coloridas serviam também para dar ênfase a determinadas notícias consideradas mais relevantes pelo editor do Almanaque.



Imagen 37: propaganda da tipografia Renascença.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1934.

A imagem anterior é um bom exemplo da típica propaganda de empresas que faziam a produção do Almanaque. Na propaganda de 1924, a gráfica funcionava somente em Fortaleza, no vizinho estado do Ceará, mas, a partir de 1932, instalou-se em Parnaíba, promovendo parcerias com Benedicto dos Santos Lima, comutando serviços e barateando os custos de produção.

Benedicto sempre buscava baixo custo para as publicações do Almanaque. Assim, toda sua impressão era em preto e branco, com exceção das capas. Editado e impresso em 1923, foi produzido no tamanho 16 cm X 23 cm e conservou essas dimensões com raríssimas alterações. Em todas as edições em forma de brochura,

durante os anos em que Benedicto foi seu redator e dono, algumas poucas edições possuíam as páginas com fundo em azul ou rosa. É possível, ainda, notar em alguns exemplares da década de 1930 a cor de algumas gravuras ou textos em cores.

O Almanaque lançado em dezembro de 1923 serviria de base para o ano de 1924, sendo composto por 44 páginas, com uma tiragem de 1.000 exemplares que foram distribuídos aos fregueses e amigos da Mercearia Bembém. Em sua capa, estava impresso “lembança da mercearia Bembém de Benedito dos Santos Lima”. No primeiro texto, intitulado “Parnaíba a influência da municipalidade da sua evolução”, o editor traçou uma perspectiva das ações governamentais frente às ações particulares, principalmente relacionadas às novas construções que se avolumavam na cidade no início do século XX, chamando atenção para as questões sanitárias que, segundo ele, enfeiavam a cidade.

Benedito dos Santos Lima chama atenção dos “velhos prédios afeiados que vão desaparecendo para ceder lugar a novas construções elegantes e confortáveis”. (Almanaque da Parnaíba, 1924, p.67). Informa que a fiscalização de tais obras, de responsabilidade da prefeitura, agora eram cumpridas e, por isso, o novo traçado urbanístico da cidade não sofria influência apenas do setor privado, advento que melhorou sobremaneira a arquitetura urbana, criando um ar de “progresso”, palavra tão cara para a época.

Do ponto de vista histórico, o Almanaque da Parnaíba reuniu documentos importantes, na forma de artigos, notícias, publicidade comercial e fotografias, desde a sua primeira edição em 1924 e durante seis décadas posteriores. Todos esses documentos serviram de base para reconstruirmos o panorama cultural, social, econômico e político da cidade de Parnaíba e região. Para nossos propósitos, concentrarmos o olhar no período compreendido entre 1924 e 1941, enquanto foi editado por Benedito dos Santos Lima, por força de alguns fatores, dentre os quais citaremos dois.

O objeto tem relação com minha história de vida, pois durante a adolescência, incontáveis vezes estive na pequena biblioteca municipal de Parnaíba – que concidentemente ficava na mesma rua onde Benedito dos Santos Lima morou, editou e lançou os Almanaque. Dentre os vários livros a que tive acesso, havia uma pequena coleção do Almanaque, com cinco ou talvez seis livros, todos da década de 1930, por meio dos quais aprendi um pouco sobre a história da cidade e do estado. Na época, eu não sabia que o Almanaque tivera mais de um editor, mas

sabia que havia sido lançado em 1924, por conta da numeração nas capas. Lembro que achava fascinante as mudanças que ocorridas principalmente na arquitetura e se descortinavam nas inúmeras fotografias, além dos textos que descreviam os costumes e o cotidiano da época.

Outro fator preponderante para a escolha, foi o feliz encontro com Benjamim Santos, - um dos filhos de Benedicto dos Santos Lima – que, além de possuir a coleção completa para a feitura do trabalho, facilitou sua digitalização e proporcionou um ambiente de trabalho de pesquisa agradável, através das inúmeras conversas sobre a vida e obra de seu pai.

A maioria dos artigos divulgados, aponta certo empenho por temas genéricos de caráter eminentemente de entreter o leitor, mas havia aqueles que eram produzidos a pedido de Benedicto, a maioria artigos de autores locais sobre acontecimentos proeminentes, envolvendo a família e os bons costumes, valores sociais, temas sobre política e economia.

Os Almanaques eram recheados de fotografias que criavam uma imagem modernizadora de Parnaíba, com seus palacetes esbanjando um ar de sofisticação e uma aura de poder econômico, acentuados com instantâneos de personalidades da elite local. Os prédios públicos também sofreram mudanças com a construção de novas instituições e a demolição dos antigos. A cidade foi, aos poucos, cedendo às pressões sociais de uma elite desejosa de uma nova cidade moderna, com suas praças arborizadas e limpas. É possível perceber, ao longo das publicações entre 1924 e 1941, uma mudança considerável na moda, no lazer, na política, na religião e na economia.

O Almanaque colaborou intensamente para acelerar a conexão da sociedade parnaibana com o restante do estado, até mesmo com o cenário internacional, pelo derramamento de artigos e conceitos, bem como nas semelhanças que o consumo proporcionava aos seus leitores. É possível pensar que, por meio do Almanaque e do conjunto das propagandas expostas, assinalava-se um novo modelo de fazer e produzir demandas cada vez maiores e estabelecer um certo padrão de produção de mídia comercial, que procurava infligir o consumo, sugerido nas páginas que ser moderno é ser consumidor.

O Almanaque da Parnaíba obedece a um momento histórico em que o consumo se confunde com a vida moderna. Por seus anúncios, e ainda pelos textos densos, apresentava-se ao leitor o imperativo de consumir os novos produtos

propagados e agora disponíveis no mercado de Parnaíba. Além disso, instruía seus leitores áreas como higiene, limpeza e beleza, bem como a respeito dos medicamentos inovadores, introduzidos por uma indústria farmacêutica insipiente. Esses novos conceitos de propaganda incorporavam a ideia de que a felicidade estava sempre associada ao consumo determinados produtos.

Na imagem a seguir, vemos um exemplo das novas construções, elegantes e confortáveis, que foram construídas em Parnaíba na década de 1920, e que foram se avolumando, na medida em que uma nova classe média burguesa começava a despontar na sociedade parnaibana, proveniente principalmente dos negócios de exportação e importação do coco babaçu e da cera de carnaúba. Esse dinamismo econômico capitaneou o enriquecimento de profissionais liberais, comerciantes, comissários de exportações e proprietários de algumas indústrias instaladas na cidade. A elite parnaibana exibia opulência nas construções e nas decorações de suas casas, levando a sociedade a demonstrar, de acordo com Nunes e Abreu (1995, p.100), “sinais de riqueza no casario, mobiliário, adornos e utensílios domésticos, trazidos da Europa”. Nessa perspectiva, o Almanaque “vendia” a cidade de Parnaíba sob o viés da modernidade europeia, divulgava seus ideais, exaltava sua sociedade, consagrava seus habitantes mais abastados. Sua leitura, de fácil manuseio, continha âmago local, contribuía para o crescimento literário, e estabelecia o tempo presente no rastro de suas inovações.

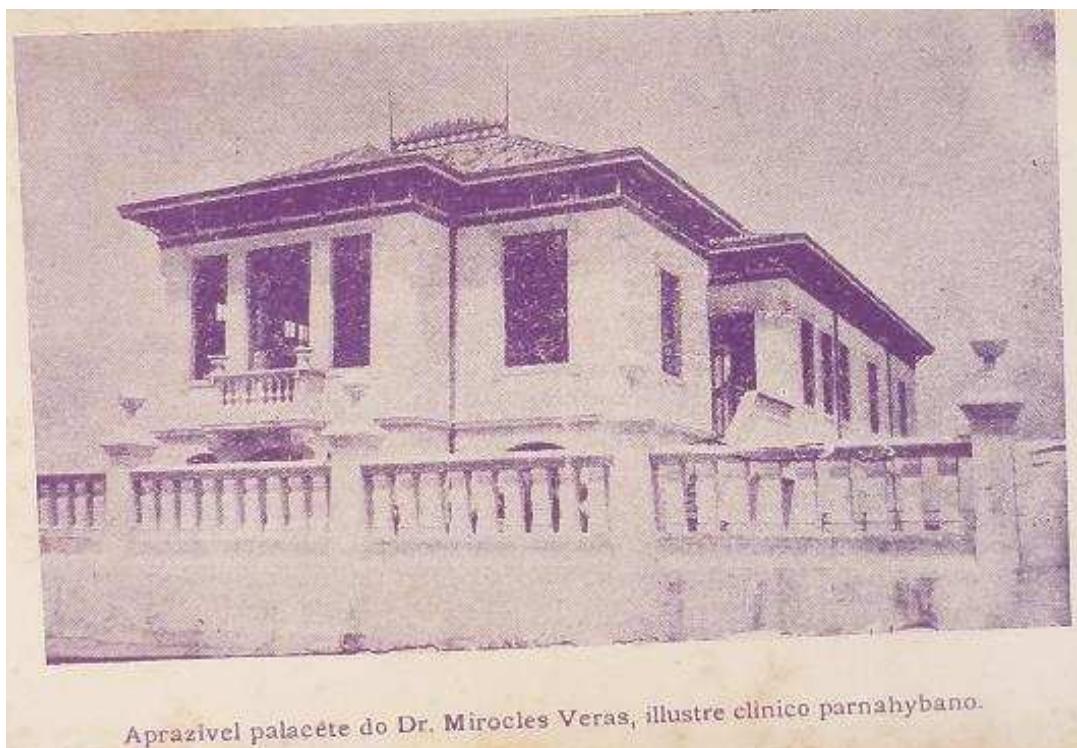


Imagen 38: Palacete do médico Mirócles Véras⁴²⁴³.

Fonte: Almanaque da Parnaíba 1928, p.84.

Ao divulgar essas imagens, o Almanaque criava e reforçava, de certa forma, um ambiente idealizado pela classe média burguesa que, acostumada a viajar aos grandes centros urbanos europeus, tentava reproduzir na cidade a arquitetura europeia. Os comerciantes imitavam minimamente um estilo de vida que procuravam legitimar. As residências eram construções de dimensões majestosas, que se

⁴² Mirócles Campos Véras nasceu em Parnaíba (PI) no dia 25 de março de 1890, filho de Emídio Gomes Veras e de Maria Campos Veras. Fez seus primeiros estudos no Liceu Piauiense, cursando depois a Faculdade de Medicina da Bahia e a Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro, então Distrito Federal, pela qual se diplomou em 1912. Especializado em obstetrícia e ginecologia, foi diretor do Centro de Saúde, da Maternidade Marques Bastos e do Hospital da Santa Casa. Em 1947 elegeu-se prefeito de Parnaíba. Assumiu o mandato na ausência do deputado Sigefredo Pacheco nos períodos de abril a setembro de 1951, de agosto a dezembro de 1952, de junho a agosto de 1953 e de abril a agosto de 1954. Foi o criador do Hospital Infantil Mirócles Campos Véras e da Maternidade Marques Bastos, ambos localizados em Parnaíba. Faleceu em Parnaíba no dia 10 de agosto de 1978. Era casado com Maria dos Santos Véras, com quem teve sete filhos. Publicou *Anemias esplênicas*. FONTES: CÂM. DEP. *Deputados*; CÂM. DEP. *Deputados brasileiros. Repertório* (1946-1967); CÂM. DEP. *Relação dos dep.*; CISNEIROS, A. *Parlamentares*; INF. FAM. HELENA DOS SANTOS VERAS; TRIB. SUP. ELEIT. *Dados* (1, 2, 3 e 4).

destacavam em Parnaíba pelo seu estilo e imponência arquitetônicos, pelo aprimoramento na ornamentação e por seus elegantes jardins. Como consequência, a cidade apresentou em certos espaços uma especulação imobiliária, principalmente na região central da cidade, em particular na Rua Grande.

Em quase todas as suas edições, o Almanaque da Parnaíba era dividido em seis áreas temáticas, sendo a primeira com a aparência de uma enciclopédia científica, contendo em seu bojo certa quantidade de curiosidades e abordagens do mundo científico, os Almaniques funcionavam como uma espécie de diluidor de saberes científicos, traduzidos ou decodificados para uma linguagem mais acessível ao seu variado público de leitores. Funcionava também como um espaço no qual esses saberes científicos colaboravam para a modernização dos costumes da cidade no início do século XX. Em um segundo momento, os temas abordavam atualidades, sejam na dimensão política, cultural, social e econômica em níveis mundial, nacionais ou locais e agrupados a partir dos fatos e notícias selecionados no ano da feitura do Almanaque.

A vida prática e o cotidiano estariam reunidos na terceira temática, com inúmeras possibilidades, desde horóscopo, alimentação, bons costumes, moda, saúde, eventos culturais até competições, entre outros. Em quarto lugar, os dados estatísticos do município de Parnaíba, com tabelas demonstrativas dos principais produtos exportados e importados, além da descrição dos estabelecimentos comerciais existentes na cidade naquele ano – é possível acompanhar o aumento destes estabelecimentos comerciais ao longo do Almanaque da Parnaíba – e ainda uma descrição detalhada dos impostos arrecadados naquele ano.

ESTADO DO PIAUHY ALFANDEGA DA PARNAHYBA			
DEMONSTRAÇÃO DAS RENDAS ARRECADADAS PELA ALFANDEGA DA PARNAHYBA, ESTADO DO PIAUHY, NO PERÍODO DE JANEIRO DE 1924 ATÉ 30 DE JUNHO DE 1928.			
	OURO	PAPEL	TOTAL
Renda arrecadada na administração do ex-Inspector JOÃO DE CARVALHO MASCARENHAS, a saber:			
EXERCÍCIO DE 1924			
Receita arrecadada nesse exercício, inclusive a do trimestre adicional de Janeiro a Março de 1925 (15 meses).....	117.538\$931	305.471\$891	423.010\$821
EXERCÍCIO DE 1925			
Receita arrecadada nesse exercício, inclusive a do trimestre adicional de Janeiro a Março de 1926 (15 meses).....	98.367\$918	282.837\$236	381.005\$184
EXERCÍCIO DE 1926			
Receita arrecadada nesse exercício, inclusive a do trimestre adicional de Janeiro a Março de 1927 (15 meses).....	98.023\$027	205.812\$796	303.135\$823
EXERCÍCIO DE 1927			
Receita arrecadada nesse exercício, de Janeiro a Julho, desse ano (7 meses).....	87.712\$181	253.831\$328	321.543\$509
	382.241\$787	1.207.754\$250	1.649.997\$037
Renda arrecadada na administração do ex-Inspector WALDEMAR FIGUEIROA, a saber:			
EXERCÍCIO DE 1927			
Receita arrecadada nesse exercício de Agosto a Setembro desse ano (2 meses).....	26.590\$91	90.801\$413	126.397\$503
	26.590\$093	90.801\$415	126.397\$509
EXERCÍCIO DE 1927			
Receita arrecadada no trimestre de Outubro a Dezembro desse exercício (3 meses).....	60.130\$493	135.015\$543	195.145\$841
EXERCÍCIO DE 1928			
Receita arrecadada no semestre de Janeiro a Junho desse ano (6 meses).....	89.210\$171	352.500\$438	435.725\$609
	142.310\$669	488.125\$831	630.771\$8700
Socção dos Caixas na Alfandega da Parnaíba, 2 de Julho de 1928. O Escrivão — José de Araújo Marizier — 1º Escrivário			

Imagen 39: Exemplo de tabela demonstrativa de arrecadação.

Fonte: Almanaque da Parnaíba 1929, p.166.

Os jogos e charadas ocupam a quinta área temática. Benedicto era apaixonado por charadas – inclusive era membro da Associação Nacional de Charadistas, posto de que muito se orgulhava – além dos acrósticos. E, por último, as propagandas, que ocupavam, em média, a metade das páginas do Almanaque – quase sempre ficavam nas páginas da esquerda – e financiavam boa parte da produção do periódico.

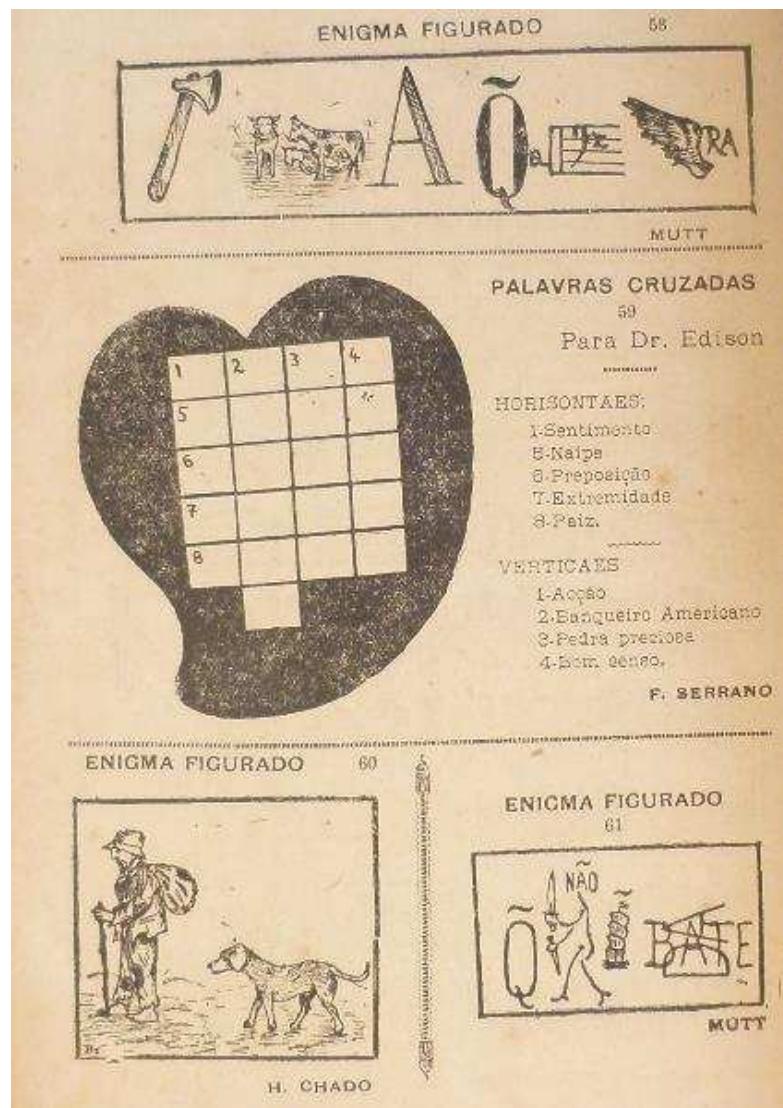


Imagen 40: Exemplo de jogos e charadas.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1928, p.110.

Essa composição foi conservada quase intacta, ao longo das edições da década de 1920 e 1930, demonstrando uma combinação de temas relativamente fixos e outra parte recheada de novidades, de um presente/passado recente, tornando-se uma fonte generosa de temáticas apreciáveis. Ao que parece, o público consumidor do Almanaque aprovou esse modelo, facilitando a venda e aumentando consideravelmente a quantidade de exemplares ao longo de sua existência.

No primeiro número, a quantidade de empresas anunciantes foi bastante expressiva, 34 ao todo. A variedade de produtos e serviços ofertados também impressionou e evidencia a boa relação comercial que Benedito dos Santos Lima mantinha na cidade. Também nos faz depreender que o comércio parnaibano, na época, apresentava um bom nível de desenvolvimento, afinal os anúncios não eram

baratos, o suporte era novo e as possibilidades de divulgação desses artigos eram relativamente baixas. Nossa hipótese para o sucesso comercial do anuário é que vários desses empresários também eram ou se consideravam intelectuais e tinham a possibilidade de divulgar suas ideias, apresentar suas teorias baseadas em livros de outros intelectuais famosos, além de vender a ideia de que a cidade era próspera e rica, mostrar que a modernidade era uma realidade presente no cotidiano.

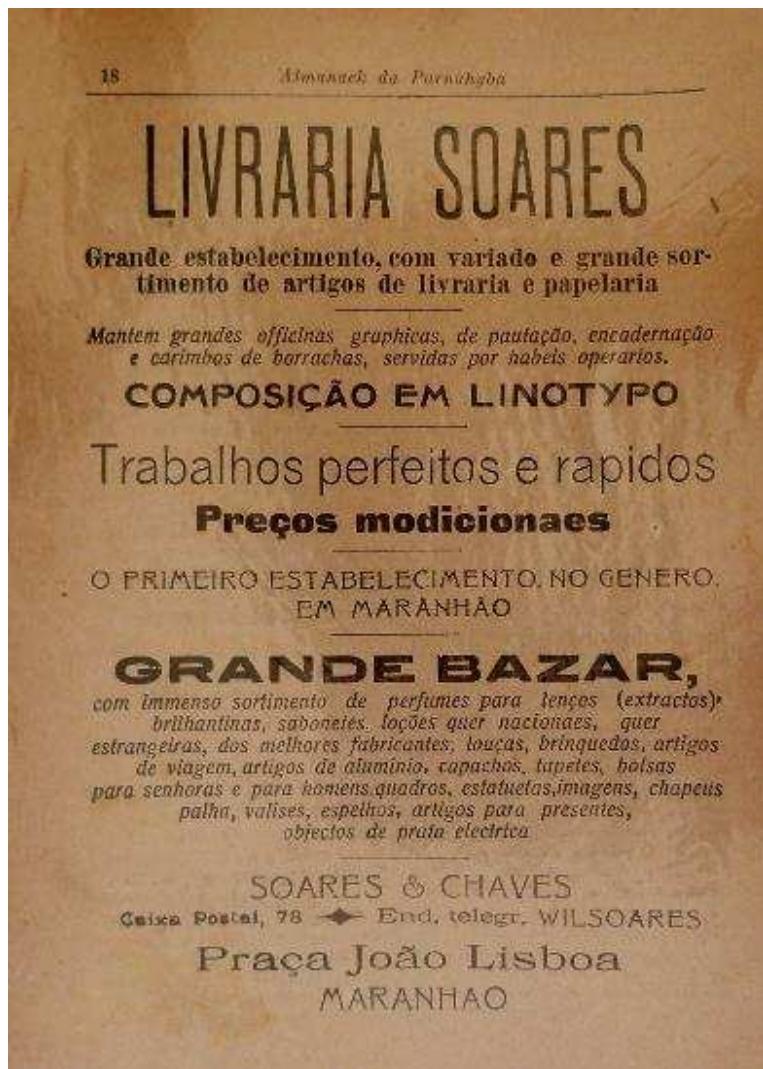


Imagen 41: Exemplo de propaganda.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1924, p.18.

Percorrendo as páginas, nos deparamos com o calendário, elemento tão característico nesse tipo de publicação. O mês de janeiro é mostrado com todos os Santos que marcam cada dia, além dos feriados festivos e religiosos de que se

compõe. O calendário se torna um componente proeminente e relevante nesse tipo de publicação, adquirindo a função de regulador do tempo para grande parte das populações, sejam urbanas ou rurais ao longo de sua existência.

Os usos do calendário estão diretamente relacionados à localização do público leitor. Para o homem do campo, era essencial na agricultura, nos processos que envolviam a semeadura e colheita. Para o homem da cidade, o calendário está relacionado aos principais acontecimentos sociais, principalmente aos religiosos – afinal eram datas diferentes a cada ano - que movimentavam a cidade e provocavam as sociabilidades mais relevantes ao longo do ano.

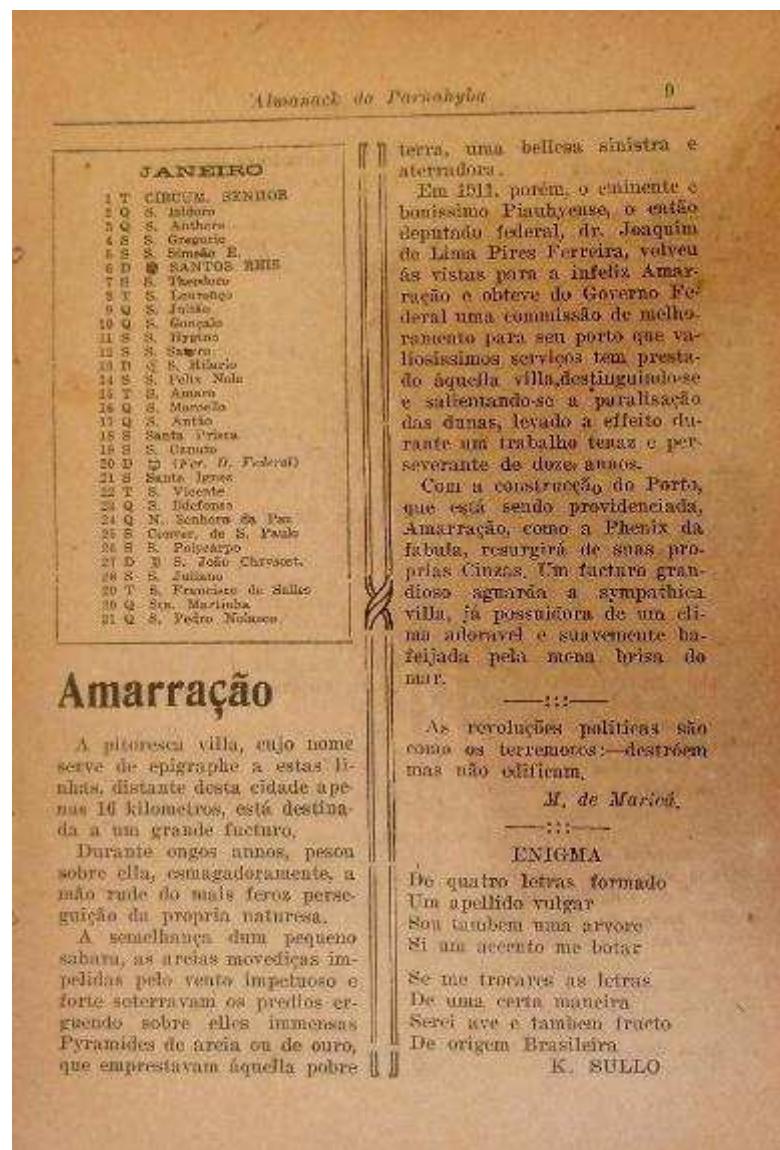


Imagen 42: Calendário mês de janeiro.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1924, p.9.

No norte do estado, a instalação de uma extensa rede ferroviária e dos telégrafos favoreceu o escoamento da produção, do trânsito das pessoas e da circulação mais rápida das informações. Tornou-se comum o deslocamento de jovens interioranos para a capital, não só em busca de empregos nos bancos, nas lojas comerciais e nas tipografias, como também de novas experiências nos círculos letrados de sociabilidade. Em sentido inverso, bacharéis saíam de São Paulo para exercer a advocacia ou a medicina em cidades do interior, onde também compravam fazendas e se ajustavam ao modo de vida rural.

A ferrovia promoveu, ainda, uma relativa mobilidade social, que abriu oportunidades para alguns segmentos médios da população, especialmente no comércio e nos serviços. Boa parte dos filhos dessa nova burguesia ia estudar nos grandes centros do país e retornavam “doutores trazendo novos hábitos em suas bagagens e influenciando parte da população local.

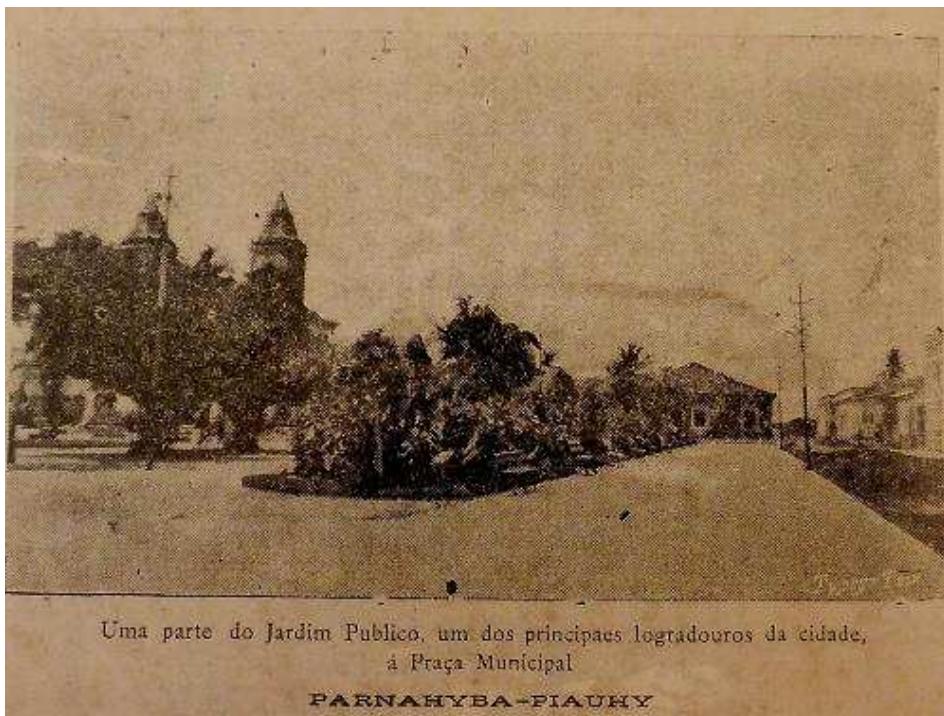


Imagen 43: Ajardinamento da Praça da Graça pelo prefeito Nestor Véras.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1924, p.49.

O mesmo texto menciona o nome do prefeito Nestor Gomes Véras, que assumiu a prefeitura em 1917 e, segundo Bembém, era um “moço de caráter firme e invejável capacidade de trabalho” a quem são atribuídos, em seu mandato, a

instalação da usina de luz elétrica, o ajardinamento da principal praça pública – Praça da Graça – da imagem acima, além da construção de vários prédios municipais e reforma de outros.

Uma brisa benfazeja parece acariciar Parnaíba, que marcha resoluta na sua evolução progressista, só, muito só, sem o auxílio de fora, mas sem desânimo, sem Fraqueza; sobre os melhores auspícios, ouvindo a canção em termina do Atlântico beijando a suas praias, em um movimento incessante, como a lhe ensinar que o segredo de vencer estar em não parar. (ALMANAQUE DA PARNAÍBA, 1924, p. 5)

O texto acima é bastante pragmático, ao enfatizar a ideia de uma “evolução progressista”. O progresso, para o autor, é aceito como algo natural, ao apontar que Parnaíba nasceu estigmatizada para o sucesso, com um futuro brilhante pela frente, custe o que custar! A marcha para o progresso já havia começado e não havia nada que a parasse! Esses discursos presentes no anuário recuperaram o tom do ideário político da cidade e capitaneavam cada vez mais a elite comerciária e os governantes em prol de “vender” a ideia de uma cidade progressista e moderna.



Imagen 44: Grupo Escolar Miranda Osório.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1928, p.28.

Mais adiante, o texto cita o sucessor de Nestor Gomes Véras no comando da prefeitura, Coronel José Narciso da Rocha Filho, que promoveu a instrução pública e o saneamento como metas de governo, construiu o grupo escolar Miranda Osório⁴⁴ e mais outros dois colégios em bairros distintos, ampliando significativamente a oferta de vagas estudantis na educação básica. Em relação ao saneamento básico, foi construído o Mercado Público⁴⁵⁴⁶, foi reformado e remodelado o matadouro da cidade, além da ação da vigilância sanitária sobre os charcos que contornam a cidade, que era drenada cuidadosamente, arborização das praças públicas, além de um constante serviço de limpeza pública.

Parte do esforço de modernização de Parnaíba se faz notar no primeiro editorial do Almanaque da Parnaíba de 1924, principalmente no que diz respeito às primeiras transformações arquitetônicas sofridas por Parnaíba com o início da construção da estrada de ferro Central do Piauí já em 1916. Uma cidade com prédios, tipificado como coloniais, vai se transformando, inspirada nos modelos mais modernos para época, ou seja, início do século XX, que oscilavam entre ecléticos, tais como neocolonial, neogótico e neobarroco, comportando também traços arquitetônicos copiados da chamada Belle époque europeia.

Sobre isso, Rego (2010, p. 224) afirma:

Apareceram os elementos decorativos de produção seriada: os gradis de ferro fundido, estucaria, vidraçaria, azulejaria, louça e metais,

⁴⁴ O grupo escolar Miranda Osório criado em 1922, na cidade de Parnaíba, um marco de uma nova fase desse tipo de escola no Piauí. Este foi, se excluirmos a Escola Modelo, o primeiro grupo escolar implantado no Estado. Assim, embora sendo em Parnaíba, cidade diferenciada das restantes do Estado por sua importância comercial e pela ação de sua elite político-econômica na consolidação de serviços urbanos que promovessem o desenvolvimento da região, o grupo escolar surgiu interiorizado como resultado da ação do poder municipal. “*Graças a boa vontade de S. Exa. O Sr. Dr. João Luiz Ferreira, Governador do Estado, junto a quem o Cel. Narciso e o Dr. Anisio Britto, Director da Instrução Pública, pleitearam a causa da nossa instrução descurada, foi criado o Grupo Escolar "Miranda Ozorio" que junto ás seis escolas mantidas pelo município, mais 5 collegios particulares subvencionados por ele e 6 outros não subvencionados tiveram uma matricula de 725 alumnos e com uma frequência de 600, em 1922. Havia porém duas entraves ao bom andamento das aulas, e era a falta de um prédio próprio com todos os confortos indispensáveis ás creanças, e falta de pessoal docente.*” (Almanaque da Parnaíba, 1924, p.9).

⁴⁵ “*Mercado Público que no dizer dos entendidos é um dos melhores do Norte, dotado de 62 tallios de mármore rigorosamente aceiados, e cuja construção obedeceu aos indispensáveis dados da engenharia sanitária, tornando-se assim um elegante departamento.*” (Almanaque da Parnaíba, 1924, p.9)

bandeiras e lambrequins recortados em serra fita, pastilhas, ladrilho hidráulico e telha plena. Detalhes arquitetônicos eram acrescentados tanto externa quanto internamente.

A maior parte dos palacetes e das residências construídos nesse período possuíam, em suas fachadas, diferentes elementos arquitetônicos, que incluiam o estilo Neoclássico, ArtDecó e Art Nouveau, com o uso de majestosas escadarias em suas entradas principais, tinham no topo da maioria dos seus telhados ornamentos em ferro ou madeira de lei, além de balaustradas e pinhais.

Abaixo, dois exemplos da nova arquitetura que, aos poucos, modificou o traçado urbanístico de Parnaíba:



Elegante e moderno palacete do conceituado comerciante, Bnr. Ademar Gonçalves das Neves, da firma A. G. Neves & Cia., em vésperas de conclusão.

Imagen 45: Residência do comerciante Ademar Gonçalves das Neves.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1929, p. 48.

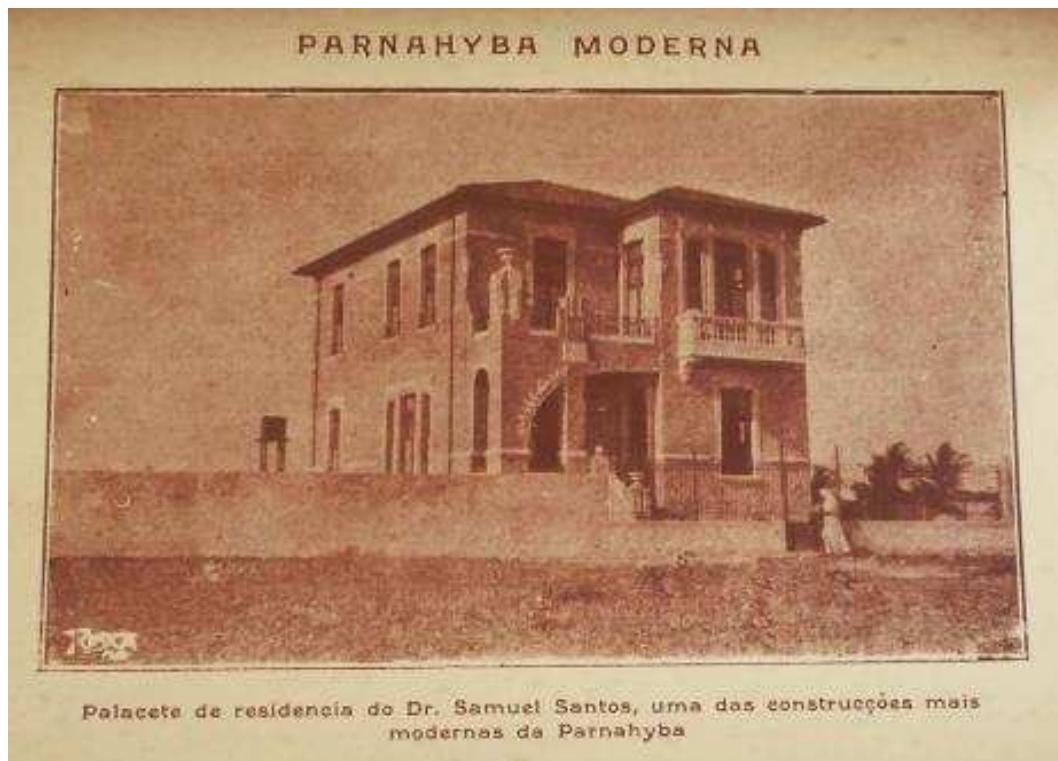


Imagen 46: Residência do médico Samuel Santos.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1926, p. 25.

Essas mudanças ocorreram durante a administração do Intendente José Narciso da Rocha Filho, tendo a década de 1920 experimentado um surto de modernidade, com o nivelamento das principais ruas da cidade de Parnaíba que, naquele momento, já contava com uma quantidade considerável de veículos em circulação nas ruas remodeladas. Iniciou-se o processo de numeração das casas, além da nomeação de ruas e praças. Essas reformas pelas quais a cidade passou, ao longo dos anos 1920, caracterizaram também uma nova realidade refletida na imprensa. O Almanaque se apropriou dessas imagens para, em quase todas as edições, mostrar ou tentar convencer seus leitores de que a cidade se modernizava a cada nova edificação, fosse uma casa, um novo empreendimento particular ou uma nova construção pública. Havia sempre uma narrativa enaltecendo o “ar de progresso” que a cidade respirava.

Ainda na década de 1920 em que a cidade gozava de uma aparência urbana que corroborava com o estilo sofisticado da vida de seus proprietários e os estilos arquitetônicos que apontavam para uma nova e moderna Parnaíba, seus principais serviços públicos simplesmente não existiam, tais como: sistema regular de coleta pública de lixo, sistema de tratamento de água, sistema de esgotos, sistema regular

de iluminação pública. O centro da cidade ainda sofria com as constantes inundações provocadas pela cheia do rio Igarassu. Durante a administração de Constantino Correia (1913-1916) foi construído o bairro Nova Parnaíba, cujo principal objetivo foi a transferência de pessoas em situação de risco nas regiões alagadiças, provocando dessa forma, o saneamento do centro da cidade e seu embelezamento. O bairro Nova Parnaíba foi um dos principais projetos voltados a acelerar a modernização da cidade de Parnaíba.

Em 1917, o interventor Nestor Véras autorizou a construção do Largo da Matriz (hoje Praça da Graça), onde mandou erigir um coreto, além de ajardiná-la. Iniciou também as construções da usina de luz elétrica e dos armazéns de couro, que se tornaram uma enorme fonte de renda para a prefeitura.

As benfeitorias urbanas foram sendo concretizados com a chegada do trem, da iluminação elétrica, da modernização do espaço urbano com a inauguração do bairro nova Parnaíba e a chegada dos primeiros bondes elétricos. Era o “tempo das certezas”, da geometrização dos espaços urbanos e da normatização racional do cotidiano, que transformava a cidade de Parnaíba em uma vitrine dos novos tempos produzidos pela urbanidade da cera de carnaúba. Nessa lógica racionalizada, os Almanaques se concebem como textos compostos dessa campanha em apologia à modernidade. Seus escritos de gênero multifacetado e investindo na noção temporal das novidades o metamorfoseiam como um “veículo” de incito no desenvolvimento de um imaginário local.

Para compreendermos esse processo, uma contextualização histórica é fundamental. No início do século XX, a cidade de Parnaíba foi marcada por intenso comércio, principalmente com a Inglaterra, que influenciou sobremaneira seus costumes e sua arquitetura. O comércio incentivou e reestruturou a navegabilidade do rio Parnaíba, impulsionando a economia interna e provocando uma série de reformas que, para o cidadão comum, soavam como os “ares do progresso”. Teresina⁴⁷ também foi contemplada com a implantação de energia elétrica, água encanada, a construção de estradas que interligavam as principais cidades do estado, além da ampliação da rede ferroviária que se estendeu até Parnaíba. Essas mudanças

⁴⁷ Teresina é a capital e o município mais populoso do estado brasileiro do Piauí. Localiza-se no Centro-Norte Piauiense, a 343 km do litoral, sendo, portanto, a única capital da Região Nordeste que não se localiza às margens do Oceano Atlântico.

provocadas pela ação do poder público explicam, em certa medida, a transformação da cidade de Parnaíba no principal centro econômico do Piauí.



Imagen 47: Prédio da Usina Elétrica de Parnaíba.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1929, p. 31.

Para além do discurso previamente descrito, que povoa as inúmeras narrativas acerca de Parnaíba no início século XX, apresentando-a como cidade próspera e progressista, é importante analisar o impacto das atividades econômicas no contexto, considerando também a questão social. A esse respeito, Mendes (2009, p.73) ressalta que

do porto acompanhando esse desenvolvimento econômico a cidade de Parnaíba vai formando uma infra-estrutura compatível com os novos tempos: uma linha de bonde (26 de maio de 1891); o telégrafo (5 de outubro de 1892); a Santa Casa de Misericórdia (26 de abril de 1896); vice-consulado Britânico (1913); a agência do Branco do Brasil (4 de junho de 1917); um corpo militar do Tiro de Guerra (24 de outubro de 1917); uma Associação Comercial (1º de Fevereiro de 1917); Linha aérea regular da “Nirba Line” utilizando hidroaviões (1930) dentre outros empreendimentos. A construção do Porto de Amarração consolidaria de vez esse momento econômico que passava o Piauí e Parnaíba particularmente. Em 1901 tem início, por parte dos parnaibanos, uma intensa campanha visando a construção do porto de Amarração. Em 1911 o governo do estado anuncia a formação de

uma comissão para fazer estudos na barra e no porto de Amarração, que conclui pela viabilidade da construção.

Apesar de a cidade contar com uma elite comercial e urbana, além de uma classe média formada principalmente por profissionais liberais ligados em grande medida também ao comércio de exportação e importação, Parnaíba recebeu uma quantidade significativa de empresas ligadas ao comércio marítimo e a outras atividades comerciais que se entrecruzam. Tudo isso explica, de certa forma, o rápido povoamento de Parnaíba no início do século XX.

Esse processo de modernização do espaço urbano de Parnaíba nas primeiras décadas do século XX não alcançou a cidade como um todo. Além das muralhas invisíveis que margeavam o centro da cidade, havia outra, sem praças arborizadas, sem calçamento poliédrico, sem o luxo dos palacetes, sem escolas. Era a cidade da gente pobre, dos trabalhadores no comércio, das empregadas domésticas, dos estivadores do cais, que carregavam nos ombros toda a modernização, sem poder dela usufruir. Esses trabalhadores que moravam nos bairros mais distantes não tinham acesso aos avanços tecnológicos trazidos à cidade nem aos bens culturais e educacionais. Na verdade, não tinham nem mesmo uma infraestrutura básica ou acesso aos serviços públicos ou particulares.

Todo esse descompasso, no entanto, não se marca nas publicações. A maioria dos periódicos que circulavam na cidade produziam discursos bastante parecidos, construídos em torno de palavras com “PROSPERIDADE E DESENVOLVIMENTO, CRESCIMENTO e PROGRESSO”. Praticamente todos os periódicos dessa época vão retratar de forma elogiosa os novos aspectos arquitetônicos proporcionados em grande monta pelo poder público e pequena monta por iniciativas privadas.

A cidade apresentada pela imprensa no discurso de modernidade contemplado nos principais periódicos que retratam as décadas de 1910 e 1920 seriam o jornal A PRAÇA, O NORTISTA e A SEMANA.

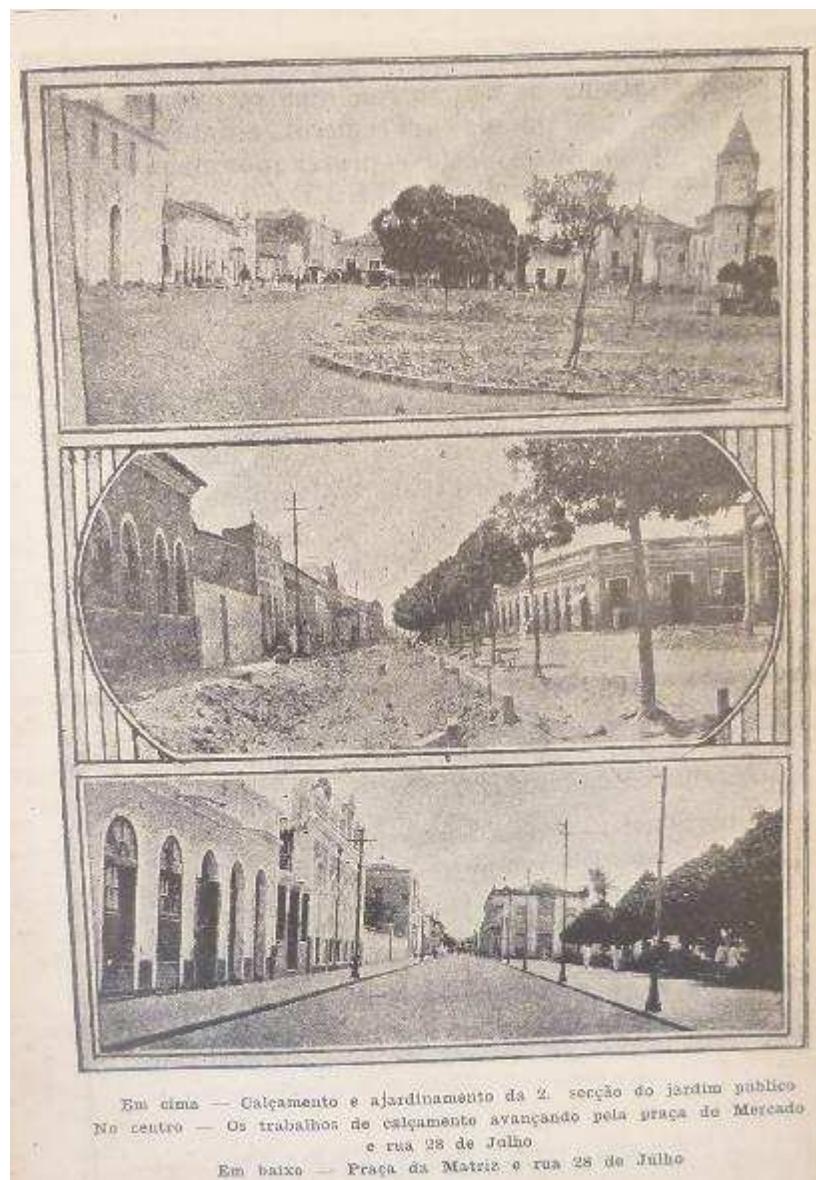


Imagen 48: Processo de modernização das vias urbanas.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1933, p. 127.

Com o advento da modernidade e a expansão da Cultura letrada, os Almanaque passaram a circular amplamente na Europa, em meados do século XVI e XVII. Mas foi especialmente no século XVII, sob a égide da Revolução Industrial e do crescimento urbano, que se fez notar o avanço da alfabetização e da leitura. Na medida em que mesclavam cultura Erudita e cultura Popular, os Almanaque entraram em um processo de internacionalização. Ao serem introduzidos como elementos da expansão capitalista Europeia, atingiram o continente americano e aqui foram sendo difundidos.

No Brasil, a expansão desse tipo de imprensa foi beneficiada principalmente por um aumento considerável da escolarização da população já a partir de 1908. A educação foi o maior estímulo, uma vez que se verificou a formação de um público leitor para esse tipo específico de periódico. É possível perceber inclusive a quantidade de propaganda dos Almanaques entre os séculos XVI ao do século XIX, com o aumento exponencial dos anúncios de internatos e externatos na região Sudeste do Brasil.

Com a maior escolarização da população, registrou-se o considerável aumento do consumo de livros, revistas e periódicos, assim como o número de autores na imprensa nacional em finais do século XIX. Nesse contexto, o início do século XX foi marcado por uma presença maior dos Almanaques, haja vista que revistas de variedades no Brasil só começaram a ser editadas a partir da segunda década do século.

Vários historiadores piauienses identificam as três primeiras décadas do século XX como a Belle Époque parnaibana. De acordo com Lima (2005, p. 211), esse período foi marcado por uma sombra de modernização materializada, pois

A cidade florescia, nas ruas as grandes casarões refletiam o desenvolvimentismo do comércio, artigos de diferentes origens, roupas, perfumes, motores, lojas, empresas de uma variedade sem número de produtos [...]; importações e exportações ligavam o Piauí a outros Estados, a outros países, à Europa, símbolo do moderno.

Conjeturamos que o processo de modernização e urbanização das décadas de 1920 e de 1930 não tenha ocorrido com a mesma intensidade das últimas décadas do século XIX. Podemos enfatizar, nesse cenário, o início da expansão da cidade para as áreas mais afastadas do centro da cidade, fazendo surgir o bairro Nossa Senhora de Fátima (antigo Macacal) ou o bairro Nova Parnaíba. Cremos que esse processo lento de expansão fora absorvido, interpretado e reinterpretado por diversos olhares que testemunharam as transformações que ocorreram nas duas décadas em particular.

É possível, por meio de jornais e revistas dos anos 1930 e anos 1940, apreender nessa sociedade o desejo de expansão urbana, dado especialmente pelo embelezamento de praças, da abertura de ruas, da criação de novos bairros, das exigências de saneamento, das mudanças nos costumes e na arquitetura urbana. A

despeito desse sentimento, também se verificaram certas atitudes contrárias ao processo de modernização em discursos saudosistas de uma cidade em constante mutação.

Como observado em outras regiões do Brasil, a modernização foi promovida por uma elite que, desejosa de se destacar na sociedade e aumentar as distâncias sociais, criou, aos poucos, um abismo entre privilegiados e desprivilegiados, uma vez que a grande massa não tinha acesso à maioria dos símbolos de modernidade criados com o desenvolvimento econômico alcançado. Essa realidade estava longe de ser vivenciada coletivamente, pois a modernização foi moldada também por meio de segregação social. As transformações no espaço urbano foram motivadas por uma elite desejosa de embelezar a cidade e, nesse sentido, Parnaíba se esforçava para acompanhar o movimento de modernização iniciado nas cidades apontadas como modelo de civilizadoras do país como, por exemplo, a cidade do Rio de Janeiro.

Enquanto Parnaíba nascera sob o mercantilismo e já ingressava no capitalismo, o restante do Piauí permanecia sob o regime feudal e patrimonialista, submetido ao patriarca dos latifundiários ou aos seus representantes, a burocracia estatal. (MENDES, 1994, p. 74).

Com suas atividades comerciais consideravelmente relevantes para o estado do Piauí e até para outros estados, a cidade fervilhava, com ruas lotadas de lojas abarrotadas de produtos franceses, ingleses e portugueses, muitos dos quais partiam para as cidades do interior do estado em barcos que, deslizando pelo rio Parnaíba, chegavam até o extremo sul. Também a partir do porto das barcas eram exportados produtos primários para Europa e Estados Unidos. Ademais,

Além do comércio importador e exportador, Parnaíba passou a contar com indústrias para transformação dos produtos originários do extrativismo, como refinarias de cera de carnaúba, curtumes e outras de produção de óleos e extratos vegetais. (MENDES, p. 73)

A maior parte dos trabalhadores assalariados de Parnaíba se dedicava direta ou indiretamente às atividades desse comércio, seja nas casas comerciais, nos armazéns ou mesmo nas embarcações que pululavam a todo momento no porto fluvial, embarcados ou como estivadores no cais. Vale ressaltar que a maioria dessa

massa de trabalhadores vivia em condições miseráveis, nos bairros próximos do porto, em casas de pau a pique e em condições insalubres. Mencionamos, ainda, que havia muitos prostíbulos estrategicamente instalados ao longo do porto.

Bastava do longínquo passado colonial. Parnaíba queria *se* modernizar a qualquer custo. E isso era sinônimo de embelezamento e deleite aos olhos de uma nova elite burguesa pronta para mudar o cenário. Seria o fim dos traçados disformes, das ruas e das nuvens de poeira no ar, provocadas pelo vai e vem das mercadorias que se amotoavam no Porto Salgado e no comércio no centro da cidade.

Nas ruas, o modernismo estava associado ao calçamento que revestia as vias públicas. O contraste se notava nas calçadas, principalmente nos arrebares cujos passeios se revezavam ora com lajes, ora com capoeira. Na construção dos novos prédios públicos era visível a necessidade de embelezamento da cidade. Diante disso, impôs-se a urgência de um plano diretor para ordenar, organizar e disciplinar o crescimento desvairado, produzido pelos inúmeros loteamentos populares, cujas construções produziam aberrações técnicas e arquitetônicas. Nesse cenário, as ruas sem nome e as casas sem número simbolizavam o pandemônio urbano. A solução seria a reodernação da vida em modelos mais modernos.

Para uma Parnaíba que desejava se modernizar na década de 1920, era necessário abrandar na arquitetura urbana seu passado colonial, com ruas esburacadas, fora de alinhamento e que dificultava um rápido e eficiente escoamento que seu progressivo comércio exigia. Seu traçado urbanístico, por nunca ter sido devidamente fiscalizado, produziu um sistema viário totalmente disforme. As ruas muito estreitas, usadas apenas para passar carroças, mercadorias ou cavaleiros, diferiam agora das vias públicas urbanas que cederam espaço para os automóveis e outros veículos automotores. Justamente com a vinda dos primeiros automóveis particulares, a circulação na cidade de Parnaíba se tornou mais difícil, por conta das nuvens de poeira que sujavam as roupas dos transeuntes, os móveis e tudo mais que pudesse alcançar, principalmente porque as casas e prédios estavam muito próximos da via pública. Ao longo das décadas de 1920 e 1930, o poder público procurou, então, atapetar as ruas com calçamentos, promovendo a transformação do espaço urbano e a reordenação da vida cotidiana.

Do ponto de vista das atividades industriais, se comparada à indústria nacional, Parnaíba se destacava também, pois, em determinados momentos entre as décadas de 1910 de 1920, a indústria Rosápolis, por exemplo, que fabricava óleos e produtos

químicos, funcionava com mais de 100 operários que trabalhavam em ritmo acelerado para cobrir as demandas. Apesar da grande crise econômica provocada em 1929 com a queda da bolsa de valores dos Estados Unidos e a diminuição drástica da oferta de empregos e produtos, na edição do Almanaque da Parnaíba de 1930, podemos contabilizar mais de sessenta empresas comerciais na cidade, envolvidas numa vasta gama de atividades comerciais e de serviços.



Imagen 49: A Velha Maria Fumaça em frente ao Casarão de Simplício Dias, 1930.
Fonte: arquivo pessoal de Carlos José Candeira.

Com o processo de urbanização observado em Parnaíba no início do século XX e o incremento das atividades de exportação e importação acontecendo em ritmo frenético, foi necessário criar mecanismos de suporte para o escoamento dos produtos oriundos do extrativismo das cidades vizinhas e a instalação de uma ferrovia que ligasse Parnaíba ao resto do estado. Como um meio de alargamento da ideia de progresso, o trem, além de servir como meio de transporte de produtos, aumentou significativamente as possibilidades de qualquer cidadão viajar no interior do Piauí e diminuiu drasticamente o tempo das viagens. Importa ressaltar que não havia ainda uma rede eficiente de estradas, o que dificultava sobremaneira o comércio. Como um dos símbolos da modernidade, o trem, maravilha da revolução industrial, chegou à

Parnaíba no início do século XX. Nas palavras de Mendes,

Em 1911, foram adquiridos equipamentos e fechados acordo para a construção do primeiro trecho com a empresa South American Railway Construction Ltda. Mas desentendimento entre o governo federal e a empresa contratada fez o início da obra retardar em mais de cinco anos. Somente em janeiro de 1916, por iniciativa do próprio governo do estado, tem início as obras da ferrovia, tendo à frente o engenheiro Miguel Furtado Bacelar. Em 16 de setembro de 1916, entra em funcionamento o primeiro trecho ligando Portinho a Cacimbaó. (MENDES, 2008, p. 76)

Assim, a ferrovia cumpriu seu papel no incremento das atividades comerciais de Parnaíba e do Piauí, ao harmonizar uma adequada dinâmica nos processos operacionais e no transporte dos artigos que comporiam o *boom* econômico.

Dezenas de casas importadoras e exportadoras controlavam o comércio e a distribuição de mercadorias entre o litoral e o interior do Piauí. Uma bem estruturada rede de filiais, agenciadores e caixeiros viajantes faziam a integração das cidades onde o curso do rio não atingia e a linha férrea não interligava. (MENDES, 2008, p. 76).

Com uma população de aproximadamente dezoito mil habitantes, a cidade de Parnaíba da década de 1920 apresentava relativo crescimento, embalados por esse dinamismo econômico. A cultura jornalística se manifestou célebre com a criação de vários periódicos e jornais que debatiam principalmente sobre o cotidiano da cidade, entre os quais podemos destacar: Jornal “**A Tela**”, “**Mocidade Jornal**”, Jornal “**O Trabalho**”, “**A Pátria**”, “**O Perdão**” (ligado às igrejas espíritas); Jornal “**A Tribuna**”, Jornal “**O Dia**” e Jornal “**A Praça**” (Associação Comercial de Varejistas). Essa expressividade de periódicos lançou também certo número de jornalistas, como Edison da Paz Cunha, Alarico da Cunha, Euclides de Miranda, Nadir Sobral, J. P. Lima Rebelo e Benedicto dos Santos Lima.

Parnaíba foi uma cidade que cresceu rapidamente, alavancada pela exportação de produtos de interesse no mercado internacional, como o babaçu e a cera de carnaúba. Acessível, valeu-se do fato de ser uma cidade localizada no centro do comércio naval, bem servida por ferrovias. Não descuidamos também da relevante ascensão cultural, manifestada na proliferação de livrarias, tipografias, jornais,

negócios e no aumento do número de “editores”, além de um movimento sutil de escritores reconhecidos ou não.

No que se refere ao círculo dos autores permanentes do Almanaque, incluem-se não apenas escritores de Parnaíba, mas uma vasta rede de escritores convidados de outros estados. A publicação se constituiu como tribuna para uma grande quantidade de pessoas talentosas. A personalidade do Almanaque está em uma liga orgânica das mais diversificadas quanto aos temas e gêneros das obras: pesquisa histórica e recursos diretos para a modernidade, a prosa e a poesia, o teatro e a arte de memórias, obras de arte e cultura e exemplos de criatividade popular e infantil.

Ao que parece, o conselho editorial do Almanaque acreditava que a publicação da melhor literatura contemporânea devia, idealmente, ser sistemática em todas as edições, pois são uma espécie de classe de correspondência com o objetivo de aumentar as habilidades literárias dos autores regionais e também proporcionar a oportunidade de aprender o que os escritores parnaibanos escreviam. Afinal, nem todos os leitores têm uma oportunidade financeira para comprar as revistas da capital, para não mencionar as edições das regiões vizinhas.

Nesse cenário de bem-sucedido desenvolvimento econômico no início do século XX, Parnaíba despontava como um polo industrial e comercial do estado do Piauí. Nessa perspectiva, o cinema materializava os desejos de famílias tradicionais parnaibanas, que a todo custo desejavam se incluir no novo cenário urbano visto como “progressista e civilizado”. O cinema proporcionou à elite da cidade novos ambientes de convívio social. Em Parnaíba, a primeira sala de projeção foi inaugurada dia 15 de novembro de 1924. A inauguração da ampla sala de projeção, Cine Teatro Éden, foi feita por integrantes de uma família de libaneses que adotaram o sobrenome de Ferreira.



Imagen 50: Cine Teatro Éden.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1926, p.30.

Em relação ao Cine Teatro Éden, temos o seguinte testemunho sobre a emergência do Cinema na cidade de Parnaíba:

Nos seus anos de pleno funcionamento chegou a ser considerado um dos principais do Norte e Nordeste e de sua tela centenas de jovens não desviavam os olhos na expectativa de observarem os mínimos detalhes nas vestimentas e movimentos dos atores da época. Na porta, sempre apinhada de gente nas sessões de sábado à tarde, se encontravam os namorados para depois darem voltas na Praça da Graça observando as enormes tartarugas na Praça Landri Sales e acompanhando a banda municipal no Coreto. Igual a tantas outras atrações de cidades do interior brasileiro, o Cine Éden era a sensação do momento. (Revista Histórica 2008, p. 15)

Como um dos símbolos das novidades modernas que Parnaíba recebe no início do século XX, o cinema assim aparece nas lembranças de Lima Rebelo:

A primeira demonstração de cinema que me lembro, foi promovida por meu tio assim Antônio Borges Machado (casado com tia Yayá, a irmã mais velha de meu pai) como parte dos festejos comemorativos do Centenário da Independência, do dia 7 de setembro de 1922.

É o caso da novidade do cinema e a incipiência no Teatro que veremos a seguir. Tio Borges era dono regular número de casas de aluguel, uma loja de fazendas e miudezas - loja A.B.C., um açougue, uma excelente casa de moradia no Largo de Santo Antônio (atual moradia de sua filha adotiva e herdeira, D. Altair esposa do Doutor Cândido de Almeida Athayde), num sítio com boa casa de campo, chamado Catanduva, no perímetro de testa branca, local da primeira sede oficial da Vila que deu origem à comarca da real cidade de São João da Parnaíba.

Na esquina da Rua Riachuelo com o então chamado Beco da Quitanda do Juquinha (atual Rua Dona Quetinha Pires), Tio Borges para servir como tela de projeção, arrumou branco de moringa grosso, que tomava todo Beco, desde a esquina da Quitanda até um poste fincado na borda de um terreno baldio, que lhe ficava em frente e do mesmo lado da rua. O projetor do filme foi montado sobre um caminhão tipo "Ford bigode", com a palavra Catanduva pintada na porta da boleia, como alcunha do dito e em louvor do sítio.

O filme, de curtíssima metragem, compunha-se de duas pequenas partes. Quando terminava a primeira, necessitava-se de pequeno intervalo para removê-la e colocar em seguida a outra parte.

A máquina projetora, quando em ação, competia galhardamente com o barulho do motor do caminhão que lhe fornecia energia. (1984, p. 57)

Inicialmente, as projeções eram exibidas em praças públicas, sem muitos recursos. Usavam-se lençóis brancos como receptores de imagens. Aos poucos, o cinema ganhou importância e passou a promover novos costumes que se refletiram no comportamento pessoal e social. Os irmãos Ferreira criaram a firma "Ferreira e Irmão" e se tornaram os precursores das grandes salas de projeção. O dia 15 de novembro de 1924 foi marcado pela inauguração da ampla sala de projeção, Cine Teatro Éden, que durante aproximadamente seis décadas exibiu produções do cinema nacional e mundial.

O desenvolvimento ocorreu acelerada e ordenadamente, compondo a esse poucos uma nova base estrutural, compatibilizada com as novidades modernas com as quais Parnaíba agora convivia. A cidade se destacava entre os principais municípios piauienses, sobretudo por utilizar as novidades tecnológicas que o progresso proporciona, a exemplo da luz elétrica e do Cine teatro Éden na década de 1920. Ademais, o município recebeu a criação do Jornal do Comércio e o cassino 24

de janeiro⁴⁸, bem como vários edifícios públicos, a pavimentação das ruas, dentre outros símbolos de modernidade.

Merece destaque a edificação do Grupo Escolar Miranda Osório, construído em 1927 conforme os projetos da época, exibindo duas entradas distintas, uma exclusiva para meninos e outra só para meninas. De acordo com Lopes (2001, p. 172),

Sua instrução foi comparada à dos maiores estados do Brasil. Escola moderna, urbana e civilizadora, deu um novo impulso à modernização da escola no Piauí, e foi um indicador preciso da civilidade e do desenvolvimento de Parnaíba. Tornou-se uma referência em matéria de educação, recebendo comissões oficiais de professoras da capital e de outras cidades do interior do estado.

José Narciso da Rocha Filho, representante municipal de Parnaíba, tinha como uma de suas preocupações a falta de preparo do corpo docente das escolas do município, fossem elas públicas ou privadas. Na busca por melhorias para o sistema educacional em sua gestão, contratou, em São Paulo, o professor Luiz Galhanone⁴⁹⁵⁰, com a missão de implantar uma reforma educacional e criar uma escola de formação de professores, capaz de alavancar a educação primária na cidade. No Piauí, a cidade de Parnaíba se transformou, então, num celeiro de inovações na área de educação. A construção do grupo escolar Miranda Osório marcou a educação estadual, demonstrando a importância da cidade como um divisor de águas no processo de ensino do município no contexto estadual, símbolo de um ensino novo como uma das representações da modernidade.

⁴⁸ De acordo com Lima Rebelo (1984, p.526), o **Cassino 24 de Janeiro** era um clube da alta sociedade, com dois salões de dança, local destacado para orquestra, salão com duas mesas de bilhar-francês, quadra cimentada para vôlei, tênis e basquete. Um salãozinho camuflado para jogos de cartas (onde muita gente deixou o “pélo” em acirradas partidas de poker). E bar com serviço ligeiro, em que predominavam os sanduíches, bolinhos salgados e pastéis. Não havia restaurante. [...] As festas e torneios esportivos do Cassino são recordações belas da época encantada da minha da minha vida. Quando eu respirava o perfume da Juventude em flor.

⁴⁹ Luiz Galhanone, bacharel em Direito, professor e diretor do Grupo Escolar João Kopke em São Paulo, tradutor e comentador da obra psicológica de Otto Lipmann. Educador especializado na implantação de currículos e programas de escolas de nível secundário e de escolas normais para a formação de professores, contratado na década de 1920 pelo prefeito de Parnaíba José Narciso da Rocha Filho (1921-1928) para estruturar e implantar as duas principais instituições de ensino: o Ginásio Parnaibano, atual Colégio Estadual Lima Rebelo, e a Escola Normal de Parnaíba, das quais foi um dos fundadores, no ano de 1927.

Convém, a despeito de todas as transformações positivas promovidas pelo estado e por iniciativas privadas, mencionar que a cidade ainda carecia de muitos serviços básicos e essenciais para comprovar seu título de cidade moderna. Não havia ainda um sistema de água encanada e tratada, sistema de esgotos, a iluminação pública ainda era bastante deficiente, a maioria das ruas da cidade ainda era de areia e a coleta pública de lixo também era deficitária. De acordo com os jornais da época, somente a partir da intendência de Constantino Correia (1913-1914), mirando na modernização da cidade, Parnaíba recebeu um projeto de peso com a feitura do Bairro Nova Parnaíba, projetado de acordo com os modelos de arquitetura urbana do começo do século XX, promovendo o saneamento da cidade e seu embelezamento. Essa medida do poder público propiciou a transferência de muitos moradores de zonas urbanas alagadiças que se concentravam no centro da cidade, próximos ao rio Igaraçu.

O próximo intendente, Nestor Véras (1917-1920), iniciou um projeto de ajardinamento e embelezamento das principais praças, além de criar a banda de música municipal. Durante sua gestão, foi construída uma usina de luz elétrica que funcionava com dois motores a diesel ligados alternadamente.

3.1 Parnaíba como sinônimo da modernidade

Como experiência temporal e espacial que se constituiu e se transformou, adequando-se ao gosto das configurações históricas de cada período, a modernidade assume as vivências como significado particular nas sociedades, principalmente a partir do início do século XX. O termo se popularizou com o processo de industrialização acelerado que o Brasil vivenciou nas primeiras décadas do século XX e a modernização começa a fazer parte da rotina dos brasileiros de forma aleatória e inconstante em várias regiões do Brasil.

As mudanças trazidas por novas descobertas tecnológicas propiciaram a ampliação de novos espaços e ambientes sociais. As alterações materiais presenciadas nas cidades do Brasil, em particular Parnaíba, e as tais “novidades tecnológicas” - como o telégrafo - diminuíram distâncias vertiginosamente e ampliaram as possibilidades tanto na economia, movimentando o comércio internacional em Parnaíba, quanto na cultura e nos hábitos sociais, por

potencializarem as interações e criarem experiências essenciais.

Civilidade e urbanização podem ser compreendidas a partir da instalação de uma extensa rede ferroviária e dos telégrafos, conquistas que beneficiaram imensamente o escoamento da produção e a circulação das pessoas e das informações. Com a chegada do trem, houve um grande suporte para o incremento da produção e a atração de capitais. Com um meio de escoamento mais rápido, diversos produtos, como veremos na figura abaixo, eram exportados para outras localidades.



Imagen 51: Firma Exportadora BERRINGER & Ca.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1928, p.60.

O trem também proporcionou o aumento das transações comerciais e o aparecimento de pequenos e médios estabelecimentos - alguns de grosso trato e que paulatinamente se transformaram em firmas maiores - erguidos nas primeiras décadas do século XX, os quais passaram a comercializar com os produtos da economia local ou importados de outras praças. Ainda nesse período, verificou-se o

surgimento das movimentadas feiras diárias, graças às quais se notava a atração de um grande público das regiões rurais do município e de outras cidades. Havia uma grande circulação de pessoas e mercadorias produzidas em cidades vizinhas e comercializadas em torno do mercado nas décadas iniciais do século XX.

Além disso, de acordo com Ciarlini⁵¹ (2012, p. 142),

havia se tornado o destino de vários jovens do Ceará e Maranhão, além de outros vindos do Pará, atraídos pelo desenvolvimento comercial [...] Muitos dos jovens migrantes eram poetas e assim formaram um grupo dileto de trovadores que tinham na Mercearia Bembém, de Benedicto dos Santos Lima, editor do Almanaque da Parnaíba, um local onde se reuniam e debatiam os mais variados temas.

Um artifício ligado às questões econômicas desencadeou a vinda de uma quantidade expressiva de letrados que, sob a tutela de Benedicto dos Santos Lima, imbuíu-se do ideal de materializar os anseios literários e procurar descrever a própria identidade cultural da região.

Tornou lugar comum o deslocamento de jovens parnaibanos para Teresina, à procura de novas experiências nos ambientes letrados de sociabilidade e, em direção oposta, bacharéis despontavam dos grandes centros do país para desempenhar a advocacia ou a medicina em cidades interioranas. Nesse ambiente de circularidade cultural, convergiu um ajustamento de modos de vida urbano/ rural.

A construção de narrativas sobre a modernização da cidade de Parnaíba foi uma prerrogativa de um número bastante expressivo de pessoas e grupos que apontavam a chegada da estrada de ferro, produzida pela percepção do seu valor no cenário desenvolvimentista da cidade e confiar que Parnaíba marchava nos trilhos do progresso. Nesses discursos, a ferrovia é exibida como a grande responsável pelo ar de progresso que a cidade respirava naqueles anos de mudança. A locomotiva, detentora de um *status* modernizador e civilizador, promoveria trabalho e riqueza, causaria certa revolução nos costumes e atitudes da população, alterando

⁵¹ Daniel Castello Branco Ciarlini, mestre em Letras pela Universidade Estadual do Piauí e doutorando em Estudos de Literatura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. É bolsista Capes. Autor de *A face oculta da literatura piauiense* (2012) e de *Literatura, imprensa e vida literária em Parnaíba* (2016).

significativamente determinados hábitos vistos como grosseiros.



Imagen 52: Rua Affonso Vizeu (Rua Grande).

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1929, p.20.

A fotografia acima, registrada e publicada no Almanaque da Parnaíba em 1920, reproduz um trecho da Rua Affonso Vizeu e do edifício da firma Casa Inglesa à esquerda e das várias casas comerciais que movimentavam o comercio da cidade. A imagem é bastante interessante, por apresentar um trecho da cidade que ainda não tinha aparecido no Almanaque. Na imagem, é possível observar novamente a representação de alguns dos símbolos de modernidade, tais como: prédios em estilo eclético, rua com traçado largo, trilhos para o trem, postes para distribuição de energia elétrica, automóveis para distribuição das mercadorias que chegavam ao porto das barcas e eram enviadas para várias cidades do Piauí, Ceará e Maranhão para serem vendidas.

3.2 Modernidade articulada dentro do Almanaque

A maioria das fontes pesquisadas testemunha que a cidade de Parnaíba atravessava, naquele período, uma modernidade e um progresso, tal qual experimentado por outros núcleos urbanos do Brasil. Afirmam, ainda, que a cidade respirava os ares de civilidade da chamada Belle Époque. Mas a modernidade se constitui discursivamente, representativamente, a partir de determinados sujeitos sociais, como uma verdadeira válvula de escape para seus interesses pessoais.

A modernidade não deve ser confundida com a modernização e não pode ser vista como algo que se materializa impecavelmente. Antes, deve ser pensada como construção alegórica de determinados grupos ou indivíduos em um determinado recorte temporal e geográfico de nossa pesquisa – nas três primeiras décadas do século XX - como projeto imposto, de acordo com seus interesses e organizado a partir de determinados modelos exteriores, escolhido e reproduzido como uma verdade incontestável.

A modernidade é um conceito de difícil apreensão, afinal não existe um consenso entre autores que a abordam com maior complexidade e densidade, como Giddens (1991), Berman (2007) e Benjamin (2000). Historicamente, a modernidade se inicia no período moderno, no Século XV, atravessado pela moderna ciência. Foi se amalgamando, a partir da Revolução Industrial, com a promoção e materialização dos valores burgueses. Está ligada à presença de um Estado que regulava e vigiava esses valores, os quais foram se instituindo de tal modo a constituírem todo o mundo ocidental, permanecendo até a atualidade. Em profunda afinidade com o capitalismo contemporâneo, essa modernidade tenta, a todo custo, excluir ativamente certos grupos sociais dissonantes de seus valores.

As propostas de Benjamim nos auxiliam a inferir a modernidade como uma sedução permanente de amplos grupos burgueses que convivem em meio à ilusão do novo e em oposição ao velho. Para o autor, “A modernidade caracteriza uma época; caracteriza simultaneamente a força que age nesta época(...)” (2000, p. 16).

Já Giddens (1991, p. 11) descreve modernidade como “estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa no século XVII e que de certa forma influenciaram o mundo”.

Para Lefebvre (1969), existe um profundo e abismal caráter paradoxal produzido no interior dessa modernidade desejosa de materializar certos valores burgueses e que tenta extinguir completamente os aspectos simbólicos da tradição, gerando um eterno conflito entre o moderno “novo” e o tradicional “velho”.

Le Goff (1990) comprehende a ideia de moderno como pertinente a todos os momentos históricos. Aponta que o entendimento e a representação desse conceito não são unâimes entre as pessoas ou grupos em um determinado recorte temporal e espacial. Sentir-se moderno é historicamente subjetivo e se relaciona com as quebraduras, com o passado. São as descontinuidades que aceleraram certas mudanças ou, pelo menos, as percepções destas.

Autores como Benjamin (1989) e Berman (1986) se aproximam na tentativa de compreender a modernidade – ambos sob o olhar do poeta Baudelaire - e discorrem sobre uma modernidade associada a uma ideia de cidade, de metrópole cosmopolita, recorrendo à literatura para apreender as mudanças no âmbito das percepções e das sensibilidades.

Na transmutação temporal, antigos costumes foram enterrados no mesmo sepulcro que, em sua época, uma infinidade de novos brotaram no berçário do tempo. A época moderna é arrostada por Benjamin como ocasionadora de uma aparência de desnorteamento e fragmentação das vidas pública e privada. Mesmo essa distinção começara a se dissolver com o advento da sociedade moderna. Para Benjamin, desaparece o homem tradicional e solene, enfeitado com as dádivas do passado e, em seu lugar, surge o homem contemporâneo, nu e deitado como um recém-nascido nas fraldas sujas da nova época na sociedade moderna.

Paralelamente à modernidade, irrompe um novo conceito, qual seja, o de progresso, que confiava no avanço da sociedade a partir da ciência e da técnica. Foi no século XX que esse “projeto de progresso” tomou mais força e posto em prática pelos diversos grupos sociais que compunham o Estado, mais especificamente aqueles ligados à ação oficial e comercial. No caso de Parnaíba, de acordo com João do Matto “(...), e foi precisamente nessa época e como consequência fatal do que afirmamos que Parnahyba, como quase todos os meios, cresceu e evoluiu. Entretanto, a consideramos ainda, muito aquém dos seus merecimentos, dos seus recursos e de suas necessidades.”, (ALMANACK DA PARNAHYBA, 1925, p. 12).

Parnaíba era apontada como a possibilidade de ascensão econômica do estado e, gradativamente, se considerava no cenário econômico local, regional, nacional e

internacional sempre, obviamente, ligada ao rio Parnaíba que leva seu nome e ao desejo de um porto piauiense.

A navegação do rio Parnaíba foi determinante para o progresso do comércio e de todo um aparato que se formou para o desenvolvimento, como o estabelecimento de companhias de navegação. Para isso o governo estadual lançou mão de incentivos que efetivassem o rio Parnaíba como principal via de transporte, como a Lei nº. 41, de 17 de julho de 1894, que autorizou a concessão de subvenção anual de 24 contos de réis, durante 05 anos à empresa que reinstalasse a navegação no rio Parnaíba; Lei nº. 359, de 18 de julho de 1904, que estabelecia subvenção a empresa que fizesse, mediante contrato, a ligação Floriano a Parnaíba. E em 07 de novembro de 1903, um Ato da Capitania dos Portos do Piauí, que liberava o tráfego do rio Parnaíba a qualquer cidadão. (MENDES 1994, p. 72)

Parnaíba foi se construindo e sendo construída pelos diversos signos que lhe deram uma maior e melhor visibilidade. De acordo com o ALMANACK DA PARNAHYBA (1924, p. 02) “aquele que pela primeira vez visita hoje Parnahyba, quase impossível se lhe torna fazer uma apreciação exacta do rápido ascendente que vem tendo nossa urbe (...).” Verificamos, até este ponto, a expressão desse discurso progressista, que ganhou quórum quase unânime entre os comerciantes locais desejosos de atrair mais empresas e empreendedores para alavancar seus negócios.

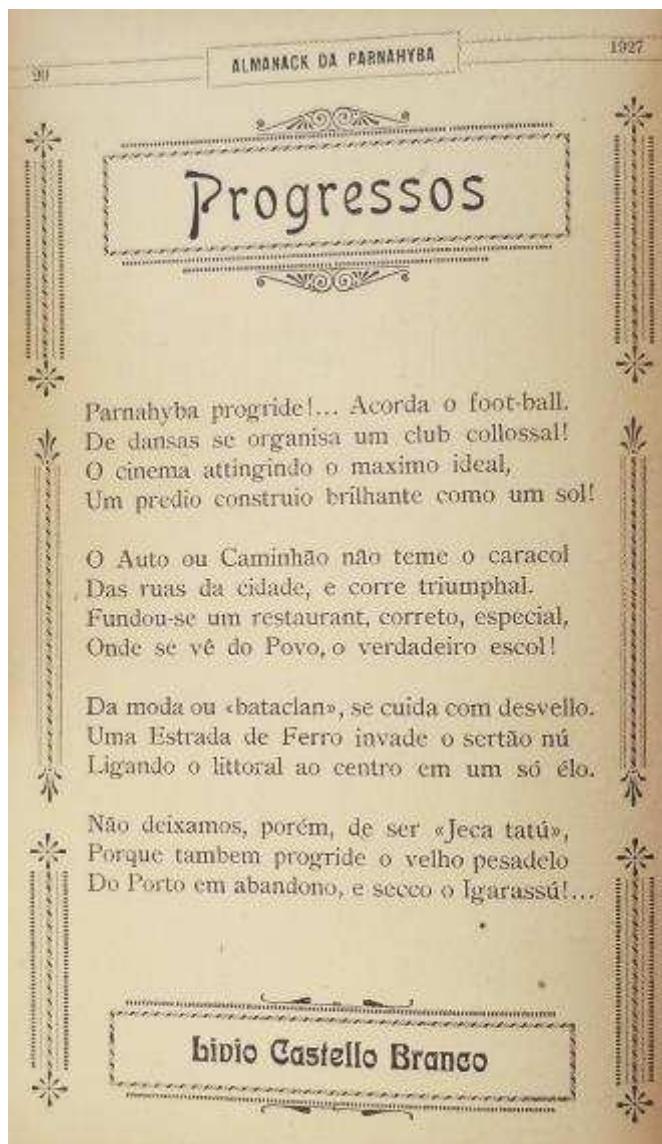


Imagen 53: Poesia Progressos de Lívio Castello Branco.

Fonte: Almanaque da Parnaíba: 1927, p. 20.

Filho de seu tempo, o Almanaque revelava um processo de temporalização que se dilatava, sobretudo em círculos científicos. Esse tempo reconfigurado implica novas percepções da realidade. Nesse novo tempo, o futuro é transmutado em progresso e, de acordo com Koselleck (2006, p.37):

O futuro desse progresso é caracterizado por dois momentos: por um lado, pela aceleração com que se põe à nossa frente; por outro lado, pelo seu caráter desconhecido. Pois o tempo que se acelera em si mesmo, isto é, a nossa própria história, abrevia os campos da experiência, rouba-lhes sua continuidade, pondo repetidamente em cena mais material desconhecido, de modo que mesmo o presente,

frente à complexidade desse conteúdo desconhecido, escapa em direção ao não-experimentável.

Assim a passagem de tempo estava atrelada inevitavelmente à noção do progresso. E como o homem comum dá sentido ao tempo? Se o tempo promove a inserção de passado, presente e futuro na sensibilidade e, principalmente, nas relações interpessoais, a leitura do Almanaque interfere na noção humana de recepção do tempo. É possível mesmo pensar que a tríade sempre presente, a saber, progresso, aceleração do tempo e novidade constituíam uma experiência de tempo ao leitor, atrelada à ideia de modernidade e que se manifestava no encadeamento dos lançamentos e dos conteúdos do Almanaque da Parnaíba.

O panorama contextual piauiense do início do século XX instituiu uma atmosfera favorável e particular, de um modo de vida ligado principalmente às possibilidades e práticas concretas que ocorriam nesse contexto progressista.

Ferreira (2001, p. 20) atenta para o fato que, no Brasil, os Almaniques trouxeram uma feição mais civilizadora ao afirmar que,

No caso do Brasil, pode-se mesmo falar no aspecto civilizador dos Almaniques, do que representam chegando aos mais distantes sertões, aos povoados mais afastados, e mesmo nas cidades, numa integração de domínios rurais e urbanos, transitando entre classes sociais, exercendo a aproximação afetiva de repertórios.

O progresso da cidade não estava acoplado exclusivamente à sua disposição em permanecer desempenhando a função de centro comercial do estado do Piauí, mas o processo de modernização e o progresso alardeado pela elite comercial era, sim, um dos elementos, se não o basilar, o que distinguiu, no estado, Parnaíba como sendo uma urbe moderna, progressista. Em linhas gerais, uma cidade conectada a um ideal de progresso e modernidade que se validava pelo aspecto diário do “novo” tendo no foot-ball (1913), na estrada de ferro (1919), no club de dança (1918), no cinema (1917), no auto ou caminhão (1923), no restaurant (1918), no bataclam, seus maiores expoentes de progresso.

Símbolos da modernidade que iam formando - na medida em que eram usados para o letramento e a alfabetização - e informando os parnaibanos e os piauienses que, ao mesmo tempo e sentido, também eram formados e informados pelos mesmos

habitantes que subjetivaram e viveram essas transformações que o mundo moderno proporcionou. A presença de empresas estrangeiras, inclusive reforçava a ideia de Parnaíba como requintada.

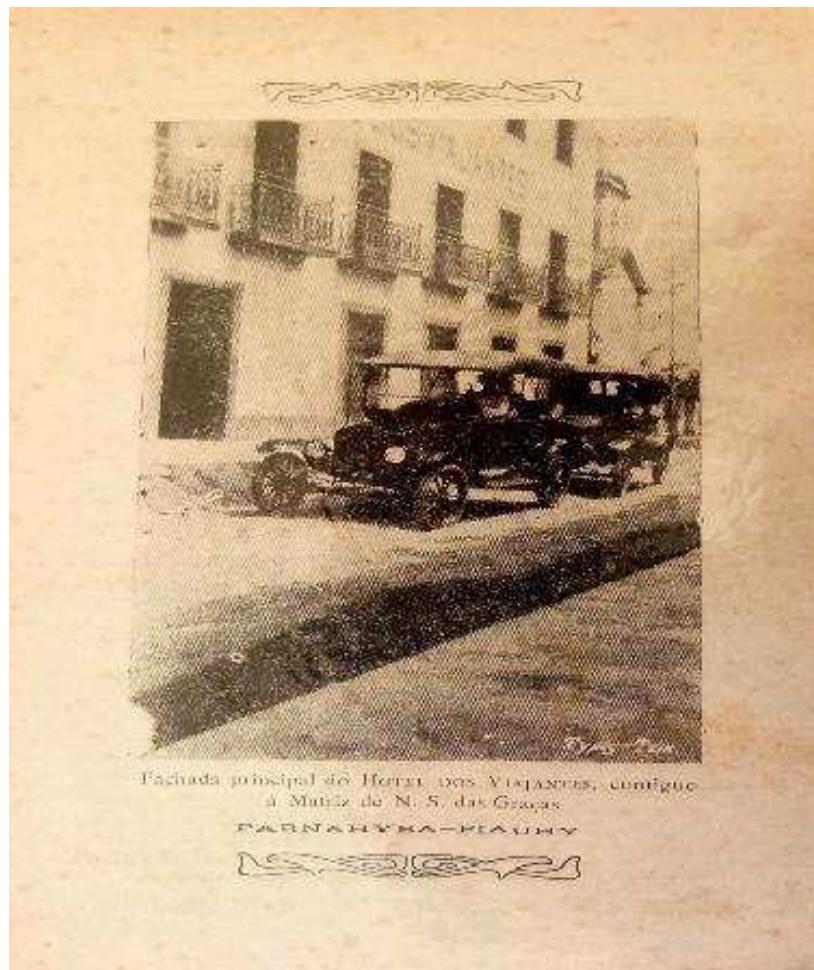


Imagen 54: Veículos em frente ao hotel dos Viajantes.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1924, p.30.

Com o surgimento dos automóveis na paisagem urbana de Parnaíba, criava-se uma atmosfera de modernidade na cidade. Os veículos invadiam as ruas onde antes os pedestres passeavam sem maiores preocupações. Com isso, a cidade precisaria ser reordenada: onde antes havia apenas areia ou barro, agora se impunha o calçamento, para evitar que a poeira invadisse as casas e os comércios ou sujassem as roupas dos transeuntes. Apesar dos sustos iniciais que causariam na população, os veículos produziam uma imagem de poder e, ao mesmo tempo, fascinação. Se inicialmente demonstravam *status* social, aos poucos passaram a representar muito mais uma forma de vinculação ao civilizado mundo moderno. A chegada desses

automóveis trouxe um choque expressivo ao imaginário popular, até mesmo nas percepções e melindres cotidianos: a crescente sensibilidade pública abraça a todos em um delírio do qual poucos se esquivam. O automóvel surge como um indicador nesse processo de modernização e tem estreita relação com o conjunto de alterações corporais e de vestuário do período.

3.3 Os vice-consulados: status de modernização

Muitos estrangeiros e brasileiros exerceram a função de vice-cônsul ou de agente consular em pequenas cidades pelo Brasil. Eles representavam os interesses de seus países e eram pessoas com certo prestígio social na sociedade local, sendo em sua maioria comerciantes. Mirando uma expansão das relações de comércio no Brasil em pleno século XIX, vários países estrangeiros abrem representações consulares que compuseram uma rede de informações sobre o país.

Essas representações consulares eram encarregadas de organizarem, em cada cidade, relatórios com as mais variadas informações comerciais sobre logística de transporte, questão de impostos, principais preços matérias-primas, perfil do mercado consumidor e a capacidade de consumo local, taxas de câmbio, etc. Essas informações serviriam para melhorar as relações entre a produção de manufaturas estrangeiras e o mercado consumidor brasileiro. Outras funções desempenhadas pelos vice-consulados eram: a divulgação da língua e da cultura, o cumprimento da política externa, além da proteção dos direitos e dos legítimos interesses dos países e dos seus nacionais.

Em Parnaíba, foi criado, em 19 de março de 1863, o vice-consulado francês, tendo sido o seu primeiro titular o Tenente-coronel José Francisco de Miranda Filho. Entretanto, com a chegada do francês Moise Marc Désiré Jacob à cidade, em 1886, e o aumento das relações comerciais entre a França e o Brasil, o cargo de Agente Consular lhe foi confiado durante vários anos, até ser substituído, após o seu falecimento, em 9 de janeiro de 1927, por seu sobrinho Roland Gabriel Jacob, que o manteve até seu fechamento na década de 1950.

Já o vice-consulado de Portugal em Parnaíba foi criado antes mesmo do reconhecimento oficial da vila de S. João da Parnaíba como cidade, em 18 de março de 1844, quando o comerciante português Paulino Basto foi nomeado primeiro Vice-

Consul de Portugal na cidade, durante o reinado de D. Maria II. Na imagem seguinte, vemos sua sede localizada na residência do senhor Alarico da Cunha⁵².



Imagen 55: Vice-Consulado de Portugal em Parnaíba.

Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1928, p.23.

O Vice Consulado Britânico em Parnaíba fundado em 1913, depois de aberto oficialmente o escritório de Booth & Co na cidade. Antes disso, os assuntos de interesse da Grã-Bretanha eram tratados com o britânico Paul Robert Singlehurst, fundador da "Casa Inglesa", em 1849, e conhecido por Paulo Inglês. Não havia, em

⁵² Alarico José da Cunha nasceu em 1883 na atual cidade de Timon-Ma. Estudou no Liceu Piauiense e, em 1903, veio para Parnaíba. Alarico da Cunha logo se destacou na sociedade parnaibana como uma referência intelectual, com fluência em várias línguas e conhecimento voltado para muitas áreas. Por muitos anos foi funcionário da Booth Line, empresa da Inglaterra com escritório em Parnaíba. Fluente na língua inglesa, ele mesmo ia a Tutoia comandar o embarque de carga nos grandes navios. Em 1938, aos 31 anos, Alarico juntou-se aos caixeiros que fundaram a União Caixeiral e foi um dos sócios mais empenhados para a instalação da escola e construção do prédio e é autor da letra do Hino da União Caixeiral. Para a imprensa local e de outras cidades, escreveu artigos, crônicas, contos, ensaios, poemas, memórias. Durante os anos 40 e 50, foi redator-chefe da Aljava, jornal de Benedito dos Santos Lima.

Parnaíba, vice-consulado estadunidense, entretanto, atendendo a um pedido do Governo dos Estados Unidos, por intermédio do Consulado, em Belém, José de Mendonça Clark, sócio da firma James Frederick Clark & Cia. Ltda., comprometeu-se a representá-lo em Parnaíba, prestando informações comerciais.

Com a chegada de imigrantes, a maioria vindos de Portugal, da Inglaterra e da França, no final do século XIX e início do século XX, alguns trabalhando para as grandes empresas de exportação, como os ingleses e franceses, ou mesmo para trabalhar em outros tipos de comércio, mas que acabaram por escolher Parnaíba como o seu lar, a implantação dos consulados se tornou necessária. Esse fluxo de estrangeiros aumentou a importância da cidade no cenário das relações internacionais e obrigou a implantação de representações diplomáticas estrangeiras na cidade de Parnaíba. Ao lado dessa aparente modernidade, surgia também uma cidade com tendências à internacionalização, um farol para a massa de imigrantes que aqui chegavam para se fixar. Apesar das primeiras representações serem criadas informalmente, com o passar do tempo e uma densidade maior de comunicação entre os cônsules ou vice-cônsules parnaibanos e suas representadas, os consulados foram sendo paulatinamente oficializados.

3.4 Circulação do Almanaque fora do Piauí

O arrolamento de articuladores e as temáticas propostas presentes no Almanaque municiam uma percepção significativa do universo social e cultural parnaibano, a partir da década de 1920, e apontam para uma relativa mobilidade econômica de parte da população envolvida nas atividades de importação e exportação, como também a interação entre os mundos rural e urbano, moderno e arcaico, civilizado e camponês.

No Piauí, a circulação dos impressos predominou durante muito tempo restrita à sua capital, primeiro Oeiras (1760 a 1852), depois Teresina. Em comparação à capital Teresina fica claro, pelas palavras de Pinheiro Filho (1972, p. 39), que a circulação de impressos em Parnaíba se encontrava em estágio mais avançado. O autor explica:

Acontece que Parnaíba teve oportunidade de possuir jornais antes mesmo de Oeiras e Teresina, devido ao empório comercial que

representava, e a ligação marítima com as demais províncias e depois Estados do Brasil, e países do mundo. Não sentiu, porém, esta necessidade, pois, que ali se recebiam regularmente jornais do Maranhão, de Pernambuco e da Corte.

A imprensa assumiu uma função destacada nesse processo de modernização. Apesar de os jornais já não serem uma novidade, as inovações tipográficas e as novas fontes de energia ajudaram a baratear a imprensa, notadamente quando as elites locais parnaibanas buscavam se alinhar ao ritmo da modernidade. Por sua grande dilatação modernizante, transformou-se, aos poucos, em produto e participante, procurando, às vezes propagar os valores e as práticas da época. Os que escreviam nas redações dos jornais procuravam compartilhar ideias e conceitos sobre o mundo, a civilização, o progresso e a cidade.

Os principais jornais e revistas lançados em Parnaíba no século XIX foram,

1. **"O COMMERCIO DA PARNAHYBA"** — Jornal semanal, comercial e noticioso. 1861.
2. **"O ECHO DA PARNAHYBA"** — Semanário voltado aos interesses materiais da Província, mercantil e noticioso 1863.
3. **"O ECHO PARNAHYBANO"** — Órgão do Partido Ligeiro Progressista 1863.
4. **"A VIOLETA"** — Leitura para senhoras 1864.
5. **"O LIBERAL"** — Jornal semanal, da política liberal, voltado aos interesses morais e materiais da Província 1864.
6. **"O PARNAHYBANO"** — Periódico noticioso e comercial. 1880.
7. **"O COMMERCIAL"** — Periódico noticioso e comercial pertencente ao cel. Joaquim Antônio de Amorim Filho 1889.
8. **"O Patriota"** — Jornal semanal, comercial e noticioso de propriedade de Benedicto da Costa Fernandes 1891.
9. **"O LEGALISTA"** — Órgão do partido legalista local 1892.
10. **"O LIDADOR"** — Jornal semanal. 1893, (tendo a sua tipografia assaltada e empastelada na noite de 8 para 9 de janeiro de 1894).
11. **"JORNAL DO PIAUHY"** — Neutro entre os partidos. Outubro de 1893.
12. **"O ROUXINOL"** — Órgão da classe estudantil de Parnaíba 1898.
13. **"A PARNAHYBA"** — Jornal de pequeno formato 1899.

Percebemos, pela quantidade de jornais publicados e as datas espaçadas entre eles, uma das características da imprensa parnaibana: a descontinuidade. Diferentes periódicos iniciaram sua publicação entre os anos de 1863 e 1899. Os jornais se configuravam, ao mesmo tempo, como portadores e componentes da modernidade.

Nesse período, a imprensa em Parnaíba vivia outras circunstâncias econômicas, pois possuía jornais mal estruturados economicamente, o que resultou em publicações de vida efêmera. A partir da década de 1920, com a melhoria das condições econômicas, os jornais passaram a disputar espaço com o almanaque da Parnaíba.

A influência das ideias de autores piauienses no Almanaque começou, em grande medida, por causa de sua presença nos debates sobre educação e cultura popular no contexto preenchido no espaço cultural no Piauí. Catalisando uma função semelhante à de comunicação e constituindo uma espécie de "catecismo popular iluminado", alguns extratos de Almanaque foram reproduzidos em folhetos e impressos como trechos em Almaniques populares, tais como edições nas quais eles desempenharam a função de um "catecismo secular", do qual se extraíram máximas e regras de comportamento.

Ressaltamos que eles fizeram a sua entrada nas formas populares de imprensa, uma vez que eram considerados como um veículo adequado para compartilhar instrução entre as pessoas comuns, com escassos recursos e impedidos de possuir quaisquer outros livros. Além disso, o Almanaque preenchia quase todos os espaços entre os dias dentro do calendário com frases proverbiais, que continham a sabedoria popular de muitas épocas e nações e possuía, em seu discurso, uma conexão com o cotidiano da maioria das pessoas. Também merece destaque o duplo processo de tradução intercultural e intracultural que várias formas de tradução e transferir o trabalho e estende as estruturas incorporadas no texto do Almanaque que se apropria muitos textos citando, reescrevendo e transformadora.

Os exemplos seriam fáceis de multiplicar e retornar à função dominante do Almanaque: servir como um reservatório de sentenças morais, mas também considerações políticas e econômicas susceptíveis de atingir, devido à sua forma e sua retórica, um grande público de leitores, e até mesmo - por meio de leitura em voz alta - a sociedade analfabeta. Mesmo na década de 1920, ainda encontramos diferentes exemplos em várias seções do Almanaque da Parnaíba.

A recepção do Almanack mostra uma estreita relação entre o papel desempenhado por Benedicto na realidade histórica - que é muitas vezes atribuída a ele como diplomata e mediador conselheiro - e papéis fictícios ocupados pelos narradores de seu Almanaque. O Almanaque está cheio de textos dirigidos ao leitor pela boca e a voz do caráter de Benedicto. Discursivamente construído como figura

colorida e próxima de seus leitores, Benedicto vai mesmo dedicar poemas para seu narrador-orientador.

O papel discursivo de Benedicto, bem ancorado na pragmática e buscando uma escrita próxima das camadas populares para atingir um grande público de leitores, priorizava textos como os julgamentos, as máximas e os conselhos, dando-lhes uma espessura narrativa e pano de fundo pessoal e biográfico. A recepção do Almanack mostra uma estreita relação entre o papel desempenhado por Benedicto na realidade histórica - que é muitas vezes atribuída a ele como diplomata e mediador conselheiro - e papéis fictícios ocupados pelos narradores de seu Almanaque. O Almanaque está cheio de textos dirigidos ao leitor, por meio da voz e do caráter de Benedicto.

No Almanaque da Parnaíba de 1924, encontramos, na página 13, um poema dedicado a Benedicto dos Santos Lima, intitulado São Bernardo, de autoria e Herculano Santos, correspondente telegráfico em São Luís – Maranhão. Apesar de os versos estarem retratando a cidade de São Bernardo – Maranhão, podemos inferir, pelo contexto, que o alcance do Almanaque através de seus colaboradores ultrapassava os limites do estado.

Outro exemplo dessa circularidade aparece no jornal **Diário de Notícias**, do Rio de Janeiro, publicado em 11 de junho de 1940. Na página 08, segunda secção, intitulada **PROGRAMAS PARA HOJE**, havia uma extensa e detalhada programação de uma série de rádios do Brasil e de alguns países da Europa e Estados Unidos. No recorte que segue, vemos a programação de uma rádio **BRITISH BROADC** inglesa e da norte americana **N.B. C. — R. C. A VITOR** em que aparece o programa da parnaibana Marina Veiga, que apresentava as notícias em português.

BRITISH BROADC (PSB e GSE)

20.24 — Anúncios em espanhol o inglês. 20.30 — A anunciar. 20.45 — Sinal horário Greenwich. 21 — Noticiário em português. 21.15 — Programa anunciado em português. Noticiário em inglês. 21.45 — A anunciar. 22.45 — Comentário em espanhol sobre as notícias da semana e a vida na Grã-Bretanha. 23 — Noticiário em espanhol. 23.15 — Fim da transmissão.

N.B. C. — R. C. A VITOR (WNBC • WRCA)

18. — Notícias. 18.15 — Resumo dos programas. 18.17 — Discoteca VICTOR. 18.45. 18.45 — Mala dos correios Crispim Santos. 19 — Notícias. 19.15 — Ritmos populares. **19.45 — A vida em Hollywood**
Marina Veiga.

Neste programa, Marina Veiga apresentava várias informações sobre a cidade de Parnaíba colhidas nas páginas do Almanaque. Havia mesmo recados dirigidos aos parnaibanos a partir do seu programa. No último Almanaque produzido por Benedicto dos Santos Lima em 1941, na pagina 31, em um artigo intitulado “NOSSO ALMANAQUE EM NEW YORK”, Marina Veiga que também apresentava um programa chamado “A vida em Hollywood”, responde ao exemplar do Almanaque que recebeu como presente enviado pelo parnaibano Anísio Neves.



Imagen 56: Programa Marina Veiga
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1941, p.31.



Imagen 57: Texto de Marina Veiga.
Fonte: Almanaque da Parnaíba, 1941, p.32.

Marina Veiga, nessa nota, informa aos ouvintes sobre seu encantamento com a leitura, principalmente com o fato de o anuário estar “cheio de lindos sonetos, artigos bem escolhidos que prendem a atenção do leitor” e, em particular, o artigo intitulado **“PARNAIBA, noticia histórica”** que, influenciado e inspirado pelos ideais iluministas do século XVIII, fala dos parnaibanos, em 19 de outubro de 1822, declarando a independência do Brasil. Em março do ano seguinte, entraram em luta armada contra os soldados portugueses liderados pelo capitão portugues Cunha Fidié, derrotando-os e expulsando-os do Piauí em uma batalha que ficou conhecida como “batalha do Jenipapo”.

A autora também destaca e se encanta com o fato de esses mesmos parnaibanos aderirem ao movimento republicano dois anos depois, em um episódio que ficou conhecido nacionalmente como Confederação do Equador. Em sua narrativa, afirma que esses episódios ocorreram porque “Parnaíba possuía consciencia cívica” e, mais adiante, parabeniza Bembem pelo Almanaque.

Essa imagem reforça a tese que o Almanaque foi além do objetivo inicial de Benedicto dos Santos para a jornada de criar um impresso apenas para dar de presente aos seus amigos frequentadores da Mercearia O Bembém, projeto que surgiu tímido, com apenas 44 páginas, circulação local e uma tiragem de mil exemplares, mas que, em apenas duas décadas de produção, já atingia a cifra de dez mil exemplares e circulava em quase todas as regiões do Brasil e ocasionalmente em outros lugares do mundo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi Walter Benjamin que, ao escrever *Rua de mão única* (1928), montou o que chamou de “**A técnica do escritor em treze teses**” e declarou, na décima-primeira: “Não escreva a conclusão de sua obra no lugar em que habitualmente trabalha. Não encontrará lá a coragem para fazê-lo.” Mesmo saindo do meu lar doce lar, tonou-se extremamente difícil produzir uma conclusão que não buscasse uma verdade acabada e procurar evidenciar que a pesquisa aponta para um resultado dentre tantos outros possíveis.

Esta é a ocasião que demanda alguma conclusão sobre os caminhos percorridos até agora, dos percalços com que nos deparamos, dos autores escolhidos para trilhar o caminho, das fontes usadas. Compreendo que, para cruzar os caminhos, atalhos se fizeram indispensáveis. Fui ziguezagueando por labirintos, de acordo com as informações encontradas em cada fonte pesquisada. O projeto inicial foi se metamorfoseando até chegar ao estado atual, que ainda me provoca mais dúvidas que certezas e sugere outras possibilidades para trilhar novos caminhos.

Quando me propus escrever sobre o Almanaque da Parnaíba, tínhamos em mente o desejo de produzir um texto que, minimamente, procurasse compreender as nuances entre os autores, produtores e leitores do anuário e a conjunção e inserção no imaginário popular de uma modernidade. Como primeiro objetivo na construção do texto, intencionamos demonstrar que a feitura do Almanaque foi condicionada por uma série de fatores, em sua maioria associados às questões econômicas e às possibilidades que afetaram os espaços de sociabilidade.

Ao posicionarmos o Almanaque da Parnaíba no conjunto de sua importância, ou seja, como texto e objeto impresso, propomos um diálogo entre os discursos que circulavam no período pesquisado sobre a modernidade e a sociedade que sofreu suas consequências, no intuito de satisfazer as necessidades e as expectativas dos editores e leitores, que prezavam não só pela escrita, mas também pela imagem. O almanaque aglomera símbolos que adubam a criatividade, que expressam um discurso ora bucólico, ora infrator.

A influência e o choque de inovações tecnológicas é uma das características acentuadas do acelerado conjunto de mudanças em curso no decorrer do século XIX, de maneira especial na Europa e nos Estados Unidos, um processo que não aprazou

a ter reflexos em diversos países, inclusive no Brasil. A entrada desses novos elementos no cotidiano das cidades, mais do que imposições de caráter apenas econômico, colaboram para a reestruturação das formas de convivência, tanto porque facilitam o dia a dia dos indivíduos, quanto porque apontam os símbolos que anunciam a constituição de um novo ideário. O anúncio de ideais como o progresso, a celeridade do tempo, a efemeridade das coisas, a mobilidade urbana era caro à modernidade e gerava novas práticas ao seu redor.

O avanço tecnológico não entusiasmava exclusivamente os períodos do trabalho, mas igualmente o tempo do entretenimento. Não obstante, uma implicação do incremento do padrão de produção fabril foi justamente a criação de termos mais abertos dentre os dois momentos. Nesse panorama, até mesmo em função do aumento das cidades, outra consequência das modificações dos parâmetros econômicos foi a importância dada ao espaço público como um lugar privilegiado para as atividades de lazer enquanto experiências de sociabilidade. Especialmente em Parnaíba, mas também em qualquer outro lugar do Brasil, é uma codificação múltipla de elementos culturais onipresentes. A rápida expansão do meio urbano como resultado da industrialização traz uma fragmentação da consciência individual e coletiva com as grandes migrações da segunda metade do século XIX. A modernidade parnaibana aponta um conteúdo da consciência, como a relevância do presente, a presença do passado no presente, a autonomia e a subjetividade.

A ruptura com o projeto da modernidade está na tarefa de uma ideia linear de progresso, em seu lugar ocorrem jogos de linguagem heterogêneos. Assim, a modernidade quer aceitar a crise predominante como elemento de desenvolvimento, bem como diversidade, heterogeneidade e inconsistência como valores. O termo "modernidade" pode ser usado, em tal contexto, para designar as correntes que não são exclusivamente a decadência da civilização, mas também soluções proativas para esse declínio social e cultural. Modernidade com o movimento realista e progressivo. Os representantes parnaibanos da modernidade confiam na ideia do progresso e acentuam em seus discursos as mudanças provocadas pela modernização.

O adjetivo "moderno" se torna a síntese dessa época, usado por muitos, mas não claramente definido. Mesmo os intelectuais parnaibanos, quando falam da modernidade ou do progresso, não os definem de forma concreta, mas expressam em seu uso o desejo de algo novo. Essa modernidade, nascida urbana, concentra-se na

natureza, seu personagem é elitista, mas tem muito sentido para os movimentos de massa emergentes. É finalmente uma revolução, mas com um fundo conservador.

Compreender o moderno significa, no contexto, não apenas encontrar algo novo; significa entender dinamicamente, superar, tudo depende do mundo, que é sempre diferente, foi interpretado para mudar. A modernidade se baseia no pressuposto de que toda a vida está constantemente em fluxo; tanto o indivíduo como qualquer expressão de vida deve se abrir a essa mudança incessante. Somente através dessa atitude, é possível permanecer na realidade social atual. A modernidade é tudo, desde o colapso do individualismo, é tudo o que não é, mas se torna. Ser moderno é buscar a unidade, significa querer superar as fraturas existentes ou as linhas de ruptura do tempo.

Neste cenário, o início do século XX foi o período no qual Parnaíba tentava civilizar-se e adentrar nessa era do progresso. Para que isso ocorresse, as elites locais da cidade, juntamente com o poder público, propuseram-se a incorporar vários elementos apontados, naquele momento, como pertencentes à modernidade, como a aumento das áreas de lazer, o ajardinamento das praças, até a instalação de artefatos tecnológicos que advinham da ideia modernização como o cinema, do teatro, do trem etc. Também importavam o aperfeiçoamento do saneamento básico, do calçamento poliédrico das ruas nas principais vias de acesso da cidade, da iluminação pública, da construção do mercado público.

Ardia na cidade o anseio por ser moderno, de acordar e inserir-se na grande onda mundial do início do século XX. Desenvolvimento, melhorias urbanas, inquietações com a higiene e com a saúde pública, importação de produtos vistos como símbolo da modernidade, formação de novos hábitos de consumo, influência sobre o que era considerado velho ou ultrapassado, todas sugestões encontradas nos discursos e nas práticas daqueles que manipulavam o poder de designar os rumos da sociedade parnaibana.

Havia, entretanto, uma distância entre os discursos modernizadores proferidos pelas elites e pelo poder público e a realidade que se vivia. Em relação ao calçamento da cidade, por exemplo, havia uma faixa invisível de construção, que atingia somente a região onde estavam concentradas as casas e os palacetes da elite urbana. No restante das ruas da cidade, tudo era areia e poeira. Predominava na periferia da cidade o modelo arquitetônico tão combatido pelos intelectuais defensores desta modernidade.

No centro da guerra discursiva de símbolos e dos choques entre saberes e poderes, Benedicto dos Santos Lima, como editor do almanaque, concebe o lugar da modernidade como um elemento primordial da civilização, sem o qual a sociedade destes tempos jamais alcançaria o progresso desejado. Nesse processo simbólico de modernização imaginado, a arquitetura ocupa lugar de destaque, os jardins centrais transformam-se no principal ponto da paisagem urbana de representação da era do progresso. Estão inalteráveis os símbolos do poder, tão característicos da época na qual os palacetes, a câmara municipal, a prefeitura, o Cassino, e bancos eram balizadores sociais. No mesmo ponto, os símbolos de fé são matizados na Igreja de Nossa Senhora das Graças, assentada nos restos mortais da humilde e mirrada igrejinha colonial.

Nessas paisagens urbanas se encontra a clivagem do imperceptível perímetro entre o público e o privado. Dentro deles permanece o que se observa e o que se camufla. Podemos conferir boa parte desse progresso urbano em que está inserido o almanaque nas fotografias que salientam o visual eclético e, ao mesmo tempo, disciplinador do modelo urbano simétrico e racionalizante das multidões urbanas. Os Almaniques operam não só na definição de um imaginário local, mas como um elemento orientador desse imaginário que propagam uma das suas muitas facetas, mas não são capazes de mostrar a cidade vivida em sua totalidade.

Acredito, ao longo dos capítulos que compõem este trabalho, ter respondido uma das questões que norteavam esta pesquisa, ao demonstrar a relação direta entre o Almanack da Parnahyba e a estrutura econômica e social na tessitura do periódico, aliada à ação de uma classe intelectual local na feitura de um projeto político, editorial e estético na cidade de Parnaíba (PI) entre os anos de 1924 e 1941. O almanaque assume a forma ideal como uma fonte privilegiada para compreender a formação histórica moderna das sensibilidades e das práticas sociais. É uma janela que se descortina para universos culturais muito distantes e, ao mesmo tempo, muito próximos, permitindo entrelaçar contexturas simbólicas extraviadas em um recorte temporal no qual a maioria das pessoas não sabia escrever. As imagens do cotidiano publicadas alimentava o imaginário inventivo de seus leitores institivamente.

Quantas descobertas ou adições aos eventos pouco conhecidos da história de Parnaíba foram aprendidas pelos leitores do Almanaque ao longo dos anos? Trabalhos de pesquisa de historiadores locais, obras literárias de autores clássicos,

todas essas e outras publicações tornam o Almanaque um livro de diversos textos sobre estudos regionais para pessoas de Parnaíba de qualquer idade.

Uma outra proposta inicial deste projeto que foi concretizada, qual seja, digitalizarmos todos os Almanaque selecionados para esta pesquisa e formarmos, assim, um banco de dados digital e acessível para novas pesquisas, dando condições para que mais historiadores possam conhecê-la e explorá-la na compreensão de parte da história Piauiense no século XX e demonstrar a contribuição do Almanack da Parnahyba para a história social da imprensa no Brasil. Esperamos, a partir desta pesquisa pioneira no Piauí sobre o Almanack da Parnahyba, traçar um quadro de referência para pesquisas que se voltem para esse gênero de publicação e possamos primordialmente preservar essa fonte impressa dos desgastes do tempo.

REFERÊNCIAS

ALMANAQUE DA PARNAÍBA. 1 ed. Fortaleza: Tipografia Gadelha, 1924.

_____. 2 ed. Fortaleza: Tipografia Gadelha, 1925.

_____. 3 ed. Fortaleza: Tipografia Gadelha, 1926.

_____. 4 ed. Fortaleza: Tipografia J.B dos Santos & Ca, 1927.

_____. 5 ed. Fortaleza: Tipografia Gadelha, 1928.

_____. 6 ed. Fortaleza: Tipografia Gadelha, 1929.

_____. 7 ed. Fortaleza: Tipografia J.B dos Santos & Ca, 1930.

_____. 8 ed. Fortaleza: Tipografia J.B dos Santos & Ca, 1931.

_____. 9 ed. Fortaleza: Tipografia J.B dos Santos & Ca, 1932.

_____. 10 ed. Fortaleza: Renascença, 1933.

_____. 11 ed. Fortaleza: Renascença, 1934.

_____. 12 ed. Fortaleza: Renascença, 1935.

_____. 13 ed. Fortaleza: Renascença, 1936.

_____. 14 ed. Fortaleza: Renascença, 1937.

_____. 15 ed. Fortaleza: Renascença, 1938.

_____. 17 ed. Fortaleza: Renascença, 1939.

_____. 18 ed. Fortaleza: Tipografia Minerva, 1940.

_____. 19 ed. Fortaleza: Tipografia Minerva, 1941.

ARAGÃO, O. Os Almanaques e suas histórias. In: **O Riso da Mídia: O Barão de Itararé e seus Almanaques - Os Almanaques do Jornal A Manhã**. São Paulo, 2006 v.1. Disponível em:

http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3046. Acesso em 20 de Dezembro de 2014.

ARAÚJO, V. **Almanaque da Parnaíba**. Parnaíba, 1932. Ano IX.

ARAKEN, C. **Estórias de uma cidade muito amada**. Parnaíba: 1995.

AZEVEDO, A. N. de. A reforma Pereira Passos: uma tentativa de integração urbana, **Revista Rio de Janeiro**, n. 10, maio-ago. 2003, p. 39-79.

BOLLÈME G. **Les Almanachs populaires aux XVII et XVIII siècles**. Essai d'histoire sociale. Paris-La haye, Mouton, 1969, p.150.

BALANDIER, G. **O contorno**: poder e modernidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

BASTOS, C. de A. **Dicionário histórico e geográfico do estado do Piauí**. Teresina: FCMC, 1994.

BAUDELAIRE, C. **As Flores do Mal**. Trad. Haddad, J. São Paulo: Difusão. Européia do Livro, 1964.

BENJAMIN, W. **Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1989 (Obras escolhidas; v. 3).

_____. **Rua de mão única.** Obras escolhidas. Tradução de Rubens Rodrigues Torres Filho e José Carlos Martins Barbosa. S. Paulo: Brasiliense, 1987.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é Sólido Desmancha no Ar:** a aventura da modernidade. Tradução de Carlos Felipe Moisés e Ana Maria Ioriatti. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

BIAS, M. Antes da Reforma Pereira Passos (1902 a 1906), Rio de Janeiro era conhecido como "Porto sujo" e "cidade da morte". **Passado a limpo - Revista de História**, 14/1/2013.

BURKE, P. **Uma história social do conhecimento.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CÂMARA, B. Origem dos Almanaques. **Jornal do Bibliófilo: Literatura & Bibliofilia**, 05 de novembro de 2009. Disponível em: <<http://jornalivros.com.br/2009/11/origem-dos-Almanaques>>. Acesso em: 25-09-2015.

CASANOVA, V. **Lições de Almanaque: um estudo semiótico**, Belo Horizonte: UFMG, 1997.

CERTEAU, M. de. **A Invenção do Cotidiano:** artes de fazer. 4. ed. Tradução de Ephaim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

CHARTIER, R. O livro dos livros. In: PARK, M. B. **Histórias e leituras de Almanaques no Brasil.** Campinas, São Paulo: Mercado de Letras, 1999. p. 09 –13.

_____. **Os desafios da escrita.** Tradução de Fulvia M. Moretto. São Paulo: UNESP, 2002.

CHESNEAUX, J. **Modernidade-mundo.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

CIARLINI, D. C.B. **A face oculta da literatura piauiense.** Parnaíba: Sieart, 2012.

CORREIA, B.J. **Livro do Centenário de Parnaíba**. Americana, Parnaíba, 1945.

DARNTON, R. **O beijo de Lammourette**: mídia, cultura e revolução. São Paulo: Companhia da Letras, 1995.

DIAS, R. C. P. Modernidade e identidade. **Psicologia & Sociedade**. set/dez: 2005.

DUTRA, E. de F. **Rebeldes literários da República**: História e identidade nacional no Almanaque Brasileiro Garnier (1903-1914). Belo Horizonte: EdUFMG, 2005.

ELIAS, N. **O processo civilizador**: uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

FALCON, F. **História Cultural**: Uma visão sobre a sociedade e a cultura. Rio de Janeiro: Campus, 2002. p. 5.

FERREIRA, J. P. “Almanaque” in: MEYER, M.(Org.) **Do Almanak aos Almanaques**. São Paulo, Ateliê Editorial, 2001.

GALZERANI, M. C. B. **O almanach, a locomotiva da cidade moderna**: Campinas, décadas de 1870 e 1880. Campinas, SP: EdUnicamp. 1998.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. S. **Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa**. Elaborado pelo Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

IHGGP. **Revista HISTÓRICA**, Parnaíba, Sieart, Ano I, nº 01 - Abril, 2008.

KOSELLECK, Reinhart. **Futuro passado**: contribuição à semântica dos tempos históricos. Rio de Janeiro, Contraponto, Ed. PUC-Rio, 2006.

LEFEBVRE. H. **Introdução à modernidade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969.

LE GOFF, J. **Calendário** in História e memória. Campinas, SP: EdUNICAMP, 1994.

_____. **História e memória**. Campinas, São Paulo, EdUNICAMP, 1990.

LIMA, B. dos S. Bembém, estilo e bom humor. **O Bembém**. Ano 1, n. 8, p. 12. Parnaíba, 21 ago. 2008.

LIMA, R. de S. Vareiros do rio Parnaíba & outras histórias. **Parnaíba**: Secretaria da Cultura Desportos e Turismo. Fundação de Cultura do Piauí, 1987.

LIMA REBELO, G. P. **Tempos que não voltam mais**: crônicas sobre a Parnaíba antiga. 1984. Rio de Janeiro. ADOIS,

LOPES, A. de P. C. **Beneméritas da Instrução**: A feminização do magistério primário piauiense. 1996. 242 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 1996.

MADEIRA, A. Interesses piauienses. **Parnaíba**: Comissão de Propaganda do Porto de Amarração, 1920.

MALERBA, J. A. **A corte no exílio**. Civilização e poder no Brasil às vésperas da Independência (1808-1821). São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

MENDES, F. I. V. **Associação Comercial de Parnaíba**: Lutas e Conquistas. Edição Comemorativa ao Sesquicentenário de Parnaíba Piauí 1844/1994. Teresina, 1994.

MOLLIER, J. Y. Enciclopédia e comércio livreiro do século XVIII ao século XX. In. _____. **A leitura e seu público no mundo contemporâneo**: ensaios sobre história cultural. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

NUNES, M. C. S. da A. A influência britânica em Parnaíba (PI). In ARAÚJO, M. M. B.; EUGÊNIO, J. K. (Org.). Gente de longe: histórias e memórias. Teresina: Halley, 2006.

NASCIMENTO, F. A. do. O processo de modernização de Teresina nos anos de 1930 e 1940. In: EUGÊNIO, J. K. (Org.). **Histórias de vário feitio e circunstância**. Teresina: Instituto Dom Barreto, 2001.

NUNES, O. **Pesquisa para a História do Piauí**. 2. ed. Artenova, Rio de Janeiro, 1995.

PARK, M. B. **Histórias e leituras de Almanaques no Brasil**. São Paulo: Mercado das Letras. 1999.

_____. **O cordãozinho do Jeca**. Disponível em
<http://www.unicamp.br/iel/memória/esaios/Almanaque.htm>

PESAVENTO, S.J. **O imaginário da cidade**. Visões literárias do urbano. 2. ed. Porto Alegre: EdUFRGS, 2002.

_____. **Exposições universais**: espetáculos da modernidade no século XIX. São Paulo, HUCITEC, 2001.

PINHEIRO FILHO, C. **História da Imprensa no Piauí**. Teresina; Zodíaco, 1997.

QUEIROZ, Eça. de. **Almanaque Encyclopédico**, Lisboa, Livraria Antônio Maria Pereira, 1945.

REGO, J. M. A. N. do. **Dos sertões aos mares**: História do comércio e dos comerciantes de Parnaíba (1750-1950). Tese (Doutorado em História). Programa de Pós-Graduação em História. Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2010.

SANT'ANNA, D. B. de. **Corpos de passagem**; ensaios sobre a subjetividade contemporânea. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.

SARRAZIN, V. **Les Almanachs parisiens au XVIII e siècle**: production, commerce, culture. Thèse de Université de Paris, sous la dir. De D. Roche, 1997.

SILVA FILHO, F. P. da. Evoluções e rumos da economia parnaibana. **Almanaque da Parnaíba**. 1994. nº 6.

SOUSA, Cleto Sandys Nascimento de. **O Rádio como sotaque piauiense:** História e memória da Rádio Educadora de Parnaíba em meados do século XX. Teresina, PI, 2009. 152 f.

STAROBINSKI, J. **As máscaras da civilização:** ensaios. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

Uma trajetória na Petrobrás. <http://http://www.museudapessoa.net/pt/conteudo/historia/uma-trajetoria-na-petrobras-98395>. Acessado em 01 de janeiro de 2018.

VIEIRA, L. R. **Caminhos de ferro:** a ferrovia e a cidade de Parnaíba, 1916-1960. 2010. Dissertação (Mestrado em História do Brasil) - Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2010.