



A OBJETIFICAÇÃO DO NEGRO NOS ANÚNCIOS E FISSURAS CRÍTICAS NA IMPRENSA MARANHENSE DO SÉCULO XIX

BLACK OBJECTIFICATION IN ADVERTISEMENTS AND CRITICAL FRACTURES IN THE NINETEENTH-CENTURY PRESS OF MARANHÃO

DOI: 10.5281/zenodo.21712046



Diêgo Ferreira de Sousa¹

Izenete Nobre Garcia²

Alessandra Greyce Gaia Pamplona³

RESUMO

Este artigo analisa a figuração do negro nos jornais maranhenses Pacotilha (1880-1909) e Publicador Maranhense (1842-1885), com ênfase nos anúncios de compra, venda e aluguel de escravizados. Partindo da hipótese de que a imprensa oitocentista atuou como instância produtora e legitimadora de representações sociais que reduziam a pessoa negra à condição de mercadoria, a pesquisa combina análise quantitativa, ao considerar a frequência dos termos relacionados ao tema, e análise qualitativa, ao interpretar o discurso veiculado nos periódicos. Os resultados indicam que os anúncios operam por meio de estratégias de coisificação e silenciamento das condições reais de exploração. Em contrapartida, os folhetins e a crítica literária, como a recepção de *O Mulato*, de Aluísio Azevedo, abrem fissuras no discurso hegemônico, ainda que minoritárias. Conclui-se que a imprensa maranhense oitocentista foi um espaço de tensão entre a perpetuação da lógica escravocrata e a emergência de vozes críticas, revelando as contradições de uma sociedade que se modernizava sem romper com seu passado colonial.

Palavras-chave: Representação do negro; Imprensa oitocentista; Escravidão no Maranhão.

ABSTRACT

This article examines the figuration of Black subjects in two nineteenth-century newspapers from Maranhão — Pacotilha (1880–1909) and Publicador Maranhense (1842–1885) — with a particular

1 Graduado em Letras, Universidade Estadual do Maranhão, UEMA, Brasil. E-mail: diegosousa154@gmail.com.

2 Doutora em Teoria e história Literárias, Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP, Brasil. E-mail: izenetegarcia@gmail.com.

3 Doutora em Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ, Brasil. E-mail: alessandra.gaia@ifpa.edu.br.





focus on advertisements for the purchase, sale, and rental of enslaved individuals. Grounded in the hypothesis that the nineteenth-century press functioned as both a producer and a legitimizer of social representations that reduced Black people to the status of commodities, the study combines quantitative analysis, through the frequency of theme-related terms, with qualitative analysis, through the interpretation of the discourse conveyed in these periodicals. The findings indicate that the advertisements operate through strategies of reification and silencing of the actual conditions of exploitation. At the same time, however, serialized novel (folhetins) and critical reviews — such as the reception of Aluísio Azevedo's *O Mulato* — open up fractures within the hegemonic discourse, though only as minority voices. The article concludes that the nineteenth-century press in Maranhão constituted a space of tension between the perpetuation of slaveholding logic and the emergence of critical counter-discourses, thus exposing the contradictions of a society that was undergoing modernization without severing ties with its colonial past.

Keywords: Representation of Black people; Nineteenth-century press; Slavery in Maranhão.

1. INTRODUÇÃO

O século XIX trouxe muitas novidades no que tange às transformações políticas e sociais significativas para a sociedade brasileira, tais como a Independência do Brasil, em 1822, por exemplo, e a Proclamação da República, em 1888.

Nesse período, a imprensa periódica oitocentista não se limitou a registrar os acontecimentos de seu tempo; ela atuou como instância produtora e legitimadora de representações sociais, especialmente a respeito da população negra. Nos anúncios de compra, venda e aluguel de escravizados, os jornais consolidaram o vocabulário da coisificação, no qual o corpo negro era descrito com a mesma objetividade com que se anunciava um imóvel ou um animal de carga. Esse processo, entretanto, não ocorreu sem contradições: as mesmas páginas que veiculavam anúncios desumanizadores, também publicavam folhetins e críticas literárias que, por vezes, denunciavam as injustiças da escravidão.

Enquanto Gonçalves Dias, em sua poesia indianista, e Machado de Assis, em sua prosa irônica, discutiam os rumos da literatura nacional, a imprensa periódica maranhense, particularmente a *Pacotilha* e o *Publicador Maranhense*, construía representações cotidianas do negro que pouco tinham a ver com o ideal romântico e muito com a lógica mercantil da escravidão.





Neste artigo investiga-se como se deu esse processo em dois periódicos maranhenses de grande circulação, *Pacotilha* (1880-1909) e *Publicador Maranhense* (1842-1885), tendo como problema observar em que medida os discursos veiculados nesses jornais produziram e legitimaram representações que reduziam a pessoa negra à condição de mercadoria, mesmo diante de um aparato jurídico que, a partir da Lei Feijó-Barbacena (1831) e da Lei do Ventre Livre (1871), buscava regulamentar, e teoricamente restringir, o tráfico e a escravidão.

A hipótese que orienta a investigação é a de que a figuração do negro nesses periódicos operava de duas maneiras: por um lado, reiterava a lógica escravocrata nos anúncios, por meio da objetificação e silenciamento; por outro, nos folhetins e nas críticas literárias, abria espaço para contradições e denúncias, como se vê na recepção crítica do romance *O Mulato* (1881), de Aluísio Azevedo, e em adaptações teatrais de obras como *A Cabana do Pai Tomás* (1852), de Harriet Beecher Stowe.

Para tanto, o referencial teórico se concentra na historiografia acerca da escravidão, representada por autores como Chalhoub (2012) e Schwarcz (2024); em Jesus (2002), para a análise das representações raciais, e em Freyre (2012), para a leitura dos anúncios de escravos; em Foucault (2008), para a análise do discurso, e em Barros (2021), para a crítica documental.

Metodologicamente, a pesquisa combina procedimentos quantitativos e qualitativos. A fase quantitativa consistiu no levantamento sistemático da frequência e distribuição de termos designativos (negro, preto, crioulo, moleque, ama) nos anúncios publicados entre 1881 e 1888, com o auxílio da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. A fase qualitativa, por sua vez, concentrou-se na análise dos anúncios que apresentavam maior densidade descritiva, bem como dos textos críticos que abordavam direta ou indiretamente a questão racial. O recorte temporal foi selecionado por abranger o período que vai da consolidação da imprensa maranhense até a abolição oficial da Escravidão no Brasil, permitindo observar eventuais mudanças nas estratégias discursivas ao longo desse período.

Seguem-se três seções, além desta introdução e da conclusão. Na primeira, apresentam-se os periódicos analisados, suas características editoriais e seu lugar no campo





político e cultural maranhense. Na segunda, examinam-se os anúncios de compra, venda e aluguel, identificando as estratégias discursivas de coisificação e os termos recorrentes. Na terceira, analisam-se as representações do negro na crítica literária, especificamente de o *Mulato*, de Aluísio Azevedo, confrontando-a com os anúncios para evidenciar as permanências e rupturas do discurso jornalístico oitocentista.

2. OS PERIÓDICOS E SEU LUGAR NO CAMPO CULTURAL MARANHENSE

2.1 *O Publicador Maranhense*: política, literatura e escravidão

O *Publicador Maranhense* circulou entre 1842 e 1885, sendo um dos periódicos de maior longevidade no Maranhão oitocentista. Sua tipografia, a Typ. Constitucional de I. J. Ferreira, imprimia o jornal três vezes por semana, o que indica uma periodicidade regular e, provavelmente, uma base de assinantes estável. Entre seus redatores, destacou-se Francisco Sotero dos Reis, importante figura da escola romântica maranhense.

A linha editorial do jornal, conforme se depreende de suas primeiras edições, oscilava entre a política e a literatura, com destaque para as secções de “ciência política” e “literatura”, que abarcavam desde ensaios sobre teoria política até poesias e narrativas de ficção. Isso demonstra que ao mesmo tempo em que o jornal se apresentava como veículo de formação intelectual, circulavam em suas páginas anúncios que tratavam seres humanos como mercadorias.

Nas páginas do *Publicador Maranhense*, aparecem com frequência anúncios da procura por escravizados que possuíssem alguma habilidade ou ofício específico. Expressões como “um para qualquer tipo de ofício”, “uma menina que saiba administrar” ou “um moleque sapateiro” são recorrentes, indicando que a qualificação profissional era um fator de valorização do escravizado no mercado. Essa valorização, contudo, não se traduzia em reconhecimento da humanidade do trabalhador, mas em sua utilidade funcional para o senhor.





O jornal também foi palco de anúncios que, mesmo após a Lei do Ventre Livre (1871), continuaram a comercializar crianças negras. Exemplos emblemáticos são os que ofereciam para que se pudesse alugar: “(...) um moleque de 10 a 12 anos de idade para serviço de casa de farinha. (...)” (*Publicador Maranhense*, 1881, ed. 27, p. 3), no qual o termo “moleque” é empregado como sinônimo de preto jovem; ou “(...) compram[-se] escravos de ambos os sexos de 14 a 20 anos de idade preferindo os de cor retinta” (*Publicador Maranhense*, 1881, ed. 27, p. 3).

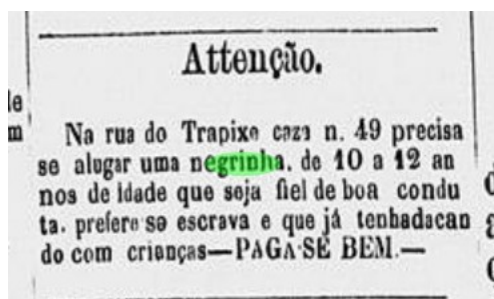


Imagem1: *Publicador Maranhense*, 1881, ed. 45, p.3

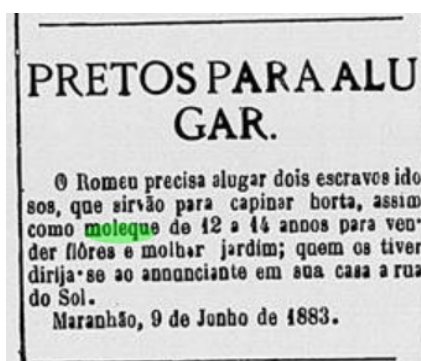


Imagem 2: *Publicador Maranhense*, 1883, ed. 131, p.3

Nota-se a resistência física e adaptação ao trabalho pesado como critérios para a seleção, reforçando o estereótipo do negro como força de trabalho bruta.

2.2 A *Pacotilha*: neutralidade declarada e prática escravocrata

A *Pacotilha* começou a circular em 1880 em um contexto de intensos debates sobre a Abolição, e manteve-se ativa até 1909, já no período republicano. Sua primeira edição, de 30 de agosto de 1880, trazia uma declaração programática que merece atenção por autointitular-se “imprensa a retalhos” e afirmar não ter um programa político definido, situando-se entre a direita e a esquerda partidária. Essa autodeclaração de neutralidade, entretanto, parecia ser



uma estratégia discursiva para mascarar sua adesão à ordem estabelecida, incluindo a manutenção da escravidão.

De fato, o primeiro ano do jornal não apresentou anúncios escravocratas, salvo algumas anedotas em que se percebe, sutilmente, o preconceito racial:

Em um salão.

Libório contemplando um quadro, pergunta ao dono da casa:

- Que preto é aquele?

- Preto! Ora é boa! Aquele é o retrato de meu avô.

Os circunstantes coraram até a raiz dos cabelos, reinou um minuto de silêncio, depois do que disse Libório cofiando o bigode:

- Pois olhe meu amigo, da nossa cor ele não é. (*Pacotilha*, 1880, ed. 02, p.3)

Em outras ocasiões, havia pequenas notas em que se observa o tom pejorativo ao utilizar o diminutivo “inha” para designar uma escrava que havia sido libertada: “Tornaram a pôr em liberdade a negrinha alienada, que tanto perseguia algumas pessoas do seu conhecimento. Agora ainda está pior que antes.” (*Pacotilha*, 1880, ed. 03, p.2)

A partir de 1881, com a reestruturação editorial, anunciada em 23 de janeiro de 1881, que incluiu seções fixas como “Folhetim”, “Anúncios” e “Comércio”, a venda e o aluguel de escravizados se tornaram recorrentes. A tipografia do jornal, sob a responsabilidade de Antonio Auger da Silva, passou a publicar anúncios que se estendiam por várias edições, indicando que os contratantes dispunham de recursos para arcar com o custo da repetição. O jornal deixou de se intitular “hebdomadário crítico e noticioso” para se alinhar de “jornal da tarde” e com publicação diária: “(...) Em abril reaparecerá sob outro aspecto e com programa novo, sendo então publicada diariamente e de maneira a poder corresponder dignamente à benévola proteção que tem merecido de seus leitores” (*Pacotilha*, 1881, ed. 13, p. 1)

A seção de anúncios da *Pacotilha* se caracteriza pela descrição minuciosa dos escravizados, como se vê no anúncio que solicita “Criada (...) precisa-se alugar uma que saiba cozinhar e servir, prefere-se escrava” (*Pacotilha*, 1881, ed. 76, p. 1). A exigência de habilidades domésticas e a preferência pela condição escrava revelam a lógica de exploração sexual e reprodutiva que marcava a escravidão no Brasil.





O discurso de neutralidade da *Pacotilha* também se desfaz quando examinamos sua seção de folhetim. O jornal publicou, em 1881, um anúncio do romance *O Mulato*, de Aluísio Azevedo, e, posteriormente, críticas literárias que discutiam a representação do protagonista negro:

Há em todo romance uma pintura, que se destaca dentre todas as outras, é a da passagem dos ciganos, esse bando de aventureiros temidos pelos lavradores e que não param um só momento.
Em resumo, *O Mulato* é uma bela realidade, com defeitos, é verdade, mas com esses defeitos que tem toda a gente que começa.
Não achamos que o *Mulato* fique distante do *Primo Basílio*, de Eça de Queiroz, nem dos *Noivos*, de Bento Moreno. (...)
Estamos crentes que *O Mulato* não agradou em Maranhão, muita gente viu-se mais ou menos retratada, ou suas feições em outros rostos o que não poderia agradar. (*Pacotilha*, 1881, ed. 129, p. 1).

A presença de debates sobre a condição racial na seção de literatura, enquanto a seção de anúncios mantinha a comercialização de pessoas, evidencia a contradição fundamental do periódico: ele era, ao mesmo tempo, veículo de denúncia e instrumento de perpetuação da escravidão.

3. O DISCURSO DOS ANÚNCIOS: ESTRATÉGIAS DE COISIFICAÇÃO E SILENCIAMENTO

A análise da frequência e distribuição dos termos designativos nos anúncios nos dois periódicos revela um léxico codificado, que opera por meio de estratégias de objetificação e silenciamento.

A objetificação se manifesta na descrição do escravizado por meio de atributos físicos e funcionais, sem qualquer referência a sua subjetividade ou a seus laços afetivos. Como observa Freyre (2012, p. 75), os anúncios retratavam os escravos “pela condição étnica, pela sua origem, sexo, idade, formas do corpo, pelas suas características fonéticas e fonológicas, pelas marcas dos castigos deixados pelos feitores e senhores”. Essa descrição minuciosa,





longe de ser um mero traço estilístico, é uma estratégia discursiva que naturaliza a mercantilização do corpo, tornando-a aceitável e corriqueira.

Um exemplo paradigmático é o anúncio que oferece “um moleque de 14 anos, bom para qualquer serviço, com marcas de castigo nas costas” (*Pacotilha*, 1881). A menção às marcas de castigo, tratada com a mesma neutralidade com que se descrevia a qualidade de um produto, revela o nível de banalização da violência no universo dos anúncios. A dor e o sofrimento do escravizado são apagados, e o que resta é a evidência funcional do corpo que trabalha, independentemente das condições em que é mantido.

Na descrição de meninos, o termo “moleque” era frequentemente utilizado quando se necessitava contratar o trabalho de um menino, quando ele fugia, ou em qualquer situação que demandasse uma identificação específica. Um exemplo disso foi o caso do moleque Francisco, escravo de Ricardo Rapozo, que foi detido por tentar furtar ao agachar-se dentro da taverna de Antonio Raimundo Lopes, tentando abrir uma gaveta do balcão para furtar. Nessas circunstâncias, a figura do menino negro era retratada meramente como um instrumento para ilustrar a situação.

A utilização do diminutivo não é inocente ao chamar um adulto de “moleque” ou uma jovem de “negrinha”, uma vez que reforça a ideia de que o negro é um ser incompleto, que necessita de tutela e controle. Essa estratégia discursiva, aliás, é complementar à objetificação, pois ambas operam no sentido de desumanizar o escravizado e legitimar sua condição de propriedade.

O silenciamento, por fim, é a estratégia mais sutil e a mais eficaz. Nos anúncios, são silenciadas as condições de vida do escravizado, sua origem familiar, seus afetos e sua resistência. O escravo aparece como um ser isolado, sem história e sem projetos, cujo único atributo relevante é sua utilidade para o senhor. Esse silenciamento é particularmente evidente nos anúncios de aluguel, nos quais a pessoa é tratada como um recurso intercambiável, uma “cozinheira” que pode ser substituída por outra “cozinheira” sem que isso afete o funcionamento da casa.





Os “contratantes” geralmente eram pessoas que detinham certo poder aquisitivo visto que o mesmo anúncio era repetido várias vezes em edições posteriores e pelo fato de que além de estarem contratando as pessoas, pagavam pelo próprio aluguel do anúncio nos jornais. Por isso, no que tange à figuração do negro nos jornais, é possível observar que era descrito minuciosamente, de forma objetiva e fria:

[...] naqueles anúncios se tinham excelentes esboços de retratos de escravos, nos quais à descrição das aparências físicas, dos temperamentos, das habilidades e das maneiras de vestir se somavam pistas preciosas sobre as violências que sofriam. Ao contrário do que se passava com os artigos de fundo, os *sultos* e até mesmo o noticiário, nos quais o escravo era desenhado conforme os interesses, a emoção e o pensamento de abolicionistas ou escravocratas, os anúncios eram quase sempre objetivos e frios. (Freyre, 2012, p. 5,)

Os anúncios, também, revelam a geografia social da escravidão. Ruas como a Rua da Estrela, a Rua da Formosa, a Rua da Sadreva, a Rua das Creoulas e a Rua dos Afogados são mencionadas reiteradamente nos anúncios de ambos os periódicos. Essas referências espaciais não são meramente informativas; elas indicam a concentração da propriedade escrava em determinados bairros e a existência de uma rede de comercialização que envolvia lojas, tavernas e residências, naturalizando a exploração por meio da repetição cotidiana e do alargamento do espaço de comercialização.

Em alguns casos, os anunciantes se identificam nominalmente, como Ricardo Rapozo, cujo escravo Francisco foi detido por tentativa de furto (*Publicador Maranhense*, 1883). Em outros, a identificação é substituída pelo endereço, o que sugere uma tentativa de preservar o anonimato ou, talvez, a existência de intermediários que negociavam a mão de obra alheia. A presença de intermediários é um indício de que a escravidão não se restringia aos grandes senhores de engenho, mas envolvia uma camada intermediária de comerciantes e profissionais liberais que alugavam escravizados conforme sua necessidade.

A tipografia I. J. Ferreira, que imprimia o *Publicador Maranhense*, também anunciava a compra e venda de escravizados, o que sugere que a própria imprensa estava implicada no





comércio de pessoas. Essa convivência entre o veículo de comunicação e a prática escravocrata reforça a tese de que a imprensa oitocentista não era uma instituição neutra, mas um agente ativo na perpetuação das estruturas de poder.

Um dos achados mais significativos da pesquisa é a tensão entre a legislação abolicionista e a prática dos anúncios. A Lei Feijó-Barbacena (1831) proibia o tráfico atlântico de escravizados, e a Lei do Ventre Livre (1871) declarava livres os filhos de escravas nascidos a partir daquela data. Contudo, os anúncios de compra e venda de crianças e adolescentes, como a “negrinha de 12 anos” ou o “moleque de 14”, indicam que a lei era sistematicamente burlada.

Uma das estratégias de burla era a utilização de contratos de tutela ou servidão que, na prática, reproduziam a escravidão sob outra roupagem. A Lei do Ventre Livre, por exemplo, previa que os filhos de escravas poderiam ser retidos pelos senhores até os 21 anos, mediante indenização ao Estado. Essa disposição legal, na prática, funcionava como uma forma de escravidão temporária que, no entanto, podia ser estendida indefinidamente por meio de dívidas ou de contratos de trabalho forçado.

Além disso, a própria igreja católica, aliada dos grandes proprietários de escravos registrava crianças negras como nascidas antes da lei:

Dantes, quando a ingenuidade e a boa-fé eram uma virtude dos maranhenses, não morria fazendeiro rico que não legasse a Nossa Senhora do Carmo algum dinheiro, algumas propriedades ou mais comumente escravos. Nossa Senhora do Carmo chegou a ser proprietária de uma quantidade enorme de escravos; hoje mesmo creio que o é de muitos. É uma rica capitalista. (AZEVEDO, apud MÉRIAN, 1988, p. 154-155).

Outra estratégia era a utilização de eufemismos. Em vez de “escravo”, os anúncios usavam “criado”, “ama de leite” ou “moleque” para designar pessoas em condição de exploração servil. Esse deslocamento semântico é particularmente evidente no anúncio da *Pacotilha* (1889, ed. 15, p. 3) que, após a Abolição, ainda utilizava o termo “criada” para se referir a uma mulher negra contratada para serviços domésticos: “Criada. No hotel Luso





Brasileiro, precisa-se de alugar uma criada”. A permanência do léxico escravocrata após a Lei Áurea indica que as representações sociais são mais lentas que as transformações legais:

A principal função de um anúncio é procurar “atrair, pender, absorver” a atenção o leitor de jornal com objetivos práticos e imediatos, através de palavras capazes de conquistar o leitor para o anunciante ou para o produto anunciado, à revelia de compreensão do assunto ou de reflexão sobre o mesmo objeto da parte do leitor sugestionado. (Freyre, 2012, p. 11)

É importante salientar que esses anúncios, no que se refere às mulheres, geralmente vinham acompanhados de diversas obrigações que elas deveriam cumprir: ter entre 12 e 14 anos, ou às vezes até uma determinada idade adulta; precisaria saber se portar “corretamente”; saber cozinhar; e ter ou não filhos. A menção ao último requisito sugere que os contratantes não tinham qualquer consideração pela dignidade das pessoas, tratando-as meramente como mercadoria, ou até mesmo como animais, como evidenciado nos exemplos citados.

4. O MULATO, DE ALUÍSIO AZEVEDO: REPRESENTAÇÃO E RECEPÇÃO CRÍTICA

O romance *O Mulato*, publicado em 1881, é um marco na literatura brasileira não apenas por sua qualidade estética, mas por sua corajosa abordagem da questão racial. O protagonista, Raimundo, é descrito com traços que mesclam a herança europeia (olhos azuis, estatura alta) e a herança africana (cabelos crespos, tez amulatada). Essa ambiguidade física é, no romance, um símbolo da ambiguidade social do mulato na sociedade brasileira, um indivíduo que, por sua origem, nunca é plenamente aceito nem como branco nem como negro:

Raimundo tinha vinte e seis anos e seria um tipo acabado de brasileiro se não foram os grandes olhos azuis, que puxara do pai. Cabelos muito pretos, lustrosos e crespos; tez morena e amulatada, mas fina; dentes claros que reluziam sob a negrura do bigode; estatura alta e elegante; pescoço largo, nariz direito e fronte espaçosa. (Azevedo, 1981, p. 22)





A recepção crítica de *O Mulato* nos jornais anteriormente referidos é especialmente reveladora. Em edição de 10 de setembro de 1881, Álvaro de Sá Viana iniciou uma longa crítica ao romance que se estendeu até o dia 16 daquele mês. O crítico, embora reconheça o valor literário do romance, questiona a construção da verossimilhança trajetória do personagem Raimundo, ou da descrição direta e realística que faz de cenas como o aborto que sofrera Ana Rosa. Essa crítica, ainda que formulada em termos estéticos, revela as tensões raciais subjacentes, demonstrando que o que estava em jogo não era apenas a qualidade do romance, mas a própria possibilidade de representar o negro como sujeito de sua história.

O ligeiro apanhado do *Mulato* indica perfeitamente que Aluísio discute uma tese de interesse palpitante e de toda a atualidade, como é a do igualamento de castas.

O *Mulato* é um romance de propaganda enérgica em prol das ideias abolicionistas. Não encarecemos a importância da tese, ela pende de todos os espíritos, tem tantos sectários quantas são as cabeças que pensam conveniente e arrazoadamente, em uma causa tão comum, julgada e aceita embora em seus pontos mais extremados.

Aluísio é um espírito novo e, embora bastante lúcido, deixou-se algumas vezes levar pelos excessos em que se tem lançado a escola realista, a que se filiou; cai justamente na parte descritiva que embora cheia de naturalidade, nunca devia ser levada à folha de um livro que tem de ser manuseado por nossas filhas, irmãs e esposas.

É assim que, entre outras coisas, podia falar do aborto de Ana Rosa sem aquelas expressões vivas, enérgicas e claras. (*Pacotilha*, 1881, ed. 128, p.1)

Na edição 45 do periódico, registra-se o emprego do pseudônimo Ignotus para se tecer críticas à obra, a qual é endereçada a Arthur Azevedo, irmão do romancista, e do qual obteve réplica acerca de suas interpretações do romance.

O fato é que a crítica à obra de Aluísio Azevedo não se restringe à intervenção de Ignotus. Registra-se, ainda, a menção a uma leitora identificada apenas como Júlia, da qual se desconhecem maiores dados biográficos, mas que provavelmente se dirigia a um dos filhos do autor, sugerindo a existência de um diálogo crítico no âmbito familiar ou privado. A troca de argumentos, ainda que velada por pseudônimos, indica a existência de um público letrado





engajado nos debates sobre a questão racial e sobre o papel da literatura na denúncia da escravidão.

Paralelamente a essa recepção de *O Mulato*, a representação da figura negra continua a aparecer no periódico, como no folhetim *O Liberato*, comédia de Arthur Azevedo, na qual se delineia uma abordagem que, embora inserida no contexto histórico e social do período, assume contornos críticos ao retratar as condições vividas pelos escravizados, evidenciando as injustiças e contradições da ordem social vigente.

A edição n. 37 da *Pacotilha* (1881) publicou a programação de uma peça teatral intitulada *A Mãe dos Escravos*, adaptada do romance *A Cabana do Pai Tomás* (1851), de Harriet Beecher Stowe. A obra de Stowe, publicada em 1852, foi um fenômeno editorial nos Estados Unidos e teve enorme impacto na mobilização abolicionista. Sua adaptação para os palcos maranhenses, sob direção de Rodrigues Sampaio, é um indício da circulação de ideias abolicionistas na província.

A crítica de Giroflé (pseudônimo de Aluísio Azevedo) à peça revela, contudo, as limitações desse abolicionismo. Ao afirmar que “a inteligente d. Roza da Silva foi a maior vítima dessa calamidade, desde o tipo de escrava, que o autor do drama nem sequer compreendeu” (*Pacotilha*, Giroflé, 1881, p. 2), o crítico aponta para a dificuldade de representar adequadamente a experiência da escravidão, mesmo em obras que se propunham a denunciá-la. A crítica à “escrava incompreendida” sugere que, mesmo entre os abolicionistas, havia uma visão estereotipada do negro como vítima passiva, desprovida de agência e de humanidade complexa.

5. CONCLUSÃO

A comparação entre os anúncios e os folhetins revela a contradição intrínseca à imprensa oitocentista: as mesmas páginas que tratavam o negro como mercadoria nos anúncios, também, o representavam como sujeito nos romances e nas peças teatrais. Essa coexistência de representações opostas não é uma anomalia, mas uma característica do





discurso jornalístico na sociedade escravocrata, que precisava conciliar a exploração econômica com as pressões ideológicas do abolicionismo.

A pesquisa demonstrou que a figuração do negro nos jornais oitocentistas maranhenses operou a partir da objetificação crua nos anúncios e o da crítica nos folhetins. Nos anúncios, a repetição de termos como “negrinha”, “crioulo” e “moleque”, associada à descrição de idade, ofício e marcas corporais, construiu um sujeito-coisa, cujo valor era estritamente funcional. Esse discurso, ao mesmo tempo em que atendia às demandas práticas dos senhores, também servia como mecanismo de controle social, ao fixar o negro em um lugar de subalternidade inescapável.

Esses exemplos não apenas documentam a brutalidade do período escravocrata, mas também ilustram a persistência de estigmas raciais que continuam a influenciar a maneira como a sociedade enxerga e trata a população negra até os dias atuais. Os anúncios do século XIX, ao associarem o negro à força física bruta, à servidão doméstica e à imaturidade, lançaram as bases de um imaginário social que, em grande medida, ainda não foi superado.

Por outro lado, a circulação de obras como *O Mulato* e a repercussão de peças teatrais sobre a escravidão indicam que a imprensa não era um bloco homogêneo. As críticas de Ignotus, Giroflé e Álvaro de Sá Viana, ainda que veladas por pseudônimos ou não, apontavam fissuras no discurso dominante, ao questionarem a representação estética e política do negro na literatura, apesar de minoritárias e não ameaçarem a estrutura geral do periódico, que seguia lucrando com anúncios escravocratas.

Uma das principais contribuições deste estudo é evidenciar a tensão entre a lei e a prática nos anúncios. Apesar da Lei Feijó-Barbacena (1831) e da Lei do Ventre Livre (1871), a comercialização de crianças e adolescentes continuou, muitas vezes sob eufemismos que mascaravam a exploração. Essa constatação reforça a tese de Chalhoub (2012) de que a lei, no Brasil oitocentista, era menos um instrumento de justiça do que um campo de disputa em que os senhores utilizavam sua capacidade econômica e social para garantir a perpetuação da escravidão.





REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Aluísio de. **O Mulato**. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, [1881]. Disponível em: https://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/livros_eletronicos/o_mulato.pdf. Acesso em: 6 fev. 2024.

BARROS, José D'Assunção. Sobre o uso dos jornais como fontes históricas – uma síntese metodológica. **Revista Portuguesa de História**, v. 52, p. 397-419, 2021.

CHALHOUB, Sidney. **Visões da liberdade**: uma história das últimas décadas da escravidão na Corte. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2008.

FREYRE, Gilberto. **O escravo nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX**. São Paulo: Global, 2012.

JESUS, V. DE. O cheiro do racismo na cultura político-afetiva higienista brasileira: o saneamento do corpo-dejeto. **Psicologia & Sociedade**, v. 34, p. e257400, 2022.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Imagens da Branquitude**: A Presença da Ausência. São Paulo: Companhia das Letras, 2024.

Periódicos consultados

O Publicador Maranhense (1880-1885)

A Pacotilha (1880-1889)

Recebido em: 17/06/2026

Aprovado em: 09/07/2026

Publicado em: 30/07/2026

