

Humor & Marketing: Vital Fernandes Fam, o gênio da publicidade no Império¹

Barbara Luisa dos Reis Melo²

Natália Ferreira de Godoy³

Orientador: Alexandre Medeiros⁴

(Co)orientadora: Chie Hirose⁵

Resumo: O artigo recolhe e articula destaques da extensa pesquisa, feita com a ferramenta “Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional”, sobre Vital Fernandes Fam, notável pioneiro do humor na publicidade no final do século XIX.

Palavras Chave: Vital Fernandes Fam. Brasil: século XIX. história da publicidade no Brasil. humor na publicidade.

Abstract: The article gathers and presents highlights from the research conducted using the tool “Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional” about Vital Fernandes Fam, a notable pioneer of humor in advertising at the end of the 19th century.

Keywords: Vital Fernandes Fam. Brazil: 19th century. history of advertising in Brazil. humor in advertising.

Introdução

Para a pesquisa deste artigo, valemo-nos de uma valiosa ferramenta: o banco de dados da Hemeroteca da Biblioteca Nacional (abrev.: BN), que oferece a consulta *on-line* de inúmeros jornais e revistas, desde o início do século XIX. Nas citações, indicaremos o periódico, a sigla do Estado e a data de publicação. Buscando dados da BN, traçaremos o perfil de Vital Fernandes Fam (abrev.: VFF), proprietário da Alfaiataria Estrella, que, a partir dos anos 1880, revolucionou a publicidade no Brasil, ao introduzir, de forma radical, o humor nos anúncios de seu estabelecimento.

Curiosamente, esse gigantesco pioneiro do marketing está hoje completamente esquecido e ao buscar por seu nome no Google (26-05-2025), não encontramos nada, exceto meia dúzia de páginas da própria BN que, por acaso, incluem seu nome.

¹. Agradecemos ao Prof. Dr. Jean Lauand, que sugeriu a ideia desta pesquisa a nossos orientadores.

². Aluna do 2º. Ano do Ensino Médio do Centro de Estudos Júlio Verne – www.julioverne.com.br

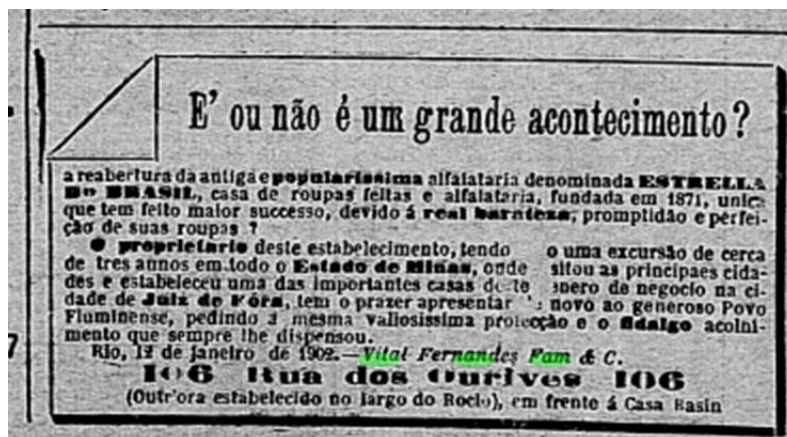
³. Aluna do 2º. ano do Ensino Médio da Escola Estadual Godofredo Furtado, São Paulo/SP.

⁴. Pós-Doutor em Educação pela Universidade de São Paulo – FEUSP. Diretor Acadêmico do Centro de Estudos Júlio Verne – www.julioverne.com.br

⁵. Pós-Doutora em Educação pela Universidade de São Paulo – FEUSP. Professora da EMEF Prof. João Carlos da Silva Borges, São Paulo/SP.

A “Alfaiataria Estrella” e seu proprietário

Para começar a conhecer o personagem que vamos pesquisar, apresentamos uma das típicas peças que VFF lançou (“Jornal do Brasil” RJ, 21-01-1902). À primeira vista, a matéria tem mais aparência de notícia do que de publicidade e, uma vez lido, já se escancara o caráter de anúncio:



É ou não é um grande acontecimento?

A reabertura da antiga e popularissima alfaiataria denominada ESTRELLA DO BRAZIL, casa de roupas feitas e alfaiataria, fundada em 1871, unica que tem feito maior sucesso, devido à real barateza, promptidão e perfeição de suas roupas!

O proprietário deste estabelecimento, tendo feito uma excursão de cerca de 3 annos em todo o Estado de Minas, onde visitou as principaes cidades e estabeleceu uma das importantes casas deste genero de negocio na cidade de Juiz de Fóra tem o prazer apresentar de novo ao generoso Povo Fluminense, pedindo a mesma valliosissima protecção e o fidalgo acolhimento que sempre lhe dispensou.

Rio, 12 de Janeiro de 1902. — Vital Fernandes Fam & Co.

106 Rua dos Ourives 106

(Out'ora estabelecido no Largo do Rocio), em frente à casa Rasin.

Este “anúncio”, da reabertura da alfaiataria, chama a atenção por ser bem diferente dos outros de sua época. Percebemos algo muito interessante e curioso: é o único com estética própria, que fala sobre reabertura no formato de notícia ou até de uma carta aberta aos leitores (como sugere a diagramação), algo que era incomum. Já os outros anúncios de então falam diretamente sobre promoção de produtos, shows em clubes, vendas de bilhetes de loteria, ofertas de serviços, aluguel de casas etc., sempre no formato de linguagem direta de publicidade. O texto da Estrella confunde de propósito o leitor, que só depois percebe se tratar de uma propaganda. Esse estilo, mais criativo e inesperado, foi, desde os anos 1880, uma das marcas distintivas (e exclusivas) que VFF imprimiu na publicidade de sua firma: a “Estrella”.

Nesse sentido, um caso antológico é o da peça publicada na iminência da Abolição da Escravatura. O tema fervilhava e o anúncio (“Jornal do Commercio” RJ, 10-05-1888) vem disfarçado de notícia e “informa” que a Lei Áurea causará enorme impacto no Brasil e também no exterior – e que talvez, só assim se supere a sensação dos “preços das sublimes e baratissimas roupas” que a Estrella produz! Um jeito bem ousado de fazer propaganda em um momento histórico tão delicado.



Estão livres os escravos no Brazil

Este grande acontecimento deve orgulhar os brasileiros, deve até ser dia de grande gala para o Brazil; os próprios estrangeiros amigos d'esta bella e hospitaleira nação devem regosijar-se d'este grande feito da legislação brasileira que por um acto de humanidade reabilita os míseros escravizados; e tão alto eleva e nobilita os sentimentos magnanimos e caridosos da excelsa e santa Princeza Imperial a quem estão confiados os destinos d'este grande imperio; e talvez causará até esta desejada e agradável noticia, no estrangeiro, mais sensação do que aqui têm causado os preços das sublimes e baratissimas roupas da popular alfaiataria Estrella do Brazil.

O anúncio intitulado “Estão livres os escravos no Brazil” é um marco da revolução de marketing que VFF realizou na época: destaca-se no jornal como forte, impactante e importante, antecipando a tão ansiada libertação dos escravos. Tem toda a aparência de notícia/artigo de opinião, mas quando o leitor vai lendo, se depara com o anúncio de que os preços das “sublimes roupas da alfaiataria Estrella” são baratíssimos! Essa mistura de humor a um momento tão sério, pode parecer exagerada, mesmo ainda hoje. Mas mostra como VFF levava ao limite suas estratégias para se destacar nos jornais e ser lembrado depois pelos leitores.

Notemos que essa empresa, “Primeira Alfaiataria do Império”, foi fundada no Rio de Janeiro (inicialmente, situada na Praça da Constituição 70 e 81) – em 1871, pelo empresário português Comendador Vital Fernandes Fam. Apesar de sua fama na época, infelizmente, hoje não há nenhuma registros fotográficos ou imagem de VFF.

No jornal religioso “O Apóstolo” (RJ), temos que o Comendador Vital Fernandes Fam⁶, se casou com D. Maria Fernandes da Soledade em 1877⁷ (falecida

⁶.BN,<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=343951&pasta=ano%20188&pesq=Vital%20Fernandes%20Fam&pagfis=11133> – acesso em 21/03/2025

em 14-05-1918). Esse “honrado negociante desta praça e proprietário da alfaiataria Estrella”, era considerado por todos como uma pessoa muito generosa⁸.

Em 1886 recebe o título de Comendador⁹, que lhe foi outorgado em 21 de janeiro pela Ordem de Nossa Senhora da Conceição de Vila Viçosa - Portugal, no auge do sucesso de sua Alfaiataria¹⁰. Vital Fernandes Fam¹¹, agora é noticiado como um “Commendador” muito generoso, que faz robustas doações de roupas¹² e esmolas, inclusive atendendo indigentes e viúvas pobres¹³.

VFF teve uma vida cheia de desafios no mundo dos negócios. As referências a Fam na Biblioteca Nacional começam nos anos 1870 e, de início, não são nada alentadoras. Em 18 de março de 1873 é a primeira vez que a BN cita seu nome, em um tipo de aviso, chamado de “Comunicado à Praça” (era comum na época para alertar comerciantes e clientes), no qual Manoel Diniz Ferreira Coelho (seu ex-patrão) informa que Fam foi desligado da firma em que trabalhava e o desautoriza a continuar atuando em nome da empresa (“Jornal do Commercio” RJ, 16-03-1873). No anúncio, Coelho deixou claro que não era responsável por nada que Vital fizesse a partir dali.

À Praça. Manoel Diniz Ferreira Coelho com loja de fazendas e roupas feitas à rua do Hospício n. 128, faz sciente a esta praça e aos seus fregueses, que desde o dia 14 do corrente deixou de ser seu empregado o Sr. Vital Fernandes Fam, e previne que não se *responsabilisa* por qualquer transação que o dito senhor possa fazer em nome da casa. Rio, 18 de março de 1873 – Manoel Diniz Ferreira Coelho.

Alguns meses depois, Vital decidiu abrir seu próprio negócio. Ele e Felício Dias Lopes Maia fundaram a “Vital Fernandes Fam & C.”, uma loja que vendia tecidos e roupas. Eles começaram com um capital de 3 mil Réis. A imprensa carioca (“A Republica” e “A Nação”, ambos de 25-06-1873) anuncia que VFF abriu essa firma.

De Vital Fernandes Fam e Felicio Dias Lopes Maia, para o commercio de fazendas e roupas feitas, com o capital de 3:000\$, sob a firma de Vital Fernandes Fam & C.

Mas as coisas não foram tão fáceis quanto esperavam. O empreendimento teve dificuldades desde o início. Poucos meses depois, em 28-11-1873, o “Jornal do Commercio” (RJ) anuncia a falência, e o estoque da loja de Fam precisou ser leilado.

⁷.BN,<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=343951&pasta=ano%20188&pesq=Vital%20Fernandes%20Fam&pagfis=4721> – acesso 21/03/2025

⁸.BN,<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=343951&pasta=ano%20188&pesq=Vital%20Fernandes%20Fam&pagfis=10548> – acesso em 21/03/2025

⁹.(cf. <https://geneall.net/B/pt/nome/2091588/vital-fernandes-fam/>).

¹⁰.Comendadores da Ordem de Nossa Senhora da Conceição de Vila Viçosa [#2051] (21.1.1886) - <https://geneall.net/B/pt/titulo/25079/comendadores-da-ordem-de-nossa-senhora-da-conceicao-de-vila-vicosa/> - acesso em 21/02/2025

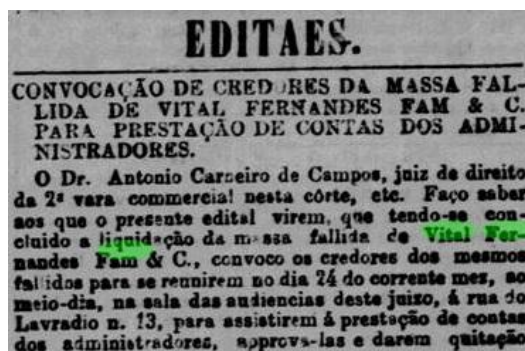
¹¹.BN, <https://memoria.bn.gov.br/docreader/DocReader.aspx?bib=302295&pagfis=25548> - acesso em 21/03/2025

¹².BN,<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=343951&pasta=ano%20188&pesq=Vital%20Fernandes%20Fam&pagfis=10548> – acesso em 21/03/2025

¹³.BN,<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=343951&pasta=ano%20188&pesq=Vital%20Fernandes%20Fam&pagfis=11133> – acesso em 21/03/2025



Vale observar que os trâmites dessa falência se estendem até 1875, conforme Jornal do Commercio – RJ¹⁴: “Convocação de credores da massa falida de Vital Fernandes Fam & C. para prestação de contas dos administradores”:



Embora, como vimos, no Jornal do Brasil (12-01-1902), Fam afirme que sua Alfaiataria Estrella tivesse sido fundada em 1871 (talvez para fingir antiguidade e tradição), não encontramos registros desse nome na BN entre 1870 e 1879. Já na década seguinte, nos anos 1880-1889, serão mais de 1300 referências à Estrella!

Os anos 1880: o “boom” da “Alfaiataria Estrella” na mídia

Se os anos 1870 foram desastrosos para Fam; nos anos 1880, a Estrella terá imagem positiva e presença avassaladora na BN.

Em seus luminosos anos 80, período em que a Estrella alcançou grande sucesso, VFF inova, investindo também na imagem da empresa (e na de seu proprietário) como promotora de caridade e emprega todos os meios para dar-lhe visibilidade. Personalista, em suas doações de partituras (na época, praticamente o único meio de difundir música), faz constar seu próprio retrato, como mostra o jornal (Cf. “O Mequetrefe” RJ, 31-07-1883):

¹⁴ https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=364568_06&pesq=%22Vital%20Fernandes%20Fam&pasta=ano%20187&hf=memoria.bn.gov.br&pagfis=12545 – acesso 11/04/2025

L'E'gyptienne, polka, e Les Polychinelles, quadrilha, oferecidas pelo Sr. Victal Fernandes Fam; proprietário e redactor da grande alfaiataria Estrella do Brasil, estabelecimento que, dizem vários sujeitos viajados, é o maior e o mais completo do mundo no seu gênero. Trazem o retrato do ofertante. Gordo e bonito, com o seu cabelinho frizado, o seu bigodinho torcido, todo catita, todo liró. E o demo das musicas são uma revolução. O Corrêa está desde hontem a dansar a polka e ainda não poudé parar! E que mexidos! Vae ser o diabo! ¹⁵

A partir dos anos 1880, VFF, começou a publicar anúncios muito criativos, com forte presença de humor – algo incomum na publicidade brasileira da época – faz um de seus primeiros anúncios (“Gazeta de Noticias” RJ, 22-09-1880), disfarçado de notícia de prêmio, típica da época, sobre superação da célebre “Volta ao mundo em 80 dias”:

Viagem à volta do mundo em 75 dias

Com quantia superior gratifica-se a pessoa que descubra a razão por que pôde vender mais barato que os collegas o tal senhor da grande Alfaiataria Estrella do Brasil. Grande é o poder.

Muitos desses textos imitavam noticias ou avisos oficiais, o que chama a atenção dos leitores e só depois revelava a propaganda. Todas esas peças mostram como VFF transformava situações inesperadas em formas creativas de divulgação.

Outro exemplo, do mesmo gênero, agora no “Diário de Noticias” (RJ, de 23-04-1888):

Incêndio nos theatros

Por decreto n. 7981, foi approvedo que todos os frequentadores de theatro que queiram evitar alguma catastrophe ou bronchite, usem, para sua segurança, os sobretudos da popular Alfaiataria Estrella do Brazil.

E com divertido sensacionalismo em “A Folha Nova” (RJ, 24-04-1884):

O passageiro Joaquim Floriano da Silva ao apear-se hontem do trem ainda em movimento, julgando os outros passageiros que ele tivesse perecido, porém qual não foi o pasmo e admiração de todos vendo Floriano com vida preso a um gancho do wagon pelo paletot, que tinha comprado pouco antes na grande alfaiataria Estrella do Brazil! Que valente paletot!

No mesmo “A Folha Nova” (RJ, 05-09-1884):

O Dr. Heller, que ultimamente tem andado em calorosas diligencias, conduziu hontem á presença do S. Exc. o Sr. chefe de polícia o cidadão Vital Fernandes Fam, dono da alfaiataria Estrella do Brasil. Felizmente foi posto em liberdade depois de ter sido lido e relido o código do processo criminal e conhecer-se que não era prohibido vender-se roupas baratas.

¹⁵BN, <https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=709670&pasta=ano%20188&pesq=%E2%80%9CAlfaiataria%20Estrella%E2%80%9D&pagfis=1965> – acesso 13/05/25

Jogando com as grandes estrelas do espetáculo da época (“Gazeta da Tarde” RJ, 23-06-1886”):

O grande conflicto - e espancamento no Theatro S. Pedro d’Alcantara

Entre Sarah Bernhardt e Mme. Noirmont não causou tanta sensação como tem causado os preços baratissimos das sublimes roupas na Popular Alfaiataria Estrella do Brazil na Praça da Constituição.

No “Diario de Noticias” (RJ, 29-04-1888), há um caso em que a publicidade vem até disfarçada de um “conto”. À primeira vista, uma história de ficção comum que tem todas as características de ser uma peça literária normal do jornal: “O rapto de um mancebo e um feliz casamento”. Após todo o suspense, depois das peripécias da narrativa do rapto do rapaz por uma jovem e rica dama, a revelação final surpreende: esta se lhe oferece em casamento e, no desfecho, vem a hilariante “pegadinha”:

O rapto de um manequim e um feliz casamento

Que originalidade! Um dia, após um longo passeio pelas alamedas do parque, um brasileiro descansava tranquilo sobre um tronco de árvore artificial, junto ao enorme penedo de granito que encima attrahente grupo representando a luta entre a fera e o homem, sitio que jamais passará indifferente ao menos curioso que visite este bello e imponente jardim. Ahi voltando de costas aos transeuntes passava horas respirando a fresca aragem da manhã; Raphael L de Vasconcellos admirando a verdejante e vastíssima tapeçaria que orna as esplendidas planicies d’aquêle imponente jardim, cheios de lagos enormes, salpicado por immensas aves multicores, distrahia-se ouvindo em espesso bosque fronteiro o chilrear alegre e animado de inúmeros passarinhos, quando de repente se vê amordaçado e arrebatado para dentro de um carro que o esperava no portão da rua do Areal. Accommettido do susto por vertigem violenta, desacorda e sem sentir e ouvir coisa alguma, acha-se, ao voltar a si em um esplendido e luxuoso salão, recostado sobre lindo divan de seda carmezim enfrentando com uma jovem e linda senhora, de olhos pretos e grandes que o devorava ansiosa com a vista chammejante de electricidade oferecendo-lhe a mão da esposa; mas Vasconcellos julgando-se sobre um imperio de um delicioso sonho receiava mexer-se; com susto de acordar para que a visão e todo o conjuncto d’aquella riqueza não fugisse de seus olhos quizera prolongar eternamente, mas não se podendo conter maravilhado do que via e apalpando-se a si próprio com frenesi sentindo-se acordado, reveste-se de coragem, dá alguns passos para a dama, pedindo-lhe com doçura a explicação de se achar naquela casa. – Quer saber então o motivo por que o mandei prender, não é verdade cavalheiro? disse-lhe a senhora; eu lhe conto sou nova rica e caprichosa; passando ontem no parque vi-o e deu me a phantasia de casar-me com o senhor; acceita a minha mão de esposa; – Mas, Exma. senhora, a quem posso dever tanta felicidade? – À elegancia de sua roupa – Pois, minha senhora, comprei-a bem barata na popular Alfaiataria Estrella do Brazil, praça da Constituição.

Esse tipo de “surpresa final” era uma das estratégias usadas por VFF para prender a atenção do leitor e, só no último momento revelar que se tratava de publicidade.

O próprio Fam sabe de seu talento. É o que encontramos em longa matéria, provavelmente paga pelo próprio VFF, no “Diário de Notícias” (RJ, e 14-04-1888), apresenta Vital Fernandes Fam como um exemplo de energia, inteligência e visão inovadora no comércio. O artigo chega a apontar que ele é responsável por criar “o anúncio sob as suas mais espirituosas formas”. O jornal descreve com entusiasmo e exalta a personalidade do Comendador, destacando sua capacidade de organização, seu bom gosto e, sobretudo, sua habilidade em usar o humor como estratégia de propaganda – algo novo na época, chamando o vigoroso empresário como nada menos que o criador do humor na publicidade:

Um estabelecimento Modelo

O Sr. Commendador Vital Fernandes Fam convidou-nos a visitar o seu importante o seu importante estabelecimento de alfaiataria e roupas feitas, sito a praça da constituição 79 e 81 e denominado Grande Alfaiataria Estrella do Brazil.

Accedemos ao delicado convite e francamente nos retiramos convictos de quanto póde a inquebrantável vontade de um homem enérgico e inteligente. Desde o aspecto até o mais simples dos vastos meandros d’aquela estabelecimento, tudo foi calculado, estudado, previsto! Além do grande armazém de roupas feitas, desde a mais vulgar casimira ou o mais simples linho até o panno finíssimo de tecido especial e de alto preço, onde tudo se encontra com a maior presteza e ordem; ha a officina de alfaiataria, que da serviço a muitos operários e consequentemente alimenta muitas famílias.

O Sr. Commendador Vital Fernandes Fam é um cavalheiro de fino trato e imprime ao seu importantissimo estabelecimento uma direção habilíssima seja qual for o ponto de vista sob o que o consideremos. Mas ha um ponto que mostra promptamente o atilamento mercantil de sua intelligencia, rapidamente comprehensiva das vantagens da publicidade; o Sr. Comendador Vital Fernandes Fam creou, **creou** é o termo, o annuncio sob as suas mais espirituosas fórmulas. Como disse acima o próprio aspecto da casa já um formidável reclamé.

A longa reportagem continua dizendo que Fam é identificado com a Estrella – tal como, hoje, um Sidney de Oliveira, da Ultrafarma, ou um Luciano Hang, da Havan.

Como o Sr. Vital Fernandes Fam é o principal annunciante da alfaiataria (...) e tem explorado o reclamo [publicidade] por todos os meios possíveis. Como este cavalheiro é o sustentáculo de grande número de pessoas que nele vêm um verdadeiro anjo tutelar, não podemos deixar de inserir aqui alguns dados biographicos da sua já tão movimentada existência.

A matéria relata também uma longa lista de caridades e benevolências do Commendador, seguindo-se o relato de sua genialidade:

Taes são os dados biographicos que pudemos colligir sobre o distincto Commendador Vital Fernandes Fam. Inteligente, caritativo, previdente, o digno industrial brevemente ha-de ver coroados os seus esforços com qualquer distincção honorifica que necessariamente S.S receberá espontaneamente do governo imperial, sempre solícito em reconhecer o direito e os serviços á humanidade e ao paiz.

Além das estratégias comerciais, Vital também buscava fortalecer sua imagem pública, fazendo as mais diversas promoções e inúmeras doações para os pobres. Algumas dessas ações beneficentes aconteciam como forma de agradecimento religioso (ação de graças). especialmente quando ocorriam melhorias de saúde do Imperador (cf. também p. ex. “O Apóstolo” RJ, 23-03-1887) e/ou de outros poderosos. Eventos como este mostram como Fam unia generosidade, fé e marketing em seu caminho.

Esteve realmente magnífica a festa de hontem na casa do Sr. Commendador Vital Fernandes Fam, o distinctissimo industrial proprietárioda grande alfaiataria Estrella do Brazil. Querendo revelar o espirito caritativo que o anima e ao mesmo tempo demonstrar justa satisfação de que se acha possuido por ver coroados os seus exforços no ramo de commercio que abraçou, o Sr. Comendador Fam distribuiu entre viúvas pobres 20 esmolos de 20\$000 e 13 de 5\$000. A chamada foi feita pelo Sr. Dr. Pedro Francisco Correia de Oliveira, sendo as esmolos entregues por uma gentil filha do Sr. Comendador Fam. Acharam-se presentes os representantes da imprensa da Côrte, os Srs. Dr. Busch Varella, tenente-coronel Barbosa, Dr. Campos da Paz e outras pessoas de qualidade. O Dr. Campos da Paz, saudou n’um brindo a activo, inteligente e sympathico proprietário da Estrella do Brazil, sendo depois o mesmo senhor brindado pelo Dr. Fernando Mendes em nome da imprensa. O comendador Fam, agradecendo, levantou um brinde a S.M. o Imperador, fazendo votos pelo seu prompto restabelecimento.
(“Novidades” RJ, 2703-1888)

Sabedora da força da mídia, a Estrella publica mais de 1300 anúncios na imprensa nos anos 1880! O Comendador falece em 03-08-1907, e tem o anúncio de missa de 7º. dia em “O Seculo” (RJ, 10-08-1907), 30 anos após fundar a Alfaiataria.

Considerações finais

Finalizando essa viagem no tempo (1873-1907), por meio do acervo da BN, conhecemos diversos aspectos da vida e trajetória da obra de VFF, descrito como um homem elegante, criativo e grande benfeitor. Além de sua criatividade, seu incrível humor (além de outros aspectos) nas peças publicitárias, vimos também sua força de superação em situações críticas, como demissão, falência e reveses.

Pelo que descobrimos, consideramos que VFF teve um papel absolutamente pioneiro e revolucionário na história da publicidade brasileira, especialmente por ter utilizado o humor de forma tão criativa e inovadora.

Acreditamos ter contribuído para reparar a clamorosa injustiça do total desconhecimento desse personagem nos dias de hoje, já que ele deveria ser

reconhecido como uma figura emblemática, por unir humor e propaganda com notável criatividade.

Esse processo nos ajudou a perceber a importância de recuperar fontes antigas e trazer à tona informações esquecidas. Também nos levou a refletir sobre o uso da propaganda em momentos históricos delicados, como a Abolição da Escravatura – o que despertou em nós uma discussão sobre os limites éticos do humor na publicidade, tanto no passado quanto no presente.

Finalmente, escrever este artigo exigiu cuidado com as fontes. Um aspecto importante desta pesquisa para nossa formação, foi o de aprender a manejar a preciosa ferramenta de pesquisa que é a Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Recebido para publicação em 30-05-25; aceito em 26-06-25