

HÍBRIDOS ENTRE JORNALISMO E PUBLICIDADE: A COLUNA “A PEDIDO” NO JORNAL DO COMMERCIO

HYBRIDS BETWEEN JOURNALISM AND ADVERTISING: THE “A PEDIDO” COLUMN IN JORNAL DO COMMERCIO

HÍBRIDOS ENTRE PERIODISMO Y PUBLICIDAD: LA COLUMNA “A PEDIDO” EN EL JORNAL DO COMMERCIO

Original recebido em: 26 de agosto de 2025

Aceito para publicação em: 22 de dezembro de 2025

Publicado em: 29 de dezembro de 2025

Verena Raquel Fornetti Moraes

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, SP, Brasil

A lista completa com informações dos autores está no final do artigo

1. RESUMO

O Jornal do Commercio (Rio de Janeiro) foi um dos principais jornais brasileiros no Império. Desde a década de 1840, publicou a coluna “a pedido”, destinada a conteúdo não editorial, com publicações pagas. Analisamos 200 edições, de 24/12/1845 a 14/07/1846, e discutimos o uso da coluna pela indústria da homeopatia em uma disputa ideológica para legitimar a prática. Este artigo descreve estratégias nessa disputa, entre elas supostos depoimentos de pacientes, relatos de casos bem-sucedidos, desqualificação de opositores e reiterada presença de textos opinativos, em um caso que interpretamos como forma precursora de híbrido entre jornalismo e publicidade. A pretexto de divulgar a homeopatia, identificamos nesses espaços a publicação de informações falsas e promessas de cura milagrosa.

Palavras-chave: Jornais no Brasil Império; Jornal do Commercio; História da imprensa; Homeopatia; Relações Públicas.

2. ABSTRACT

Jornal do Commercio (Rio de Janeiro) was one of the leading Brazilian newspapers in the Imperial period. From the 1840s onward, the newspaper published the column “a pedido” for paid publications. We analyzed 200 issues (December 24, 1845 to July 14, 1846) to describe the use made by the homeopathy industry in Brazil within an ideological dispute aiming at legitimization. This article describes some of the strategies in this dispute: patient testimonials, accounts of successful treatment cases, disqualification of opponents, and the repeated presence of opinion pieces in the press, in a case we interpret as a hybrid form of journalism and advertising. Under the pretext of promoting homeopathy, we identified in these spaces the publication of false information and promises of miraculous cures.

Keywords: Newspapers in Imperial Brazil; Jornal do Commercio; History of the press; Homeopathy; Public Relations.

3. RESUMEN

El Jornal do Commercio (Rio de Janeiro) fue uno de los principales periódicos brasileños durante el Imperio. Desde la década de 1840, el periódico publicó la columna “a pedido”, destinada a publicaciones pagadas. Analizamos 200 ediciones, entre el 24/12/1845 y el 14/07/1846, y examinamos el uso de esta columna por la industria de la homeopatía en Brasil en una disputa ideológica, ya identificada por otros investigadores, orientada a legitimar la práctica en el país. Este artículo describe algunas de las estrategias presentes en dicha disputa, entre ellas supuestos testimonios de pacientes, relatos de casos exitosos de tratamiento, descalificación de opositores y la reiterada presencia de textos de opinión en la prensa, en un caso que interpretamos como una forma híbrida de periodismo y publicidad. Bajo el pretexto de divulgar la homeopatía, identificamos en estos espacios la publicación de información falsa y promesas de curaciones milagrosas.

Palavras-chave: Periódicos en el Brasil Imperial; Jornal do Commercio; Historia de la prensa; Homeopatía; Relaciones Públicas.

1 INTRODUÇÃO

Como a indústria relacionada à homeopatia se apresentou nos jornais brasileiros para construir legitimidade para sua prática no Brasil? Diferentes pesquisadores (Faria, 1992; Barbara 2018), no passado, descreveram a intensa disputa ideológica travada pelos defensores da homeopatia, na época da introdução da atividade no país, com publicações pagas no Jornal do Commercio do Rio de Janeiro no final do século XIX; a pesquisa de Girardi (2002) identifica, inclusive, que, em determinados períodos, há publicação diária de assuntos relacionados à homeopatia nesse periódico. Neste artigo, nosso objetivo é descrever algumas das técnicas usadas por esses agentes na disputa ideológica pela legitimação da prática no Brasil, com base no estudo da coluna publicações “a pedido” no Jornal do Commercio-RJ.

Para isso, a partir de pesquisas no site da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, onde as edições do Jornal do Commercio estão disponíveis na íntegra¹, analisamos todas as 200 edições do jornal de 24/12/1845 a 14/07/1846. Optamos por um recorte intencional (Bardin, 2011), para contemplar um segmento temporal que pertencesse ao período inicial de publicação da coluna no referido jornal, mas a partir de um ponto em que houvesse recorrência significativa de publicação. Empregamos técnicas de análise de conteúdo (Fonseca Júnior, 2006) para classificar as edições segundo a presença ou ausência da coluna “a pedido”, listamos os temas tratados em cada edição e identificamos conteúdo relacionado à homeopatia (anexo I). Concluímos que 109 das 200 edições (54,5%) traziam a seção “a pedido”. Nesse universo de 109 edições, 22 edições (20%) abordavam controvérsias acerca da homeopatia, tema que foi o mais recorrente na nossa amostra de 109 edições com publicação da coluna “a pedido”.

¹ <https://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>. Acesso em: 20.dez.2025

Entre as técnicas de legitimação encontradas, estão a publicação de supostos depoimentos de pacientes, descrições de casos pretensamente bem-sucedidos de tratamento, desqualificação de opositores e reiterada presença de textos opinativos, em um caso que interpretamos como forma precursora de híbrido entre jornalismo e publicidade. Interpretamos esses artigos na seção “a pedido” como híbridos entre jornalismo e publicidade porque: i) são conteúdos pagos, sem a revelação clara de quem pagou pelo conteúdo; ii) estão publicados fora da seção “anúncios”; iii) por apresentarem-se na forma de texto, permitem a comunicação de ideias mais complexas em comparação às informações presentes nos anúncios tradicionais². Nossa amostra está concentrada na coluna “a pedido”, mas, no decorrer da análise, notamos que, no período estudado, outros espaços do jornal (“comunicados” e “correspondências”) apresentam as mesmas práticas que descrevemos na coluna “a pedido” (fig. 3, 4, 5 e 6). Interpretamos esse achado como resultado da falta de padronização dos jornais no período, quando não havia ainda diferenciação e critérios claros para cada seção do periódico, diferentemente do que ocorre hoje, no jornalismo moderno, mas há oportunidade para desdobramentos adicionais, no futuro, em pesquisas para melhor esclarecer o uso da coluna “comunicados” no *Jornal do Commercio*.

2 ORIGENS E CARACTERÍSTICAS DOS JORNAIS ANTES DA PROFISSIONALIZAÇÃO DA IMPRENSA NO BRASIL

O Brasil não teve imprensa nos três primeiros séculos de sua história (Molina, 2015). Assim como a abolição da escravidão, a criação das universidades e a independência política, o estabelecimento da imprensa foi tardio (Lustosa, 2004), e o Brasil só passou a ter circulação de jornais em 1808. “O rígido controle de Portugal [...] impediu que fossem instaladas tipografias, não deu impulso ao ensino, proibiu a instalação de universidades [...], cerceou a divulgação de informações [...] e vigiou de perto as importações de livros para impedir a entrada e a difusão de ideias políticas perigosas” (Molina, 2015, p. 39).

A partir da introdução da imprensa, o número de jornais cresceu no país, apesar da baixa escolaridade da população, visto que cerca de 84% da população era analfabeta em 1872, segundo o Censo³. Apesar disso, as ideias expostas nos periódicos tinham ressonância na sociedade para além do público leitor, uma vez que a leitura não se limitava a uma atividade

² Cornwell e Rubin (2019), em estudo sobre publicidade nativa e branded content na atualidade, apontam que a natureza personalizada de anúncios em forma de textos permite aos anunciantes comunicar mensagens mais complexas aos leitores, em comparação a anúncios tradicionais.

³ https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv25477_v1_br.pdf. Acesso em: 19.dez.2025

individual e privada, pois era discutida de forma coletiva e influenciava o debate político (Morel, 2013).

Ribeiro (2002) sinaliza a existência de jornais pequenos, artesanais, sem estrutura de empresa, que “defendiam qualquer causa, desde que bem pagos por isso” (Ribeiro, 2002, p. 03); sobre esse tipo de publicação, a autora lembra uma frase atribuída, anedoticamente, a João Lage, proprietário do jornal “O País” (1884-1930): “Só preciso de 22 leitores: os 21 governadores e o presidente da República” (Ribeiro, 2002, p. 03).

Schwarcz (2011) afirma que jornais e panfletos se multiplicaram com a Independência do Brasil. A historiadora destaca que o jornalismo e a retórica passam a ser os gêneros públicos de maior ressonância na sociedade brasileira, em um processo de conformação de novos imaginários políticos (Anderson, 2008). Febvre e Martin (1976) argumentam que a introdução da imprensa foi uma etapa crucial no caminho para a nossa atual sociedade de consumo em massa e de padronização.

A imprensa brasileira recebe impulso a partir de 1826, com a instalação da Assembleia Geral Legislativa (Sodré, 1966). “Criadas as condições políticas, as materias começam a surgir, e quase sempre proporcionadas por estrangeiros” (Sodré, 1966, p. 116). “Disseminam-se no país jornais influenciados pelas revoluções liberais na Europa, e as lutas políticas dos anos posteriores estimulam a criação de outros periódicos. A proliferação dos jornais acontece, principalmente, nas províncias, onde as disputas políticas foram mais pronunciadas” (Sodré, 1966, p. 148). As primeiras décadas do jornalismo brasileiro, de 1808 até 1836, podem ser classificadas em três atividades distintas, todas com objetivo de “analisar a situação, esclarecer o juízo do leitor e orientar a atividade do homem público” (Candido, 2000, p. 231). As formas seriam: 1) o jornalismo de ensaio; 2) o jornalismo de artigo; e 3) o jornalismo de panfleto.

De acordo com Sodré (1966), mesmo o advento da República não mudou radicalmente as características da imprensa brasileira. “Os grandes jornais continuaram os mesmos, com mais prestígio e força os republicanos [...]. Só em 1891 apareceria o Jornal do Brasil. Multiplicaram-se os pequenos, os órgãos de vida efêmera, mas isso sempre acontecera e continuaria a acontecer” (Sodré, 1966, p. 287). “Nos jornais mais lidos, os anúncios invadem até a primeira página, transbordam de todos os lados, o espaço deixado à redação é muito restrito e, nesse campo já diminuto, se esparramam diminutas notícias pessoais, disque-disques e fatos insignificantes” (Sodré, 1966, p. 289).

Os dois maiores jornais brasileiros, o Jornal do Comércio e a Gazeta de Notícias, realizam excelentes negócios; têm tantos anúncios que, não lhes bastando a terceira e quarta páginas, dedicam-lhes um suplemento. O Jornal do Comércio é uma espécie de

Times sem virilidade; é o Times sem os leading articles; um bom repertório de fatos, um conjunto útil de documentos. A Gazeta de Notícias é muito diferente; sua impassibilidade não consiste em registrar passivamente os acontecimentos; tem como redator-chefe o Dr. Ferreira de Araújo, e nisso está a sua força. O Dr. Araújo é um excelente jornalista; julga homens e coisas com condescendente ironia; escreve com precisão, elegância e sobriedade raras. (Sodré, 1966, p. 289).



Figura 1: Página de anúncios do Jornal do Commercio na ed. Número ed. nº 250, de 24 dez. 1846.
Fonte: Hemeroteca Digital/ Biblioteca Nacional

Ribeiro (2002) defende que o jornalismo brasileiro não pôde assumir o papel de “watchdog” que lhe era reservado no ideário americano. Para a autora, “o campo jornalístico – tal como se configurou historicamente no Brasil – jamais conseguiu se autonomizar totalmente em relação à política” (Ribeiro, 2002, p. 12). Por isso, a pesquisadora argumenta que os jornais nunca conseguiram exercer vigilância sobre a ação do Estado, no sentido clássico do liberalismo, pois não dispunham de distância suficiente em relação aos personagens públicos. Desde o Império, a autora afirma que o suborno à imprensa era comum e que todos os governos recorriam ao serviço subvencionado da imprensa. Ribeiro (2002) lembra o discurso do então deputado Justiniano José da Rocha, ex-jornalista, que, em 1855, admitiu em Plenário ter recebido auxílios pecuniários do governo; apesar de defender o fim do tráfico de escravizados nos seus artigos, Rocha admitia que havia aceitado de presente uma pessoa escravizada em troca de seus favores na imprensa. Outro exemplo citado pela autora é o de Joaquim Nabuco, que, entre 1853 e 1866, aponta, nas contas das verbas secretas dos diferentes ministérios a que pertenceu, a existência de recibos de pagamentos a jornalistas. Ribeiro (2002) menciona, também, o livro “Da Propaganda à Presidência”, em que o ex-presidente Campos Sales afirma

ter herdado a prática de subvenção à imprensa de mandatários anteriores e em que admite ter adotado o mesmo expediente.

Ribeiro (2002) afirma que a corrupção jornalística se alimentava, também, do setor privado, uma vez que “o suborno e a chantagem a empresas ou grupos privados eram práticas comuns da imprensa na primeira metade do século e um elemento essencial na sobrevivência de muitos jornais” (Ribeiro, 2002, p. 3).

A adoção de uma gestão moderna não implicou na eliminação de formas arcaicas e paternalistas de administração. O clientelismo, a chantagem e a corrupção também continuavam, em certa medida, a funcionar como elemento essencial na manutenção de algumas empresas e guiavam, muitas vezes, as escolhas e decisões de seus administradores. Mesmo naqueles jornais maiores e mais estáveis, a lógica do mercado se conjugava com uma racionalidade outra, ainda atrelada a imperativos de ordem política. (Ribeiro, 2002, p. 12)

A autora aponta, ainda, outras formas de dependência da imprensa em relação ao poder público: 1) sistema de concessões públicas; 2) controle oficial das quotas de papel e outros insumos básicos à comunicação; 3) financiamentos, isenções fiscais e subsídios; 4) fiscalização governamental das atividades de comunicação e 5) publicidade governamental.

3. A COLUNA “A PEDIDO” NO JORNAL DO COMMERCIO

De acordo com a Biblioteca Nacional, o Jornal do Commercio, de perfil conservador, começou a ser publicado em 1º de outubro de 1827 no Rio de Janeiro, fundado pelo tipógrafo francês Pierre René François Plancher de La Noé, instalado na corte brasileira após a Restauração na França. Segundo Sodré (1966), a coluna "a pedido" era destinada a conteúdo não editorial, com publicações pagas. Era "uma coluna livre onde assuntos variados eram debatidos pelos próprios interessados" (Brasil, 2015).

[...] o mais relevante, no entanto, está no poder transductor que apresenta. Não mastiga apenas números, mas converte para sua linguagem binária e reconverte à sua forma original textos, imagens e sons; enfim, quaisquer signos que possam porventura ser capturados em seus circuitos integrados. [...] não é por acaso que as tradicionais tecnologias de geração mecânica e mesmo eletrônica estão, todas elas, sendo convertidas ao digital (Santaella, 2007, p. 207).

O pioneiro na publicação desse tipo de espaço foi o Jornal do Commercio, mas a seção "a pedido" foi copiada por outros jornais brasileiros (Brasil, 2015). A coluna publicava textos os mais variados, incluindo cartas dos leitores. Na nossa amostra de 200 edições, entre os textos publicados na coluna do Jornal do Commercio estão poemas, relato sobre primeira comunhão, adulações ao Imperador D. Pedro II, abaixo-assinados, cartas com cobranças a órgãos da administração pública, discursos feitos em funerais, artigos de diplomatas estrangeiros sobre

disputas internacionais e pedidos relacionados aos teatros da Corte, entre outros variados temas.

A coluna foi usada até para pedir esclarecimentos ao governo imperial, mesmo por províncias, em aparente demonstração de insuficiência de outros meios de comunicação institucional: na edição 142, em 22 de maio de 1846, por exemplo, o presidente da Assembleia Legislativa de Santa Catarina pede orientação para saber se vereadores das Câmaras Municipais podem ser membros das assembleias provinciais. Interpretamos esse uso como decorrente da falta de outros espaços institucionalizados para comunicação pública, comunitária e empresarial. Nesse mesmo sentido também se pode interpretar o uso do espaço, no período estudado, pelo Banco Commercial 186 de 1846, publicada em 07 de julho de 1846), que, nessa ocasião, comunicou aos seus acionistas, por meio da coluna "a pedido", o total de dividendos que seriam pagos por ação.



Figura 2: Coluna “a pedido” na ed. nº 92, de 2 abr. 1846, no Jornal do Commercio (terceira coluna).
Fonte: Hemeroteca Digital/ Biblioteca Nacional

O Diário Oficial da União, inicialmente *Diario Official* do Império do Brasil, começou a circular no dia 1º de outubro de 1862. No período em que estudamos no nosso trabalho, o

Jornal do Commercio traz, logo na primeira página, abaixo do logotipo, a advertência de que "publica os actos do governo, mas não é folha official (sic)". Recorrentemente, a primeira seção do jornal traz o intertítulo "parte oficial" e ali se publicam "expedientes" governamentais.

A coluna era, também, usada para atacar, mesmo anonimamente, indivíduos e instituições (Sodré, 1966). Em História da Imprensa no Brasil, o autor cita carta escrita pelo jornalista francês Max Leclere (1864-1932) em que este afirma que "desmoralizou-se a imprensa com a publicação, em suas colunas ineditoriais, sob o título de 'a pedido', de libelos infames, de ataques anônimos contra personagens públicas ou privadas e instituições, publicações essas pagas pelos interessados" (Sodré, 1966, p. 289).

Faria (1993) afirma que a coluna "a pedido", junto com a seção de publicidade (a figura 02 mostra como costumava ser a página de anúncios do Jornal do Commercio no período estudado neste artigo) podiam, juntos, chegar a dois terços dos jornais brasileiros no final do século XIX. No período analisado em nossa pesquisa, as edições do jornal têm quatro páginas, mas ocasionalmente incluem outras duas páginas de suplemento comercial. Para Faria (1993), a coluna "a pedido" era um mosaico do Brasil Império, "onde qualquer um poderia publicar escândalos, mentiras e calúnias, desde que estivesse disposto a desembolsar algum dinheiro" (Faria, 1993, p. 90). Leclere apontara, à época, que "os anúncios invadem até a primeira página: transbordam de todos os lados, o espaço deixado à redação é muito restrito e, nesse campo já diminuto, esparramam-se diminutas notícias pessoais, disque-disques e fatos insignificantes" (Sodré, 1966, p. 289).

Araújo (2015) defende que a valorização da coluna "a pedido" nos diversos jornais brasileiros é sinal do reconhecimento social da importância da imprensa no processo decisório do país. Segundo o autor, os textos da coluna "a pedido" eram mais caros que os anúncios: 120 réis por linha no primeiro caso e 80 réis por linha no segundo. Outro sinal do prestígio da coluna é a presença de frases do imperador D. Pedro II, que, quando era mencionado nos artigos, era avisado antes da publicação e respondia à citação na mesma página, logo abaixo do texto, agradecendo votos e elogios (edições 117 e 173 de 1846 do Jornal do Commercio, publicadas nos dias 28 de abril de 1846 e 24 de junho de 1846). No período analisado em nossa pesquisa, todas as citações ao imperador foram laudatórias (anexo I), o que confirma as reflexões de Ribeiro (2002) sobre a falta de autonomia dos jornais perante o governo no período estudado.

A respeito do uso da coluna "a pedido" nos diversos jornais para atacar indivíduos, o fato fez com que se multiplicassem, em diversas cidades, processos judiciais motivados pela acusação de injúria. Godoi (2021), ao analisar processos criminais de calúnias impressas, todos julgados nas Comarcas de Campinas e de Bragança entre 1859 e 1935, afirma que a maioria

dos textos motivadores de processo que foram levados aos tribunais foi publicada na seção paga dos jornais. "Entre os artigos processados, 54% foram publicados precisamente nessa região bem delimitada da topografia dos jornais, a qual, por suas características, volta e meia causava problemas legais aos proprietários, editores e redatores das folhas" (Godoi, 2021, p. 166).

O acesso à Justiça por conta dos artigos ocasionou a proliferação de escritores conhecidos como “testas de ferro”, que eram indivíduos dispostos, em troca de algum pagamento, a assumir a autoria desses artigos na Justiça (Araújo, 2015). Em razão dos processos, alguns jornais, como O Globo (1874-1883), de Quintino Bocaiúva, passaram a impor restrições para artigos “a pedido”, como, por exemplo, a assinatura dos artigos com o nome verdadeiro do autor, o que ocasionou problemas financeiros para a publicação (Araújo, 2015). Apesar da atitude de O Globo, a tendência era a de expansão da coluna nos periódicos da capital, uma vez que "o alto rendimento obtido com a parte ineditorial fazia com que os diretores corressem certo risco ao franquear suas páginas para pseudônimos que, sem maiores problemas, esconder-se-iam atrás de testas de ferro" (Araújo, 2015, p. 188)

Embora o debate político não fosse predominante do Jornal do Commercio (Morel, 2013), as lutas políticas da época estavam presentes no espaço. Em Campanhas na Imprensa (1884 - 1887), Joaquim Nabuco (1949) descreve uma série de artigos no periódico, em favor do abolicionismo, publicada na coluna “a pedido” do Jornal do Comércio, entre 1884 e 1885, com textos assinados por Rui Barbosa, Gusmão Lobo, Rodolfo Dantas e Sancho de Barros Pimentel, os dois primeiros sob os pseudônimos Grey e Clarkson, respectivamente.

Sodré (1966) menciona relato de Leclere de que a polícia se encontrava entre as entidades patrocinadoras dos artigos na coluna “a pedido” (Sodré, 1966, p. 289). O uso da coluna pelo poder público é, igualmente, identificado por Villafañe (2018), que relata que a seção foi usada pelo Barão do Rio Branco (1845-1912), sob pseudônimo Nemo, para rebater as críticas que o diplomata sofreu em razão do Tratado de Petrópolis e da anexação do Acre. Villafañe afirma que o ministro recorria à estratégia de financiar a publicação de artigos, tanto na seção “a pedido” quanto camuflados sob a forma de matéria editorial em órgãos da imprensa quando queria contar com o apoio da opinião pública para decisões específicas.

A coluna “a pedido” foi usada com bastante ênfase para legitimar a prática de homeopatas no país, fato presente na nossa amostra (com presença em 20% das edições em que há publicação da coluna) e já descrito anteriormente por outros pesquisadores (Faria, 1993; Girardi, 2002). Segundo Faria (1993), o Instituto Hahnemanniano, divulgador da homeopatia no Brasil, usava, desde a década de 1840, o espaço “a pedidos” do Jornal do Commercio para disseminar suas ideias. Em 1880, o instituto decide publicar três artigos mensais no veículo,

“órgão da comunidade dos homens de negócios, dócil à orientação governamental, pretensamente apolítico” (Faria, 1993, p. 88). A partir de então, relata o autor, foram publicados 32 artigos na série “A Homeopatia e a Alopattia”, em que se divulgavam as teses do fundador da homeopatia, Samuel Hahnemann, e propagava-se a tese de que “a homeopatia é a medicina experimental, e a alopattia é a medicina das hipóteses” (Faria, 1993, p. 91). Na mesma época, homeopatas utilizaram o espaço para preconizar métodos de tratamento homeopáticos para a febre amarela (Faria, 1993, p. 99).

Na nossa amostra, a polêmica entre alopatas e homeopatas ocupa espaço no *Jornal do Commercio* para além da coluna "a pedido", como na coluna "communicados" (fig. 3 e fig. 4) e “correspondências” (fig. 5 e fig. 6). “As publicações sobre a homeopatia no *Jornal do Commercio* eram realizadas, em algumas fases, quase que diariamente. A aproximação dos homeopatas com este periódico se deu através do Dr. José da Gama e Castro, redator entre 1839 e 1842, sendo que as primeiras publicações sobre a homeopatia ocorreram em 1841” (Girardi, 2002, p. 50). A criação de polêmicas e a publicação recorrente de propaganda, por meio da imprensa, foram as principais estratégias utilizadas por divulgadores da homeopatia no país no século XIX, assim como por farmácias e consultórios interessados em anunciar seus serviços (Girardi, 2002). No período analisado na nossa pesquisa, encontramos críticas de médicos tradicionais aos métodos de propaganda usados pelos adeptos da homeopatia. Em carta ao público (edição 138, 1846, publicada em 19 de maio de 1846), um médico que assina como Dr. Feital rebate acusações feitas por profissionais homeopatas no mesmo espaço e afirma: "Não escrevo a occultas: minha casa é franca, meus livros estão patentes".

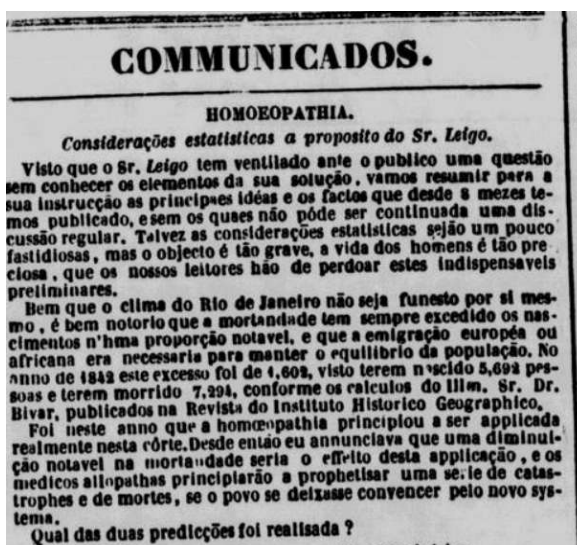


Figura 3: Seção “communicados” no *Jornal do Commercio*, na edição nº 8 de 8 jan. 1846.

Fonte: Hemeroteca Digital/ Biblioteca Nacional

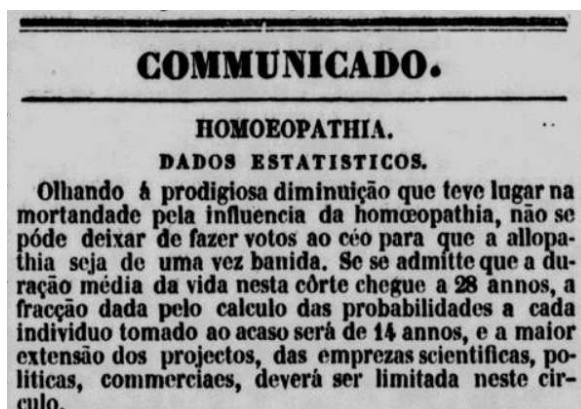


Figura 4: Seção “comunicados” no Jornal do Commercio, na edição nº 11 de 11.jan.1846.
Fonte: Hemeroteca Digital/ Biblioteca Nacional

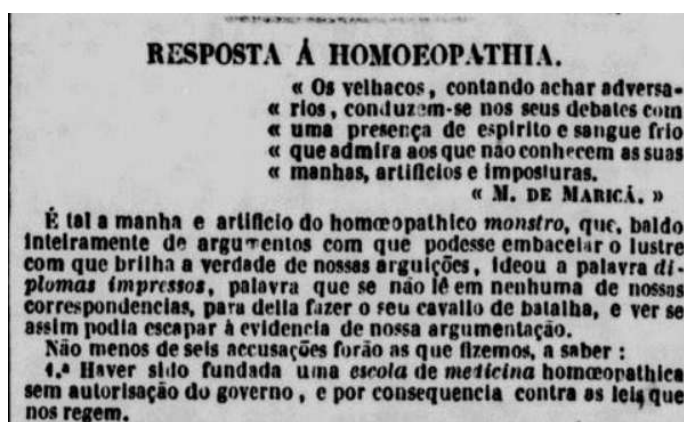


Figura 5: Seção “correspondências” no Jornal do Commercio, na edição nº 17 de 17.jan.1846.
Fonte: Hemeroteca Digital/ Biblioteca Nacional

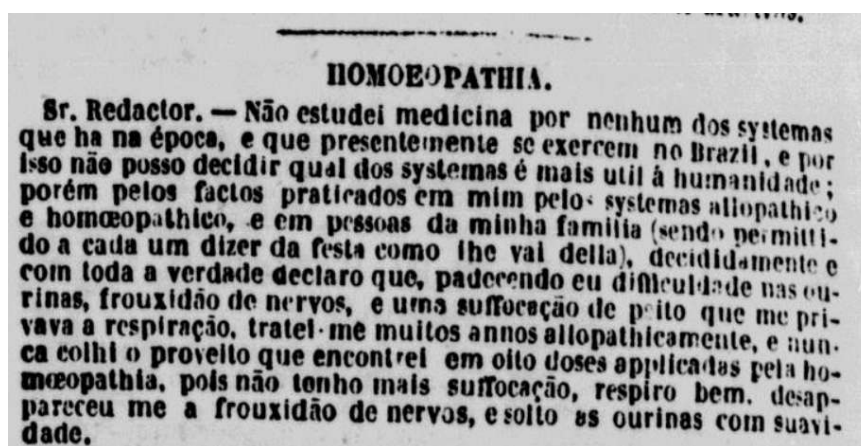


Figura 6: Seção “correspondências” no Jornal do Commercio, na edição nº 173 de 24.jun.1846. Fonte: Hemeroteca Digital/ Biblioteca Nacional

Hansen (2012) observa o uso da coluna “a pedido” em disputas empresariais no país. Ao analisar a competição travada pela família Guinle, por meio da Companhia Brasileira de Energia Elétrica, pelo mercado de eletricidade do Rio de Janeiro na Primeira República, a autora

afirma que, nos meses de outubro e dezembro de 1908, várias matérias assinadas pelo advogado dos Guinle, Raul Fernandes, e pelo advogado da empresa 'The Rio Light', Francisco de Castro Júnior, foram veiculadas na coluna 'a pedido' do Jornal do Commercio, em que trocavam “acusações ácidas”.

A seguir, passamos a analisar 200 edições (de 24 de dezembro de 1845 a 15 de julho de 1846) da coluna “a pedido” do Jornal do Commercio, com base nos arquivos disponíveis na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. Como mencionamos, 54% das edições trouxeram a coluna “a pedido” e, dessas, 20% trataram do tema homeopatia.

Como também argumentamos, a seção “a pedido”, por vezes, não difere do conteúdo de outras seções, como a de “comunicados” (figuras 3 e 4). Não parece haver, no período estudado, divisão rígida entre esses dois tipos de conteúdo no Jornal do Commercio; ambos os espaços publicam cartas, anônimas ou assinadas, em que há defesa de ideias e prática de lobby. Um segundo aspecto verificado pela nossa pesquisa, no período analisado, é a atuação da coluna por grupos de interesse, o que, conforme mencionamos, já havia sido apontado por outros autores citados neste trabalho, como — entre as 109 edições em que há publicação da coluna “a pedido”, identificamos disputas administrativas ou judiciais em ao menos 18 edições no período estudado, lobby empresarial, social ou político em ao menos 28 edições e inúmeros exemplos de petições, como pedido de colégio para moças, mudanças nos horários do transporte público, solicitação para limpeza de ruas ou demanda por legislação educacional (anexo I). Ao mencionar esse número de edições, utilizamos a expressão “ao menos” porque, como muitos artigos não são assinados, nem sempre é possível determinar em quais casos o setor privado defende uma ideia ou é a população que tenta exercer influência em algum assunto de interesse.

O caso mais notório de uso da coluna, como já referimos, é o da homeopatia, travando uma disputa ideológica para legitimar a prática que nascia no Brasil, utilizando técnicas como depoimentos de pacientes, explicação de casos bem-sucedidos de tratamento, desqualificação de opositores e reiterada presença dos seus argumentos na imprensa. A presença de lobby do setor era quase diária no jornal, conforme observa Girardi (2002), uma vez que defensores da prática utilizavam outros espaços no Jornal do Commercio para defender ou dar publicidade para suas atividades. A pretexto de divulgar a homeopatia, há publicação de informações falsas e promessas de cura milagrosa. "Quem ignora que algumas doses de acônito [planta venenosa usada na prática homeopática] “podião” [sic] em poucas horas vencer a pneumonia? [...] “Autorise” [sic] o ensino e o “exercício” [sic] da nova medicina, e ponha um termo aos estragos da allopathia", diz artigo assinado por "um pai de “familia” [sic] na edição 63 de 1846,

publicada em 04 de março de 1846. Na edição de 8 de janeiro de 1846 (número 8), na seção "comunicados", artigo assinado pelo Dr. Mure (Benoît Jules Mure), então presidente do Instituto Homeopático do Brasil, sugere que a redução da mortalidade na corte do Rio de Janeiro ocorreu em razão da introdução da homeopatia no Brasil. Na edição de 11 de janeiro de 1846 (edição 11), também em "comunicados", artigo do Dr. Mure defende o banimento da alopatia no país, em razão da "prodigiosa" diminuição da mortalidade na corte obtida por meio da homeopatia.

Há outros usos da coluna na busca por lobby – por exemplo, o pedido para a construção de uma igreja matriz na vila São Francisco Xavier de Itaguaí (edição 109 de 1846, publicada em 20 de abril de 1846), menções de apoios a projetos de lei, como para fechamento das casas de negócio aos domingos (edição 176 de 1846, publicada em 27 de junho de 1846) e pedido para ampliação da disponibilidade de vapores no Maranhão (edição 184 de 1846, publicada em 05 de julho de 1846).

Na nossa interpretação, esses textos constituem uma forma híbrida e precursora de jornalismo e publicidade, que na atualidade se desdobra em diferentes formatos e veículos, porque a forma de texto permite comunicar mensagens mais complexas do que anúncios tradicionais, possibilitando o uso de depoimentos. Também reforça a ideia de hibridismo o fato desses artigos estarem fora do espaço de anúncios, imiscuindo-se de maneira mais discreta ao conteúdo editorial do jornal, em mais um exemplo precursor de prática adotada modernamente, com a publicidade nativa. Também chamamos atenção para a frequência do anonimato nas colunas "a pedido" estudadas na nossa amostra, o que ocorre, contemporaneamente, tanto em ataques em redes sociais quanto na atual publicidade nativa, nem sempre há clareza para os leitores sobre quem paga o conteúdo (Cornwell e Rubin, 2019).

Interpretamos, também, que a predominância de lobby político, em detrimento de lobby financeiro, industrial ou comercial, ao menos no período estudado, pode ser em parte explicada pela fase de desenvolvimento da economia do país. Apesar da existência de atividades precursoras no Brasil, como a indústria de tecidos grossos ou o comércio de bens para o mercado interno, para Caio Prado Junior (1994), somente depois da abolição do tráfico de escravizados — atividade que, segundo o autor, absorvia uma parcela considerável das atividades, porque era o maior negócio brasileiro da época — haverá, pela primeira vez, um grande movimento de negócios, com novas iniciativas comerciais, financeiras e industriais.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nosso artigo descreve como a indústria da homeopatia utilizou a seção “a pedido” no *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro, durante o período estudado, para legitimar sua prática no Brasil, em uma mistura heterogênea de gêneros que, contemporaneamente, são conhecidos nos jornais como colunas dos leitores, artigos de opinião, anúncios publicitários, publicidade nativa e textos informativos. O artigo identifica, também, uma falta de distinção entre material jornalístico e publicitário na amostra, sem transparência em relação às empresas ou indivíduos que pagam pela publicação dos conteúdos. A recorrência das publicações “a pedido”, a diversidade dos assuntos abordados na coluna e o fato desse tipo de coluna “a pedido” ter sido copiada por outros jornais brasileiros mostram a importância da imprensa para a conformação da esfera pública na sociedade brasileira no período. Mostramos, também, como o anonimato e a falta de vigilância do jornal em relação aos conteúdos publicados por terceiros nesse espaço possibilitaram, no período estudado, a construção social de ignorância nessa seção.

Concluimos que o principal grupo de interesse que recorre à coluna “a pedidos” nas 200 edições analisadas neste trabalho é aquele ligado à homeopatia (com presença em 20% das edições em que há publicação da coluna “a pedido” no periódico), corrente de ideia que tenta se estabelecer no Brasil nessa época e usa o jornal para o convencimento do público, por meio de técnicas para supostos depoimentos e relatos, desqualificação de opositores, propaganda de profissionais, entre outras. Essa recorrência das polêmicas relacionadas à homeopatia corrobora pesquisas anteriores que apontaram o uso do *Jornal do Commercio* por este setor (Faria, 1993; Girardi, 2002) e outros trabalhos que identificaram a importância do espaço para grupos de interesse (Girardi, 2002; Hansen, 2012; Villafañe, 2018). Sobre a presença de petições na nossa amostra, o resultado confirma a tese de Pereira (2008), que desmonta a ideia de sociedade apática politicamente durante o Brasil Império e mostra que a população, desde o Primeiro Reinado, buscava o exercício da cidadania por meio de requerimentos diretos ao poder Legislativo; a pesquisa acadêmica se beneficiaria com investigações posteriores, para tentar aprofundar o uso dos jornais do período para este mesmo fim.

Este artigo permite outros desdobramentos posteriores, uma vez que há potencial para investigações adicionais sobre o uso da imprensa por outros grupos de interesse, sobre o uso de outros espaços no jornal, como “comunicados” e “correspondências” para pressão social e econômica na sociedade do Segundo Império, assim como investigações mais aprofundadas sobre formatos híbridos nos primórdios do jornalismo brasileiro e as relações com práticas atuais de relações públicas, como conteúdos na forma de publicidade nativa e outros formatos digitais em redes sociais que também utilizam expedientes como anonimato, desqualificação de opositores e aparente simulação de depoimentos.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, B. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a disseminação do nacionalismo**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ARAÚJO, R. C. S. **Caminhos na produção da notícia: a imprensa diária no Rio de Janeiro (1875-1891)**. 2015. Tese (Doutorado em História) — Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://www.bdt.d.uerj.br/handle/1/13033>. Acesso em: 11 nov. 2024.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BRASIL, B. Jornal do Commercio: Rio de Janeiro. *Biblioteca Nacional*. Publicado em: 17 ago. 2015. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/artigos/jornal-do-commercio-rio-de-janeiro/>. Acesso em: 1 nov. 2024.

CANDIDO, A. **Formação da literatura brasileira: momentos decisivos**. 6ª. ed. Belo Horizonte: Editora Itatiaia, 2000.

CORNWELL, Sarah; RUBIN, Victoria. **What am I reading?: article-style native advertisements in Canadian newspapers**. 2019.

FARIA, F. A. **Os vícios da re(s)pública: negócios e poder na passagem para o século XX**. Rio de Janeiro: Notrya Editora, 1993

FEBVRE, L; MARTIN, H. **The coming of the book: the impact of printing, 1450-1800**. Londres: Verso, 1976.

GIRARDI, F. **Propaganda, polêmicas e institucionalização: a história da homeopatia no Brasil segundo José Emygdio Rodrigues Galhardo (1818-1930)**. Tese (Doutorado em História) — Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/28048>. Acesso em: 12 nov. 2024.

GODOI, R. C. Crimes de imprensa nos tribunais paulistas (1859-1935). *Varia Historia*, v. 37, n. 73, p. 1-20, jan.-abr. 2021. DOI: 10.1590/0104-87752021000100006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/vh/a/PKCCsJSrSb7ZLNYTbd7mbDF/?lang=pt>. Acesso em 18.dez.2025.

HANSEN, C. R. S. O. **Eletricidade no Brasil da Primeira República: a CBEE e os Guinle no Distrito Federal (1904-1923)**. 2012. Tese (Doutorado em História) — Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2012. Disponível em: <https://www.historia.uff.br/stricto/td/1384.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2024.

BARBARA, L. B. **Investigações sobre a ignorância humana: uma introdução aos estudos da ignorância, acompanhada de um exame sociológico sobre a persistência da homeopatia e a consolidação do masculinismo ontem e hoje**. 2018. Tese (Doutorado em Sociologia) -

Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. doi:10.11606/T.8.2019.tde-25022019-111051. Acesso em: 20.dez.2025.

FONSECA JÚNIOR, W. C. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LUSTOSA, I. **Nascimento da imprensa brasileira**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

MOLINA, M. M. **História dos jornais no Brasil: da era colonial à Regência (1500-1840)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MOREL, M. Os primeiros passos da palavra impressa. In: MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tania Regina (Org.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2013.

NABUCO, J. **Obras completas de Joaquim Nabuco**. São Paulo: Instituto Progresso Editorial, 1949.

PEREIRA, Vantuil. '**Ao soberano congresso': petições, requerimentos, representações e queixas à câmara dos deputados e ao senado - os direitos do cidadão na formação do estado imperial brasileiro (1822-1831)**. 2008. 417 f. Tese (Doutorado em História) - Universidade Federal Fluminense, Instituto de História, Niterói, 2008.

PRADO JÚNIOR, C. **História econômica do Brasil**. 41. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

RIBEIRO, A. P. G. *Clientelismo, corrupção e publicidade: como sobreviviam as empresas jornalísticas no Rio de Janeiro dos anos 1950?* **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, Edição 8, 2002. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36808>.

SCHWARCZ, L. M. **Sobre o Autoritarismo Brasileiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019, 294 pp.

SODRÉ, N. W. **História da imprensa no Brasil**. 1966. São Paulo: Civilização Brasileira, 1966.

VILLAFANE, L. C. **Juca Paranhos, o Barão do Rio Branco**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018

Anexo I

ID na amostra	Nº da edição	Dia	Houve publicação da coluna "a pedido"?	Assuntos tratados na coluna "a pedido"	Publicação sobre homeopatia na coluna?
01	350	24/12/1845	Não	N.A.	N.A
02	351	25/12/1845	Não	N.A.	N.A
03	353*	26/12/1845 27/12/1845	Não	N.A.	N.A

04	354	28/12/1845	Não	N.A.	N.A
05	355	29/12/1845	Não	N.A.	N.A
06	356	30/12/1845	Não	N.A.	N.A
07	357	31/12/1845	Sim	- Missionários italianos - Suposta cura homeopática	Sim
08	001	01/01/1846	Não	N.A.	N.A
09	002	02/01/1846	Não	N.A.	N.A
10	003	03/01/1846	Sim	- Missionários italianos	Não
11	004	04/01/1846	Sim	- Tributo de gratidão - Sobre moradores de rua	Não
12	005	05/01/1846	Sim	- O dia 02/12 em Sergipe	Não
13	006	06/01/1846	Não	N.A.	N.A
14	007	07/01/1846	Não	N.A.	N.A
15	008	08/01/1846	Não	N.A.	N.A
16	009	09/01/1846	Não	N.A.	N.A
17	010	10/01/1846	Não	N.A.	N.A
18	011	11/01/1846	Não	N.A.	N.A
19	012	12/01/1846	Não	N.A.	N.A
20	013	13/01/1846	Não	N.A.	N.A
21	014	14/01/1846	Sim	- O dia 2/12 em Barbacena - Colégio em Guaratinguetá	Não
22	015	15/01/1846	Não	N.A.	N.A
23	016	16/01/1846	Sim	- Elogio a colégio	Não
24	017	17/01/1846	Não	N.A.	N.A
25	018	18/01/1846	Não	N.A.	N.A
26	019	19/01/1846	Não	N.A.	N.A
27	020	20/01/1846	Não	N.A.	N.A
28	021	21/01/1846	Não	N.A.	N.A
29	022	22/01/1846	Sim	- Um brado contra a injustiça	Não

30	023	23/01/1846	Não	N.A.	N.A.
31	024	24/01/1846	Sim	- Renúncia ao cargo de juiz de paz	Não
32	025	25/01/1846	Não	N.A.	N.A.
33	026	26/01/1846	Não	N.A.	N.A.
34	027	27/01/1846	Não	N.A.	N.A.
35	028	28/01/1846	Não	N.A.	N.A.
36	029	29/01/1846	Não	N.A.	N.A.
37	030	30/01/1846	Sim	- Parecer da Câmara de São João da Barra	Não
38	031	31/01/1846	Não	N.A.	N.A.
39	032	01/02/1846	Não	N.A.	N.A.
40	033	02/02/1846	Sim	- Proposta de criação de colégio para meninas	Não
41	034	03/02/1846	Não	N.A.	N.A.
42	035	04/02/1846	Não	N.A.	N.A.
43	036	05/02/1846	Sim	- Sobre matadouros na corte	Não
44	037	06/02/1846	Não	N.A.	N.A.
45	038	07/02/1846	Não	N.A.	N.A.
46	039	08/02/1846	Não	N.A.	N.A.
47	040	09/02/1846	Não	N.A.	N.A.
48	041	10/02/1846	Não	N.A.	N.A.
49	042	11/02/1846	Sim	- Sobre trabalho escravo e dívida pública	Não
50	043	12/02/1846	Não	N.A.	N.A.
51	044	13/02/1846	Sim	- Poema para missionário - Elogio anônimo a hotel	Não
52	045	14/02/1846	Não	N.A.	N.A.
53	046	15/02/1846	Não	N.A.	N.A.
54	047	16/02/1846	Não	N.A.	N.A.

55	048	17/02/1846	Sim	- Sobre matadouros - Recado para diretoria dos Correios	Não
56	049	18/02/1846	Não	N.A.	N.A
57	050	19/02/1846	Não	N.A.	N.A
58	051	20/02/1846	Não	N.A.	N.A
59	052	21/02/1846	Sim	- Publicação de poema	Não
60	053	22/02/1846	Não	N.A.	N.A
61	054	23/02/1846	Sim	- Relato feito por testemunha em processo	Não
62	055	24/02/1846	Sim	- Relato de cirurgia feito por médicos - Sobre administração de matadouro	Não
63	056	25/02/1846	Sim	- Pedido para julgamento de terceiro - Publicação de poema	Não
64	057	26/02/1846	Não	N.A.	N.A
65	058	27/02/1846	Não	N.A.	N.A
66	059	28/02/1846	Sim	- Discurso em funeral - Reclamação sobre remuneração na Marinha	Não
67	060	01/03/1846	Sim	- Publicação de poema	Não
68	061	02/03/1846	Sim	- Necrologia	Não
69	062	03/03/1846	Sim	- Elogio a potencial empregador	Não
70	063	04/03/1846	Sim	- Artigo anônimo defendendo a homeopatia	Sim
71	064	05/03/1846	Sim	- Sobre “tirania” fiscal	Não
72	065	06/03/1846	Sim	- Sobre arsenal	Não

				da Marinha - Publicação de poema	
73	066	07/03/1846	Sim	- Sobre criados do Imperador - Sobre Igreja de Santa Cruz - Publicação de poema	Não
74	067	08/03/1846	Não	N.A.	N.A
75	068	09/03/1846	Não	N.A.	N.A
76	069	10/03/1846	Sim	- Publicação de poema	Não
77	070	11/03/1846	Não	N.A.	N.A
78	071	12/03/1846	Sim	- Obituário - Petição ao Imperador das Gôndolas Fluminenses	Não
79	072	13/03/1846	Sim	- Contra monopólio no Canal de Itaguahy	Não
80	073	14/03/1846	Sim	- Publicação de poema	Não
81	074	15/03/1846	Não	N.A.	N.A
82	075	16/03/1846	Sim	- Publicação de poema - Convite a escritores	Não
83	076	17/03/1846	Não	N.A.	N.A
84	077	18/03/1846	Sim	- Convite a escritores	Não
85	078	19/03/1846	Não	N.A.	N.A
86	079	20/03/1846	Sim	- Propagação da fé (prestação de contas) - Publicação de poema	Não
87	080	21/03/1846	Sim	- Santa Casa agradece doação - Poema anônimo, em francês, com ataque à médico crítico à homeopatia	Sim

88	081	22/03/1846	Não	N.A.	N.A.
89	082	23/03/1846	Não	N.A.	N.A.
90	083	24/03/1846	Sim	- Petição à Câmara Municipal sobre estado das ruas - Convocação à Guarda Nacional	Não
91	084	25/03/1846	Não	N.A.	N.A.
92	085	26/03/1846	Sim	- Artigo do Conselho do Conservatório Dramático - Carta anônima à administração da província - Convocação à Guarda Nacional - Relação de “pessoas despachadas”	Não
93	086	27/03/1846	Sim	- Relato de cirurgia - Nota de falecimento	Não
94	087	28/03/1846	Não	N.A.	N.A.
95	088	29/03/1846	Sim	- Publicação de poema	Não
96	089	30/03/1846	Não	N.A.	N.A.
97	090	31/03/1846	Não	N.A.	N.A.
98	091	01/04/1846	Não	N.A.	N.A.
99	092	02/04/1846	Sim	- Sobre funcionamento de teatros na Corte - Testemunho positivo sobre médico alopata - Segundo testemunho positivo sobre mesmo médico	Não
100	093	03/04/1846	Sim	- Disputa sobre construção de estrada	Não
101	094	04/04/1846	Sim	- Disputa sobre	Não

				construção de estrada	
102	095	05/04/1846	Sim	- Artigo anônimo favorável a farmácia homeopática	Sim
103	096	06/04/1846	Sim	- Relato sobre suposto envenenamento	Não
104	097	07/04/1846	Não	N.A.	N.A
105	098	08/04/1846	Não	N.A.	N.A
106	099	09/04/1846	Sim	- Carta ao chefe de polícia (suposto caso de envenenamento) - Disputa sobre dívida	Não
107	100	10/04/1846	Sim	- Artigo anônimo sobre projeto de lei - Carta ao diretor dos Correios	Não
108	101	11/04/1846 12/04/1846	Sim	- Carta-resposta enviada pelo diretor dos Correios	Não
109	102	13/04/1846	Sim	- Necrologia	Não
110	103	14/04/1846	Não	N.A.	N.A
111	104	15/04/1846	Sim	- Agradecimento ao diretor dos Correios - Artigo anônimo favorável a homeopata no Sul	Sim
112	105	16/04/1846	Sim	- Disputa sobre herança - Carta de agradecimento a amigos	Não
113	106	17/04/1846	Não	N.A.	N.A
114	107	18/04/1846	Sim	- Homenagem ao imperador	Não
115	108	19/04/1846	Sim	- Homenagem ao imperador	Não

				- Necrologia	
116	109	20/04/1846	Sim	- Pedido de construção de nova Igreja	Não
117	110	21/04/1846	Não	N.A.	N.A
118	111	22/04/1846	Sim	- Publicação de poema	Não
119	112	23/04/1846	Sim	- Disputa sobre herança	Não
120	113	24/04/1846	Sim	- Discussão sobre ideias de autor (menciona confusão com homeopatia) - Publicação de poema	Sim
121	114	25/04/1846	Não	N.A.	N.A
122	115	26/04/1846	Sim	- Artigo anônimo sobre desembarque de escravizados em PE	Não
123	116	27/04/1846	Sim	- Artigo contra homeopata - Organização da Guarda Nacional	Sim
124	117	28/04/1846	Sim	- Homenagem ao Imperador, com resposta de agradecimento do Imperador - Publicação de poema	Não
125	118	29/04/1846	Não	N.A.	N.A
126	119	30/04/1846	Não	N.A.	N.A
127	120	01/05/1846	Sim	- Suposto caso de envenenamento - Discurso em funeral - Publicação de poema	Não
128	121	02/05/1846	Sim	- Controvérsia entre médicos alopatas e homeopatas - Discurso em funeral	Sim

				- Suposto depoimento favorável à homeopatia	
129	122	03/05/1846	Sim	- Suposto depoimento favorável à homeopatia - Disputa sobre herança	Sim
130	123	04/05/1846	Não	N.A.	N.A
131	124	05/05/1846	Sim	- Suposto depoimento favorável à homeopatia - Ataque a médico alopata - Publicação de poema - Organização da Guarda Nacional	Sim
132	125	06/05/1846	Sim	- Nomeação de médico	Não
133	126	07/05/1846	Sim	- Necrologia - Agradecimento de funcionário público - Discurso na assembleia provincial - Suposto caso de envenenamento	Não
134	127	08/05/1846	Sim	- Necrologia	Não
135	128	09/05/1846	Sim	- Homenagem ao Imperador	Não
136	129	10/05/1846	Sim	- Carta de intenções de empresário	Não
137	130	11/05/1846	Não	N.A.	N.A
138	131	12/05/1846	Sim	- Carta a juízes que julgarão ação	Não
139	132	13/05/1846	Sim	- Pedido de informações sobre suposta cura homeopática	Sim

				- Suposto depoimento de médico alopata anônimo relatando cura com homeopatia - Elogio a músico - Mercê de Cavaleiro da Ordem de Cristo - Explicação sobre cáries e recomendação de dentista	
140	133	14/05/1846	Sim	- Necrologia - Ataque cifrado	Não
141	134	15/05/1846	Sim	- Nomeação de religioso	Não
142	135	16/05/1846	Sim	- Nomeação de médicos - Convite a escritores	Não
143	136	17/05/1846	Sim	- Convite a escritores - Doações a Câmara de Niterói	Não
144	137	18/05/1846	Sim	- Discurso em assembleia provincial	Não
145	138	19/05/1846	Sim	- Resposta a ataques pessoais - Crítica de alopata a homeopatas	Sim
146	139	20/05/1846	Sim	- Artigo de advogado de réus - Relato de primeira-comunhão	Não
147	140	21/05/1846	Não	N.A.	N.A
148	141	22/05/1846	Sim	- Suposto depoimento favorável à homeopatia - Pedido de esclarecimento	Sim

				da Assembleia de SC	
149	142	23/05/1846	Não	N.A.	N.A
150	143	24/05/1846	Não	N.A.	N.A
151	144	25/05/1846	Não	N.A.	N.A
152	145	26/05/1846	Sim	- Elogio a artista - Pedido para legislação educacional	Não
153	146	27/05/1846	Não	N.A.	N.A
154	147	28/05/1846	Não	N.A.	N.A
155	148	29/05/1846	Sim	- Publicação de poema	Não
156	149	30/05/1846	Não	N.A.	N.A
157	150	31/05/1846	Sim	- Carta da Confederação Argentina - Artigo anônimo pedindo limpeza em via pública - Agradecimento a compradores de apólice	Não
158	151	01/06/1846 02/06/1846	Sim	- Artigo em francês com modificações no estatuto de sociedade francesa no Rio de Janeiro	Não
159	152	03/06/1846	Sim	- Publicação de poema - Relatos sobre supostas curas homeopáticas - Número de pacientes homeopáticos em clínica no Rio - Relato de empresário, negando que tenha representantes	Sim

160	153	04/06/1846	Sim	- Relato anônimo sobre criança escravizada torturada - Necrologia - Artigo anônimo, em tom crítico, pedindo revelação do nome de pessoas supostamente curadas pela homeopatia - Nomes de alunos premiados	Sim
161	154	05/06/1846	Não	N.A.	N.A
162	155	06/06/1846	Não	N.A.	N.A
163	156	07/06/1846	Não	N.A.	N.A
164	157	08/06/1846	Sim	- Artigo de alopata crítico à homeopatia	Sim
165	158	09/06/1846	Sim	- Pedido de demissão de empresa de gôndolas - Resposta a ataques pessoais	Não
166	159	10/06/1846	Sim	- Resposta a ataques - Organização de associação médica	Não
167	160	11/06/1846	Não	N.A.	N.A
168	161	12/06/1846	Não	N.A.	N.A
169	162	13/06/1846	Sim	- Publicação de poema	Não
170	163	14/06/1846	Não	N.A.	N.A
171	164	15/06/1846	Sim	- Relato de assembleia legislativa no ES	Não
172	165	16/06/1846	Sim	- Crítica à homeopatia - Resposta a ataques pessoais	Sim

173	166	17/06/1846	Sim	- Moradores reclamam sobre horário de ônibus - Ataque cifrado	Não
174	167	18/06/1846	Sim	- Artigo contrário à homeopatia	Sim
175	168	19/06/1846	Sim	- Resposta a ataques pessoais - Sobre transferência de presos	Não
176	169	20/06/1846	Não	N.A.	N.A
177	170	21/06/1846	Sim	- Homenagem a professor do colégio Pedro II	Não
178	171	22/06/1846	Não	N.A.	N.A
179	172	23/06/1846	Não	N.A.	N.A
180	173	24/06/1846	Sim	- Votos ao Imperador da Assembleia de Alagoas, com agradecimento do Imperador - Elogio ao presidente da Província da Paraíba	Não
181	174	25/06/1846	Sim	- Cobrança de dívida - Relato sobre casamento em Londres - Indicação de médico - Publicação de poema	Não
182	175	26/06/1846	Sim	- Disputa sobre bens - Propagação da fé (prestação de contas)	Não
183	176	27/06/1846	Sim	- Resposta de médico alopata à acusação anônima de homeopata	Sim

				- Resultado contábil de província - Publicação de poema	
184	177	28/06/1846	Não	N.A.	N.A
185	178	29/06/1846	Não	N.A.	N.A
186	179	30/06/1846	Não	N.A.	N.A
187	180	01/07/1846	Sim	- Crítica anônima de alopata a homeopata - Mais uma crítica anônima de alopata a homeopata - Elogio a juiz de direito - Análise de julgamento - Ataque a terceiro	Sim
188	181	02/07/1846	Sim	- Publicação de poema	Não
189	182	03/07/1846	Não	N.A.	N.A
190	183	04/07/1846	Sim	- Publicação de poema (com menção incompreensível, devido à rasura, à homeopatia) - Artigo de médico alopata contra a homeopatia	Sim
191	184	05/07/1846	Sim	- Artigo anônimo pedindo ampliação de viagens de vapores no MA	Não
192	185	06/07/1846	Sim	- Cobrança de dívida - Publicação de poema	Não
193	186	07/07/1846	Sim	- Artigo favorável à	Sim

				homeopatia - Lista de composições de artista - Agradecimento por doação	
194	187	08/07/1846	Sim	- Exoneração de funcionário público - Relato sobre crime - Prestação de contas de obras em igreja de Irajá	Não
195	188	09/07/1846	Sim	- Requerimento à Câmara dos Deputados - Elogio anônimo a autor	Não
196	189	10/07/1846	Sim	- Críticas às leis - Crítica à nomeação de escrivão	Não
197	190	11/07/1846	Sim	- Sobre decisão do inspetor de tesouraria do MA	Não
198	191	12/07/1846	Não	N.A.	N.A
199	192	13/07/1846	Sim	- Chefe da polícia do Rio defende ato - Publicação de poema	Não
200	193	14/07/1846	Sim	- Defesa de funcionário público	Não

Tabela 1: Publicações na coluna “a pedido” do Jornal do Commercio entre 24/12/1945 e 14/07/1846. Sigla N.A. usada para dados que não se aplicam; (*) a edição 352 não está disponível; o jornal juntou duas edições e publicou os números correspondentes aos dias 26 e 27 de dezembro de 1845 sob o número 353. Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (autoria própria).

Verena Raquel Fornetti Moraes

Doutoranda em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Graduada em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Graduada em Ciências da comunicação pela Universidade do Sagrado Coração.



Esta obra está licenciada com uma Licença
Creative Commons Atribuição-Não-Comercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional