

RESUMO

A revista *Eu Sei Tudo* começou a circular nacionalmente em 1917, e, em 1958, teve sua publicação encerrada. Editada no Rio de Janeiro com o objetivo de ser uma revista mensal ilustrada com temas científico, literário, artístico e histórico, seu conteúdo, integrado à realidade urbana, era composto de artigos jornalísticos e textos literários, ilustrações e propagandas. O objeto desta pesquisa são as práticas de leitura deste periódico no que diz respeito à construção ideológica do leitor – *ethos* e *pathos* dos sujeitos que, na cidade moderna, vivenciaram a experiência da leitura num “novo mundo”, urbano, republicano e, principalmente, industrial.

INTRODUÇÃO

Publicada no Rio de Janeiro pela Companhia Editora Americana, na Rua Visconde de Maranguape, 15, a revista *Eu sei tudo* pode ser considerada uma crônica da época. História, literatura, teatro, artes em geral, ciência, moda, fatos pitorescos, agricultura, histórias fantásticas, exóticas, notícias da atualidade, sensacionalismos variados. Todos os campos abordados numa perspectiva ideológica da época. O objetivo desta pesquisa é o de compreender, no periódico, os processos de formação ideológica, a partir das formas, dos traços discursivos, como os gestos, os temas iconográficos e as fórmulas do envio ora para os bens de consumo, ora para a informação/instrução do sujeito-leitor.

METODOLOGIA

Trabalhamos com as publicações das décadas de 1940 e 1950. Separando as seções das revistas e analisando os signos, trabalhamos com a vertente teórica da semiologia de Roland Barthes, detectando o sistema de signos verbais e não-verbais e interpretando-os por meio de uma descrição ideológica.

Foram utilizados ainda como fundamentos teórico-metodológicos as análises de Roger Chartier, Mariza Lajolo e Regina Zilberman sobre os pressupostos necessários ao empreendimento da construção de uma história das práticas letradas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi feito o mapeamento das seções da revista. Criamos seis categorias temáticas, para as quais foram encaminhados os textos de análise do periódico. Os textos foram abrigados no blog cujo endereço é <https://euseitudo.wordpress.com>. Fizemos também um estudo sobre as capas. O intervalo selecionado foi o de 1940 a 1950. Notou-se a inconsistência estético-formal do logotipo do almanaque a partir dos atributos visuais de cada edição. Foi percebido um movimento de transição, no período de publicação do recorte, a respeito da linguagem gráfica: do desenho à fotografia. Também se chegou a inferir as motivações da itinerância estético-formal para a época.

CONCLUSÃO

Nossa pesquisa deu visibilidade a um importante almanaque brasileiro desconhecido para grande parte do público. Acreditamos que a discussão sobre os almanaques permitiu que os alunos compreendessem primeiramente sobre a importância deles para a época. Eles funcionavam como uma rede de conhecimentos variados em um tempo em que não havia ainda a internet. Outro ponto foi o de mostrar aos alunos os traços ideológicos presentes nas narrativas, tanto escritas como visuais, marcadas principalmente pelo estilo american way life. E, por fim, a percepção da evolução histórica da propaganda no Brasil.

REFERÊNCIAS

- (BARTHES, Roland. *Elementos de Semiologia*. São Paulo: Cultrix, 1992.
- MEYER, Marlyse (Org.). *Do Almanak aos Almanques*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- NOVA, Vera Casa. *Comunicação, discurso e semiótica: dos almanaques a...*. Belo Horizonte: Veredas & Cenários, 2010