



## **Aristarco, Garoto Propaganda: Uma leitura sobre publicidade e consumo da educação em *O Ateneu* de Raul Pompéia.<sup>1</sup>**

Aclyse de Mattos<sup>2</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT

### **Resumo**

Análise do primeiro capítulo de *O Ateneu*, de Raul Pompéia, buscando enfatizar: a) A figura do personagem Sérgio como consumidor/aluno que vai se qualificando ao longo do relato; b) O cenário do Ateneu como microcosmo da concepção de educação e da sociedade da época com seus limites; c) A viva narrativa dos eventos como a atuação dos fatores publicitários influenciando nas concepções de Sérgio sobre o mundo, a escola e o consumo; e d) a rica tessitura oscilante de Aristarco como figura síntese de uma concepção de escola e práticas sociais confluindo em seu personagem uma estatura icônica que se sobrepõe e conjuga com o próprio Ateneu. Como o próprio romance descreve: “Aristarco, todo era um anúncio”.

**Palavras-chave:** literatura brasileira; *O Ateneu*; Raul Pompéia; publicidade; consumo da educação.

### **Introdução: “Vais encontrar o mundo”**

Configura-se quase um dogma que a Educação é a chave para a transformação do mundo e a melhoria da civilidade e do humanismo. Contudo alguns olhares e narrativas solapam esse discurso seguro e prescritivo em favor de uma concepção mais complexa do fenômeno “educação”. As formas de arte em geral questionam a formalidade do ensino e o engessamento das fórmulas educacionais sugerindo caminhos mais amplos e libertadores para a formação das subjetividades. Muito especialmente a literatura é um campo pródigo em questionar o ensino formal tradicional. O romance *O Ateneu* de Raul Pompéia é uma dessas obras.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT 10 Consumo, literatura e estéticas midiáticas, do 5º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015.

<sup>2</sup> Professor do Depto. De Comunicação Social da UFMT. Doutor pelo PPGCOM da UFMG com a tese “A dimensão estética”. Mestre pela ECA-USP. Pós-graduado pela ESPM-RJ. Graduado em Administração pela PUC-RJ. [aclyse@uol.com.br](mailto:aclyse@uol.com.br)



Este romance publicado em 1888, praticamente às vésperas da passagem do Império para a República, traz as marcas histórico-culturais do tempo de sua produção e ainda as aponta com esmerado estilo e espírito crítico. A narrativa se desenrola pelo olhar de Sérgio, o jovem que ingressa no Ateneu e observa sua vida e concepção de mundo se transformarem abruptamente na socialidade da escola – laboratório para o mundo (BOSI, 2003; VALLE, 2010). Nenhum fato novo em abordar *O Ateneu* como retrato da situação do ensino e da sociedade no ocaso do Império brasileiro em fins do século XIX e a passagem do realismo-naturalismo para o estilo que se denominou impressionismo ou pré-modernismo e do qual *O Ateneu* é obra ímpar (IVO, 1996; PAES, 1985; SCHWARZ, 1981). Contudo, relendo a obra, encontram-se diversas referências ao mundo da publicidade, ao comércio do ensino, aos reclames e eventos funcionando como propulsores do consumo, da visão e dos produtos da educação à época. Seguindo com Hoff e Carrascoza (2009) procuramos salientar as interfaces entre a literatura, a publicidade e o consumo.

Muito especialmente o primeiro capítulo do romance se apresenta como um vivo painel, não só dos recursos publicitários do tempo retratado, como das visões (pré-concebidas ou não) sobre o mercado da educação e dos vínculos da escola com a sociedade da época. Uma figura se destaca no relato: Aristarco – o dono do Ateneu. E diversas são as metáforas e concepções que Raul Pompéia sublinha na narrativa do personagem Sérgio, que colocam Aristarco ora como uma figura divina, orgulhosa e superficial, ora como uma figura simbólica, interesseira e mercantilista.

Analisando o primeiro capítulo de *O Ateneu*, busca-se neste estudo enfocar: a) a figura do personagem Sérgio como consumidor/aluno que vai se qualificando ao longo do relato; b) o cenário do Ateneu como microcosmo da concepção de educação e da sociedade da época com seus limites; c) a viva narrativa dos eventos como a atuação dos fatores publicitários influenciando nas concepções de Sérgio sobre o mundo, a escola e o consumo; e d) finalmente, a rica tessitura oscilante de Aristarco como figura síntese de uma concepção de escola e práticas sociais confluindo em seu personagem uma estatura icônica que se sobrepõe e conjuga com o próprio Ateneu.



### **Sérgio – O aluno “perfeitamente virgem para as sensações novas da nova fase”.**

Narrado em primeira pessoa para permitir o acesso aos pensamentos e sentimentos de Sérgio, o romance apresenta um tempo narrativo curioso: são as memórias atualizadas do personagem, ou seja, já elaboradas secundariamente pelo adulto e não mais as cruas impressões do menino que “tinha onze anos”. Pelo primeiro parágrafo já se aponta uma atitude de decepção com o mundo escolar (e por extensão com o mundo social). Decepção tamanha que contamina até a pré-educação “na estufa de carinho que é o regime do amor doméstico” (POMPEIA, 1996, p. 7)<sup>3</sup>. A fala do pai irrompe e apresenta o mundo a se encontrar: um mundo de lutas.

Neste primeiro capítulo são apresentadas as ações prévias ao ingresso de Sérgio ao Ateneu, e ele rememora sua formação prévia frequentando “como externo, durante alguns meses, uma escola familiar no Caminho Novo, onde algumas senhoras inglesas, sob a direção do pai, distribuía educação à infância como melhor lhes parecia.” (p. 7) Ressalte-se o caráter esporádico e assistemático que o personagem aponta na escola, a figura diretiva do pai das professoras (repercutindo tanto na autoridade do próprio pai de Sérgio como na figura de Aristarco como “pai” do Ateneu), a sugestividade do topônimo Caminho Novo e já irrompe a visão mercadológica da educação na escolha do verbo “distribuir” a educação.

“Lecionou-me depois um professor em domicílio.” (p.8) E assim vai narrando as experiências prévias: “Apesar deste ensaio da vida escolar a que me sujeitou a família, antes da verdadeira provação, eu estava perfeitamente virgem para as sensações novas da nova fase”. As escolhas de “sujeitar”, “verdadeira provação” e “perfeitamente virgem” sublinham a posição passiva e inocente do aluno.

O capítulo segue descrevendo essa fase de conhecimento exterior – a fase de experimentação no processo de adoção de produtos, segundo o marketing (KOTLER,

---

<sup>3</sup> As demais citações ao primeiro capítulo do romance de Pompéia indicarão somente o número da página



1994). O personagem relata: “Duas vezes fora visitar o Ateneu antes da minha instalação.” E aqui se apresenta o fascínio exterior que Sérgio sente pela instituição educacional e seus desafios. Isso, porém feito de forma bastante publicitária.

### **O Ateneu – “o bombo vistoso dos anúncios”**

O parágrafo em que Sergio primeiro descreve o Ateneu não podia ser mais publicitário:

Ateneu era o grande colégio da época. Afamado por um sistema de nutrido reclame, mantido por um diretor que de tempos a tempos reformava o estabelecimento, pintando-o jeitosamente de novidade, como os negociantes que liquidam para recomeçar com artigos de última remessa; o Ateneu desde muito tinha consolidado crédito na preferência dos pais, sem levar em conta a simpatia da meninada, a cercar de aclamações o bombo vistoso dos anúncios.  
( p. 9)

Apresenta-se no parágrafo o posicionamento na mente dos consumidores (“o grande colégio da época”). Ressalta-se o esforço de propaganda (“Afamado por um sistema de nutrido reclame”). Evidencia-se o cuidado com o ponto de vendas, ou da prestação do serviço de forma meio leviana, ao mesmo tempo em que se coloca a educação no mesmo rol das atividades comerciais (“de tempos a tempos reformava o estabelecimento, pintando-o jeitosamente de novidade, como os negociantes que liquidam para recomeçar com artigos de última remessa”). Nota-se também o caráter sazonal do ensino (novas turmas de ingressantes = últimas remessas de mercadorias) quase como os calendários e agendas de moda ou de eventos.

Tal esforço não era em vão: resultava na consolidação da preferência dos pais e até na simpatia dos meninos, seduzidos não pelo canto das sereias, mas pelo “bombo vistoso dos anúncios.” E mais uma vez a escolha de palavras vem carregada de ironias e sentidos múltiplos; ao mesmo tempo pomposa e caricata; literária e pragmática. Nesse cenário traçado de marcas mercadológicas irrompe Aristarco.

### **Aristarco, o diretor - “Aristarco, todo era um anúncio”.**



Logo após a descrição do Ateneu, Pompéia constrói a primeira imagem de Aristarco aos leitores (p.9). Salta aos olhos o renome, os vínculos com a nobreza imperial, mas também a pecha de vindo do Norte. O parágrafo está crivado de sugestões mercadológicas e publicitárias: “boletins de propaganda, conferências diversas” atropelando até o polo da demanda já que o esforço publicitário acontecia muitas vezes não “a pedidos”, mas “à substância”, em toda parte, invasivamente, às pressas, “atochando a imprensa dos lugarejos”. Desempacote-se a fina ironia das letras mortas e inúteis (já que os livretos eram fabricados às pressas, esbaforidos, com o concurso de professores prudentemente anônimos para que o nome de Aristarco brilhasse como grife em capas de variadas cores não importando o conteúdo) pelo uso da palavra caixões (e mais caixões) já que esta é utilizada também para o acondicionamento de mortos nos enterros.

Mais que um simples garoto propaganda, Aristarco era tudo: dono, diretor, patriarca, semideus, face, grife, gestor e até sonhava-se estátua no pátio do Ateneu. Tal era a confluência entre ser e reclame que “o nome de Aristarco, inteiro e sonoro, oferecia-se ao pasmo venerador dos esfaimados de alfabeto dos confins da pátria. Os lugares que os não procuravam eram um belo dia surpreendidos pela enchente, gratuita, espontânea, irresistível!”(p.9)

A nota irônica transparece sempre: dos volumes cartonados em Leipzig (Alemanha, centro do pensamento e da filosofia) para os confins do interior do Brasil; no processo de fusão entre comércio, alimentação e mercadoria com a espiritualidade e o conhecimento (“E não havia senão aceitar a farinha daquela marca para o pão do espírito. E engordavam as letras, à força, daquele pão.”). O final do parágrafo é todo dedicado a “honrar” Aristarco: “Um benemérito. Não admira que em dias de gala, íntima ou nacional, festas do colégio ou recepção da coroa, o largo peito do grande educador desaparecesse sob constelações de pedraria, opulentando a nobreza de todos os honoríficos berloques.”(p. 9) Honrar ironicamente já que as galas são tanto íntimas ou nacionais, do colégio ou da coroa. Aristarco não tira a máscara nunca. Antes que um grande homem, um homem grande, de largo peito, mas ao ressaltar o peito (que se



infla de vaidade) o grande educador desaparece sob “constelações de pedraria”, e, mesmo estas perdem o brilho estelar e não passam de berloques (penduricalhos).

A descrição da figura de Aristarco fundida com a publicidade do Ateneu continua (pp. 9-10). Para além das condecorações (“uma couraça de grilos” que gritava: Ateneu! - impossível não pensar nas “praguinhas” das campanhas eleitorais), “Aristarco, todo era um anúncio”. E prossegue descrevendo os gestos (calmos, de um rei); o andar (em que transparecia o esforço de empurrar o progresso de ensino público); o olhar (da inteligência crispada, mas com “supercílios de monstro japonês, penetrando de luz as almas circunstantes”); o queixo (escanhado “com a lisura das consciências limpas – era a educação moral.”); a estatura de um grande homem (mas comparado a Golias, o gigante derrotado por Davi); retorcendo por fim os bigodes cobrindo os lábios (“fecho de prata sobre o silêncio de ouro”). Toda a figura do diretor tendia à estátua: representação, símbolo. Enquanto a estátua não vinha, a afluência dos alunos ricos (consumidores, *target*) de toda parte do Brasil o satisfazia, comprovando a eficácia do Aristarco-reclame:

A irradiação do reclame alongava de tal modo os tentáculos através do país, que não havia família, de dinheiro, enriquecida pela setentrional borracha ou pela charqueada do sul, que não reputasse um compromisso de honra com a posteridade doméstica mandar dentre seus jovens, um, dois, três representantes abeberar-se à fonte espiritual do Ateneu. (p. 10)

Ressalte-se a construção “posteridade doméstica”, ao mesmo tempo pompa e trivialidade. Sérgio, porém, não se via como parte desse público-alvo, mas a família tencionando ascender acreditava no investimento na educação dos filhos. A seguir, Sérgio relembra as duas oportunidades anteriores em que fora ao Ateneu: uma festa de encerramento de trabalhos e por ocasião da festa da ginástica. Essas ocasiões apresentam o Ateneu como centro de eventos. Na primeira ocasião o relato começa pela descrição da transformação do cenário da escola em palco de evento (pp. 10-11). O primeiro evento era o mais ligado ao esforço educacional. O pai funciona como mediador fornecendo informações. A posição periférica de Sérgio e seu pai os relegam à antessala. Para espiar, há que se trepar a uma cadeira. Contraposta à



arquibancada, ao centro do evento, a mesa solene com Aristarco e os figurões da escola e do império. Não obstante as dificuldades (ruídos) a mensagem chega: “Eu via e ouvia”. Nosso protagonista está em posição de receptor. E um receptor ativo, já que necessita trepar a uma cadeira para ver o evento.

Sem se ater ao conteúdo, Sérgio relata mais a sucessão dos acontecimentos, o impacto que lhe causava e o esplendor dos figurinos (p. 11). A figura do diretor assoma-se maior que a do ministro! Percebe-se já uma visão crítica sobre a performance dos oradores, como se a vislumbrar um falsete comportamental atrás dos falsetes sonoros e interpretações monótonas, exageradas ou repetitivas (“coro dos falsetes indisciplinados da puberdade”, “recitados em monotonia de realejo e gestos rodantes de manivela, ou exagerados, de voz cava e caretas de tragédia fora de tempo”. Os discursos eram “pançudos de sisudez” apesar de estarem “na boca irreverente da primeira idade”. Apesar de tudo Sérgio “recebia tudo convictamente, como o texto da bíblia do dever; e as banalidades profundamente lançadas como as sábias máximas do ensino redentor”.

A metáfora se torna alegoria, e as palavras se tornam visões imaginadas pelo narrador. Um verdadeiro quadro que o envolvia de corpo inteiro (“parecia-me estar vendo a legião dos amigos do estudo, mestres à frente”). E um quadro descritivo de ações (“na investida heroica do obscurantismo”), mas estas ações soam caricatas ao dar “corpo” ao inimigo incorpóreo: “agarrando pelos cabelos, derribando, calcando aos pés a Ignorância e o Vício, misérrimos trambolhos, consternados e esperneantes.” O quadro aponta a violência contra a ignorância: seria um sintoma dos castigos corporais? Na ausência da luta contra a ignorância, destina-se a violência aos ignorantes?

Na sequência dos discursos se destaca o do professor Venâncio (pp. 11-12): “tesinho, firme, a quarenta mil-réis por matéria, mas falando grosso, com o timbre da independência.” No discurso, a figura genérica e abstrata dos mestres dá lugar ao particular e concreto Aristarco. No entanto, Venâncio tende sempre à generalização, numa retórica carregada que acaba por se encaminhar num gradiente ascensional:



pais-corpo-mestres-espírito-força-impulso-triunfo-nobreza-glória. O modo de articular o final do discurso é curioso: Aristarco é tão próprio que fecha o discurso: “abaixo de Deus – Aristarco.” Depois de toda retórica ascensional seria de supor que terminaria em Deus, o Altíssimo. Mas não: abaixo de Deus, Aristarco, subvertendo-se a ordem do gradiente parece que Aristarco ao encerrar estaria acima de Deus. E o orador sublinha a fala com o gesto, corporificando também a fusão da fala com a audiência, de Aristarco com o (devotadíssimo) público: “Um último gesto espaçoso, como um jamegão no vácuo, arrematou o rapto de eloquência”.

Mais um parágrafo é destinado a descrever o efeito do discurso (mas também da festa, da cena, dos figurinos). O Ateneu era “majestoso”, dois quadros de alto-relevo flanqueavam a escada. Num deles “meninos nus” “risonhos, com a ferramenta simbólica”, modelados “idealmente na candura do gesso e da inocência” representavam a indústria humana. “Eram meus irmãos!” admite Sergio que esperava “que um deles me estendesse a mão para o bailado feliz que os levava”. E o colégio era a “tradução concreta da alegoria”.

### **“Por ocasião da festa da ginástica, voltei ao colégio.”**

O segundo evento também foi uma festa para os sentidos. Maior, a céu aberto e durante o dia: permitindo uma visão externa do Ateneu. Era a festa da ginástica. A descrição física do local é breve: “O Ateneu estava situado no Rio Comprido, extremo ao chegar aos morros.” (p. 13) Uma linha apenas. Mas o parágrafo seguinte traça um apêndice emocional do visto e posiciona o Ateneu (ao contrário de situar fisicamente, temos o posicionar-se mercadológico): Os estados d’alma encontram na descrição da natureza um espelho (sombria pedra, vegetação selvática, crepúsculo de melancolia, resistente ao próprio sol a pino dos meios-dias de novembro). A simples descrição passa a um comparativo – o posicionamento do Ateneu em relação ao seu sisudo concorrente “o negro Caraça de Minas”. Toda melancolia do Ateneu não passava de simples plágio diante do pavor de enclausurar-se nas serras mineiras, longe da Corte e



da Capital. Mesmo a localização compõe um cenário para o posicionamento do Ateneu. Mais uma vez temos a concretização das abstrações: “a atmosfera moral da meditação e do estudo... como um apêndice mínimo da arquitetura”. (p.13)

Nessa linha narrativa a festa da ginástica havia que alegorizar os sentidos e emoções, atuando como tela projetiva das percepções e pensamentos de Sergio (p. 13). O talento promocional aflora, “o secretário do diretor tinha o talento dos programas”. A ponto de Sergio não perceber a sensação de ermo, a melancolia embutida no sitio. “As galas do momento faziam sorrir a paisagem” invertendo o fluxo da projeção dos estados d’alma na paisagem, para a ação humana modificando o estado da natureza. O arvoredo brilhava com mil bandeiras, os panos fingiam flores “colossais, numa caricatura extravagante de primavera”, os galhos frutificavam carnavalescas lanternas venezianas. E o efeito era sentido não só por Sergio que ia “carregado, no impulso da multidão”. O conflito educação doméstica versus educação formal e sociedade pode ser pressentido na relação do pai com Sergio: “Meu pai prendia-me solidamente o pulso, que me não extraviasse.” A frase carrega a ambiguidade entre prender e soltar no mundo, controlar ou deixar crescer. Parece que o pai ainda não julga Sergio pronto para o mundo que o Ateneu insinua.

Os parágrafos seguintes (p. 13) descrevem o ambiente em comoção ansioso para o início da festa. Há uma fusão de percepções entre Sergio, a plateia e o ambiente. São usadas expressões sinestésicas como: “Mergulhado na onda, eu tinha que olhar para cima, para respirar.”; “Do chão subia um cheiro forte de canela pisada; através das árvores, com intervalos, passavam rajadas de música, como uma tempestade de filarmônicas.”. A percepção também flutua na onda da multidão procurando lugares para ver o espetáculo, da panorâmica ao detalhe. Até que Sergio consegue o ingresso para ver a festa através de “Um último aperto mais rijo, estalando-me as costelas, espremeu-me, por um estreito corte de muro, para o espaço livre”. Sergio chega a “um gramal vastíssimo” onde “por todos os lados apinhava-se o povo”. Ao longe, damas de binóculos buscavam o movimento alvejante dos rapazes. O pai de Sergio comenta “Vão desfilar por diante da princesa”. A própria princesa



COMUNICON 2015

congresso internacional  
comunicação e consumo

5º ENCONTRO DE GTS  
1º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO  
2º ENCONTRO BINACIONAL

PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2015 (5 a 7 de outubro 2015)

que regia o Império no momento. A celebridade convidada que abrilhanta o evento (Relações Públicas). Mas a caricatura mostra seus dentes: a princesa achava-se em “gracioso palanque de sarrafos”. A natureza enfeitada e a precariedade do cenário deixavam entrever algo de efêmero, de passageiro, que encobria o sistema severo da escola.

Passam depois os alunos. A contradição racionalidade versus emoção preside o discurso: “Cerca de trezentos; produziam-me a impressão do inumerável. Todos de branco.” E então os olhos do futuro aluno descrevem a cena e o figurino, repleto de hierarquias e associações belicosas da uma sociedade adulta: amestrada disciplina, desarmados (os últimos), invadiram, manobras perfeitas de um exército (p. 14). E por mais duas páginas se descreve o evento na mesma tônica. O comandante das manobras é o professor Bataillard (mais uma vez a escolha dos nomes próprios) que após a estrondosa apresentação, “enrubescido de agitação, rouco de comandar, chorava de prazer. Abraçava os rapazes indistintamente. Duas bandas militares revezavam-se ativamente, comunicando a animação à massa dos espectadores”. Quanto a Sergio: “O coração pulava-me no peito com um alvoroço novo que me arrastava para o meio dos alunos, numa leva ardente de fraternidade. Eu batia palmas; gritos escapavam-me, de que me arrependia quando alguém me olhava”.

Também Aristarco se confluía com a multidão. Dois parágrafos seguintes descrevem efusivamente os estados de alma do diretor, seu figurino, suas interações e seu papel de símbolo em carne da instituição que lhe pertencia (p. 16). Verdadeiro promotor e anfitrião com uma “ubiquidade” de meio ambiente, “cabritante”, “lisonjeiro e irônico”, “celerípede”, “com o magnetismo dominador dos estandartes de batalha”, com “ascensões cobrejantes de girândola”. Como os melhores garotos propaganda contemporâneos: “Ator profundo, realizava ao pé da letra, o papel diáfano, sutil, metafísico, de alma da festa e alma do seu instituto.” (p. 16).

**“Um castelo fantasma batido de luar”**



Sergio deixa a cena desse segundo evento, não sem antes contemplar a visão noturna do Ateneu. Novamente, após uma breve linha descritiva do real, segue-se um longo parágrafo em que a paisagem e as emoções se misturam, e Aristarco é colhido numa visão mais humanizada (p. 17). A descrição principia embaralhando cotidiano e exotismo (“na ocasião em que me ia embora” “acendendo luzes variadas de Bengala”). Sergio parte para sua vida ordinária, o Ateneu se ilumina para o baile extraordinário. Depois a descrição do Ateneu passa do concreto arquitetônico para o místico (“quarenta janelas, resplendentes do gás interior” “dava-se ares de encantamento”). Então as comparações e hipérboles tomam conta: “erigia-se na escuridão da noite” (conhecimento X trevas) “imensa muralha de coral flamante”; “como um cenário animado de safira com horripilações errantes de sombra,” (agora o cenário de luz deixa entrever sombras, trevas); “como um castelo fantasma batido de luar verde emprestado à selva intensa dos romances cavalheirescos” (então a escola é um castelo e as sombras e vultos são não mais que fantasmas e a treva da noite e da paisagem contaminam e abrangem o prédio). Contudo a selva real da paisagem é também a selva dos romances cavalheirescos numa perfeita simbiose entre imaginação cultivada e percepção imediata. Essa confluência entre o romantizado e o real ganha uma terceira vida “despertado um momento da legenda morta para uma entrevista de espectros e recordações” = belas imagens da fusão entre o visto e o recordado, o detido no tempo pela arte e a experiência sensível cultivada no instante. A experiência de Sergio é narrada para ser compartilhada pelos leitores, e o momento da fusão do personagem passa a ser o momento da fusão do leitor com o texto.

Segue-se outro insight publicitário: “um jacto de luz elétrica, derivado de foco invisível, feria a inscrição dourada ATHENÆUM em arco sobre as janelas centrais, no alto do prédio.”(p. 17) A marca ATHENÆUM é destacada pelo “jacto de luz elétrica” e que como nos melhores comerciais vem “de foco invisível”. A colocação da marca também atende aos ditames do bem zelar da imagem da instituição (“em arco...no alto do prédio”).

Nesse retrato místico, literário, mas também publicitário, quem não poderia



faltar é Aristarco, à sacada, mostrava-se:

Na expressão olímpica do semblante transpirava a beatitude de um gozo superior. Gozava a sensação prévia, no banho luminoso, da imortalidade a que se julgava consagrado. Devia ser assim: — luz benigna e fria, sobre bustos eternos, o ambiente glorioso do Panteão. A contemplação da posteridade embaixo. (p. 17)

O homem que deseja ser emblema, e é sincero nesse desejo de exibição:

Aristarco tinha momentos destes, sinceros. O anúncio confundia-se com ele, suprimia-o, substituía-o, e ele gozava como um cartaz que experimentasse o entusiasmo de ser vermelho. Naquele momento, não era simplesmente a alma do seu instituto, era a própria feição palpável, a síntese grosseira do título, o rosto, a testada, o prestígio material de seu colégio, idêntico com as letras que luziam em auréola sobre a cabeça. As letras, de ouro; ele, imortal: única diferença. (pp. 17-18)

O olhar de Sergio abrange a escola e seu símbolo na mesma tomada. E o esforço propagandístico surte efeito: “Guardei, na imaginação infantil, a gravura desta apoteose com o atordoamento ofuscado”, “fotografia estática, na aventura de um raio elétrico” “É fácil conceber a atração que me chamava para aquele mundo tão altamente interessante, no conceito das minhas impressões.” (p. 18).

### **“Meninos bonitos não provam bem no meu colégio”**

Ainda no primeiro capítulo Sergio relata o momento em que o pai o leva para a matrícula no Ateneu e Aristarco os recebe. A figura de Aristarco é pela primeira vez colocada em situação cotidiana, mas nem por isso a estampa projetada nos momentos dos eventos festivos se esmaece (pp. 18-19). Mais uma vez Aristarco é comparado ao Nosso Senhor, e visto de modo vantajoso (Nosso Senhor é imaginado “velho, feiíssimo, barbudo, impertinente, corcunda, ralhando por trovões, carbonizando meninos com o corisco”, enquanto Sergio aprendera a ler “pelos livros elementares de Aristarco”). As impressões das duas figuras de Aristarco se sobrepunham na mente de Sergio, até que esse devaneio é quebrado pelo afago do diretor na cabeça do aluno (p. 19). O contato físico acentua a diferença entre a imagem do símbolo e a concretude da



pessoa em carne e osso, como também (para o propósito deste artigo) marca a passagem da esfera do desejo projetado pelo esforço publicitário para a realidade concreta da situação de consumo, já que Sergio se matriculava no Ateneu.

Logo após o afago de Aristarco, este pergunta o nome ao aluno e ao término da resposta o diretor emenda: “- Pois, meu caro Sr. Sérgio, o amigo há de ter a bondade de ir ao cabeleireiro deitar fora estes cachinhos.” Sergio “tinha ainda os cabelos compridos, por um capricho amoroso de minha mãe.” O corte do cabelo poderia ser um rito de passagem: da infância para a juventude; do mundo doméstico para os papéis sociais do mundo adulto. Sergio percebe um tom de censura na fala de Aristarco que ainda sentencia: “Os meninos bonitos não provam bem no meu colégio”. É quando irrompe a figura feminina de D. Ema. (pp. 19-20) que realizará um contraponto à figura publicitária de Aristarco. Ela terá um papel de cuidadora (não sem efeitos eróticos, nos lembrando do papel da sedução no mundo publicitário apontado por Baudrillard (2005) que é muito mais de uma disponibilidade total e plena – promessa comum em anúncios tipo 24 horas feito para você -, do que propriamente da realização dos desejos). Enquanto Aristarco se movimenta, discursa, publica, sua senhora, acolhe, acaricia, propicia momentos de intimidade. Essa dúplice face encarnada pelo casal mereceria outro artigo uma vez que neste marco de tomar apenas o primeiro capítulo, essa performance dos personagens fica apenas na sugestão. Registre-se aqui a duplicidade também apresentada entre a esfera pública do esforço propagandístico e a esfera individual da experiência privada de consumo e a crescente orientação das empresas pelos anúncios que emulam a atmosfera afetiva cotidiana de seus consumidores.

Notar que o discurso público de Aristarco era condizente com seu discurso no dia a dia do consumo, e discorrer sobre isto era uma paixão “pelo tema querido do elogio próprio e do Ateneu” (p. 20). Essa paixão era vista como posada ou falsa por Sergio e transparece em construções verbais como “tribuno de *meetings*”, “causa santa da instrução”, “esclarecendo como um farol” e a fala acontecia como se Aristarco estivesse “clamando como para um auditório de dez mil pessoas, majestoso



sempre”, “como um leiloeiro”.

### “O gênio do anúncio”

O parágrafo final do capítulo mostra Aristarco como “o gênio do anúncio” em “sanguínea eloquência” (p. 21). A Sergio sobra o papel de espectador (“Miramo-lo”) e o comportamento publicitário de Aristarco na miudeza da vida é o mesmo visto “Por ocasião das festas”. Este primeiro capítulo constitui um primor na descrição da visão sobre publicidade e consumo de educação ao final do Império brasileiro. Muito longe de estar superada, a visão crítica colocada por Pompeia na narrativa de seu personagem está plena de apontamentos que retratam os dilemas da educação, o consumo do serviço da educação e toda gama de esforços publicitários para prosperar no mercado aspiracional que a educação sinaliza até hoje como promessa básica de venda (nível mercadológico) ou como ideal de melhoria social (nível ideológico).

Questões como a segregação sexual, o confinamento, os castigos corporais e punições, as premiações por desempenho, as vinculações político-sociais, a mercantilização, a banalização do conhecimento nos livros “feitos às pressas por professores mal remunerados”, da escola como laboratório para a vida civilizada (e seus subterfúgios selvagens) tudo transparece na fina observação de Pompeia.

Melhor ainda a rica descrição dos recursos publicitários empregados pelo Ateneu e a figura de garoto-propaganda de Aristarco: festas e eventos, livros distribuídos aos rincões do Brasil, discursos inflamados colocando a educação como santa e salvadora, o desejo de se transformar em estátua, perpetuar-se num cartaz. Sergio não só mira ao diretor, mas ele e seu pai, um adulto “Contemplávamos (eu com aterrado espanto)” e os parênteses apartam sua visão como menino aterrorizado e espantado, mas mesmo como adulto restava um espanto contemplativo da imagem de Aristarco.

Mais que um garoto-propaganda, Aristarco era “o homem sanduíche da educação nacional, lardeado entre dois monstruosos cartazes.” (p. 21) Normalmente



na vida moderna os homens sanduiches são baratos e vendem seu tempo andando pelas movimentadas ruas centrais das metrópoles, ensanduichados por cartazes de pequenos serviços (Fotos 3x4 na hora, Compro ouro ou Chips de celular a R\$10,00). Portanto não é sem ironia que o fulgurante e espantoso Aristarco se transforma de semideus da educação em propagandista popular para as multidões. Uma dúplici visão (como os duplos cartazes do homem sanduiche) se constrói na imaginação de Sergio e dos leitores: os monstruosos cartazes engolem o homem e as elevadas promessas de redenção pelo conhecimento ficam encobertas pelo dia a dia do comércio da educação.

Críticas? Retratos? Confissões? Sonhos de mudança? A figura de Aristarco como símbolo imbuído de grandezas não esmorece e continua em seu percurso: “As costas, o seu passado incalculável de trabalhos; sobre o ventre, para a frente, o seu futuro: o reclame dos imortais projetos.” (p.21)

## Referências

BAUDRILLARD, Jean. **Da sedução**. 5ª. Ed. Rio de Janeiro: Papyrus, 2005.

BOSI, A. **O Ateneu, opacidade e destruição. Céu, Inferno**. São Paulo: Editora 34, 2003.

HOFF, Tânia M. C. e CARRASCOZA, João A. **Ecos da literatura na publicidade brasileira nas primeiras décadas do século XX in Comunicação e consumo nas culturas locais e global**. Orgs. CASTRO, Gisela G.S. e BACCEGA, Maria Aparecida. São Paulo: ESPM, 2009 (pp. 689-715).

IVO, L. **O universo poético de Raul Pompéia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1996.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 3ª. Ed. São Paulo: Atlas, 1994.

PAES, J. P. **O art nouveau na literatura brasileira. Gregos & baianos**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

POMPÉIA, Raul. **O Ateneu**. 16ª ed., São Paulo: Ática, 1996.

SCHWARZ, R. **O Atheneu. A Sereia e o Desconfiado**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1981.

VALLE, Julio. **Os muitos mundos de O Ateneu**. RevLet – Revista Virtual de Letras Volume 2, Número 1/2010 ISSN: 2176-9125