

e acaçapados, a descascar pelos rebocos, vielas sórdidas cheirando mal, exceção feita da que se chama rua do Ouvidor, onde, apesar de tudo, o homem do 'burro sem rabo' cruza com o elegante da região tropical, que traz no mês de fevereiro sobrecasaca preta de lã inglesa, e, fincado na cabeça, um tubo de couro que ele a custo agüenta, diluindo-se em cachoeira de suor, só para mostrar que não é mais aquele bugre dos velhos tempos de Anchieta, porém um ser civilizado. O povo está sem instrução. A indústria, desprotegida. Os serviços públicos, de molas perras ou desmanteladas. Só o comércio progride, o 'honrado comércio desta praça', com o comendador à frente, o quilo de 800 gramas, o metro de 70 centímetros, o tratadozinho de comércio cada vez mais feito sob medida e outros favores sempre a desabar da altura como o maná da Bíblia"(198).

O equipamento dos jornais acompanhava a etapa empresarial; os velhos equipamentos eram encontrados ou vendidos a folhas do interior. É difícil acompanhar a evolução do equipamento da fase empresarial, todo de importação. A Imprensa Régia fora organizada à base de rudimentares impressoras de madeira, compradas na Inglaterra por 100 libras esterlinas; só em 1845 tivera prelo mecânico para atender as impressoras francesas e inglesas que possuía; o reequipamento de 1877 ficara em menos de 111 contos de réis; só em 1889, com a República, recebera a *Active*, de Marioni, e duas *Alauzet*, uma das quais podia imprimir 64 páginas de uma só vez; em 1894, tinha quatro motores, que acionavam 10 *Alauzet* e 7 *Marioni*; só em 1902 recebeu a primeira rotativa e, logo em seguida, mais duas, que rodavam 15 000 exemplares em uma hora. Os jornais contavam com equipamento mais moderno, embora menos numeroso; em 1911, entrava no Brasil o prelo *Koenig*; dois anos depois, o *Werk-Augsburg*.

O anúncio evoluía também. Nos jornais antigos, proclamavam as virtudes de barbeiros que aplicavam bichas, escravos à venda ou fugidos, gêneros alimentícios, navios que chegavam ou que partiam, remédios milagrosos. Na segunda metade do século XIX, eram já elaborados; para os fins do século, contam com a qualidade literária emprestada por alguns escritores. Bilac receberia cem mil réis por uma quadrinha proclamando a qualidade de determinada marca de fósforos. No século XX e na fase inicial de que tratamos, Emílio de Menezes redigia anúncios em versos para determinada marca de cerveja; Hermes Fontes forjou soneto destinado a um laboratório que fabricava xarope para a tosse; proliferava o *testimonial*, cujo tipo pode ser aferido por este exemplo: "Tenho a maior satisfação em